



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



A SUBVENÇÃO DE ORGÂNICOS NO BRASIL E NA UNIÃO EUROPÉIA SOB A ÓTICA DA VISÃO BASEADA EM RECURSOS

PAULO RODRIGO PEREIRA; ALEXANDRE MELO ABICHT; ALESSANDRA CARLA CEOLIN;
AUGUSTO FARIA CORRÊA; TANIA NUNES DA SILVA;

UFRGS

PORTO ALEGRE - RS - BRASIL

alex.abicht@gmail.com

APRESENTAÇÃO ORAL

Comércio Internacional

A SUBVENÇÃO DE ORGÂNICOS NO BRASIL E NA UNIÃO EUROPÉIA SOB A ÓTICA DA VISÃO BASEADA EM RECURSOS

Grupo de Pesquisa: Comércio Internacional

Resumo

Este artigo tem por objetivo a discussão sobre o foco da comercialização dos produtos cítricos orgânicos no Brasil, realizando-se um comparativo entre Brasil e União Européia (UE), sob a ótica da Visão Baseada em Recursos (RBV). Tem-se como fundamentação teórica uma explanação a cerca do mercado europeu de orgânicos cítricos, seguido da situação brasileira dos mesmos, tendo por fim, a teoria da RBV. O estudo possui uma natureza qualitativa, sendo caracterizado por pesquisas exploratórias através da leitura de journals, artigos e também com a realização de, visitas de campo a propriedades rurais e uma cooperativa de produtos orgânicos e. Com base nos dados coletados e na literatura, reuniu-se elementos para a análise e discussão dos resultados, afim de responder à questão-chave da pesquisa, isto é, a comercialização brasileira de cítricos orgânicos deve ser voltada para o mercado interno ou para a União Européia. Face a essa problemática, e considerando os pressupostos da RBV, entende-se haver desvantagem competitiva para o agricultor brasileiro em relação aos produtores de cítricos orgânicos da União Européia, quando o primeiro exporta para o mercado europeu. Assim, entende-se que as estratégias estabelecidas pelos produtores brasileiros de orgânicos, deveriam ter como foco principal o mercado interno para a comercialização de seus produtos.

Palavras-chaves: Agronegócios; Cítricos Orgânicos; Subsídios Agrícolas.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Abstract

This article has as a goal to discuss about the focus on commercialization of organic citric products in Brazil, making a comparative between Brazil and European Community (EC), under the view of the View Based on Resources (RBV). One has as fundamental theory an explanation about the European market of organic citric products, followed by the Brazilian situation of the same ones, having as an aim, the theory of the RBV. This study is of qualitative nature, being characterized by explanatory researches through the reading of journals and articles, as well as field visits to the rural real states and to a cooperative of organic products. Based on the data collected and on the literature, one reunited elements for the analysis and discussion of the results, in order to answer the key question of the research, that is, the Brazilian commercialization of organic citric products must be focused on the domestic market or on the European Market. Owing this problem and considering the requirements of the RBV, one understands to have competitive disadvantage for the Brazilian agriculturist compared to the European Community organic products, when the first exports to the European market. Therefore, one understands that the strategies set up by the Brazilians producers of organic should have as main goal for the commercialization of their products the domestic market.

Key Words: Agribusiness; Organic Citric; Agricultural Subsidies

1. INTRODUÇÃO

Alimentos orgânicos são produtos de origem vegetal ou animal que estão livres de agrotóxicos ou qualquer outro tipo de produtos químicos, pois estes são substituídos por práticas culturais que buscam estabelecer o equilíbrio ecológico do sistema agrícola. A crescente demanda por alimentos produzidos com menos agrotóxicos e menos agressivos ao meio ambiente é uma tendência mundial que se reflete também no Brasil. Essa procura tem como consequência a geração de novas oportunidades de negócio para os vários segmentos da agropecuária nacional.

Os primeiros registros de agricultura orgânica no mundo foram na Índia, na década de 1920, quando a utilização de agrotóxicos alcançava escalas jamais vistas até então. As técnicas de produção orgânicas surgiam, assim, como uma forma alternativa de produção de alimentos saudáveis, que pregava a ampliação do contato do ser humano com a natureza e o respeito ao meio ambiente. A agricultura orgânica rapidamente encontrou muitos adeptos e foi, então, levada para a França, disseminando-se, em seguida, por outros países da Europa e de outros continentes, em especial, Alemanha, Japão e Austrália (NORONHA, 2007).

A agricultura orgânica chegou ao Brasil durante a década de 1970, sendo as suas técnicas difundidas no campo durante a década de 1980. Mas somente após a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (ECO-92), que esses produtos ganharam expressividade comercial, ganhando espaço em supermercados e feiras livres, conquistando uma fatia maior dos consumidores.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



Atualmente, a produção agrícola com base nos princípios sustentáveis amplia-se ano a ano nas diferentes regiões do mundo, tornando-se um modelo alternativo e crescente no desenvolvimento agrícola, oferecendo condições de preservação dos recursos naturais e, em sistemas mais avançados, produção de alimentos com certificação de origem.

Muitos estudos sobre agricultura orgânica enfatizam a importância dos seus benefícios econômicos, sociais e ambientais e as oportunidades que ela traz. Cabe ressaltar que esse é um setor ainda pequeno e que enfrenta pontos de estrangulamento na produção, comercialização e institucionalização.

As políticas públicas, em especial, mas também as privadas, sempre tiveram papel imprescindível no desenvolvimento da agricultura orgânica em países mais desenvolvidos, como a Alemanha, Estados Unidos e Japão. Nessas nações, a participação de produtos orgânicos no mercado cresceu rapidamente. Estruturas econômicas estáveis e políticas claras têm papel significativo na disponibilização do conhecimento e nas escolhas estratégicas dos agricultores.

O apoio governamental à agricultura orgânica nestes países ocorre de forma direta, através de subvenções, e indireta, por intermédio do estabelecimento de marcos regulatórios claros e estáveis. Tal suporte configura-se através de barreiras comerciais que dificultam os fluxos de comércio nesse segmento.

Em nível mundial, as agências de desenvolvimento e a iniciativa privada, nacionais e internacionais, têm cumprido papel importante, os quais objetivam garantir a segurança dos alimentos, o aumento da renda dos produtores (principalmente pequenos) e a interrupção (ou reversão) da degradação ambiental.

No Brasil, existem regulamentações que conceituam e estabelecem normas a respeito da agricultura orgânica, porém, parecem ser ainda carentes de expressividade no que diz respeito à coordenação da produção e comercialização de produtos orgânicos. Além disso, o governo proporciona condições para o financiamento à agricultura por meio da criação de linhas de crédito que contemplam principalmente a agricultura familiar, porém sem distinguir se a produção é convencional ou orgânica.

Deve-se destacar ainda, que não constam nos portfólios de crédito das organizações governamentais brasileiras, mecanismos de financiamento que contemplem o período de conversão de um sistema agrícola convencional para um orgânico, o que pode representar uma barreira importante para a expansão da produção orgânica. Dessa forma, o cultivo de orgânicos tenderia a apresentar perdas de competitividade por preço em relação aos alimentos convencionais. Motivado principalmente, por custos relacionados a conversão da área a ser cultivada, certificação, uso de embalagens mais onerosas e menor escala na produção. Por outro lado, por se tratar de um produto diferenciado, é possível atribuir-lhe um preço mais elevado, buscando dessa forma remunerar melhor o produtor.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Por se tratar ainda de um mercado embrionário no contexto do agronegócio brasileiro e ainda carente de estudos acadêmicos, o presente trabalho busca abordar a subvenção de produtos cítricos orgânicos no Brasil e na União Européia levando em consideração a RBV, com base na seguinte questão-chave: O foco da comercialização dos produtos cítricos orgânicos no Brasil deve estar voltado para o mercado interno ou para a União Européia?

Após a referida introdução, realiza-se uma breve fundamentação teórica demonstrando a situação da União Européia, principal cliente do país e a situação brasileira do comércio citricultor orgânico, sob a ótica da RBV. Em continuidade, apresenta-se o método utilizado na pesquisa, seguido pela análise e discussão dos resultados e, por fim, apresentam-se as considerações finais do estudo e o referencial bibliográfico utilizado na elaboração desse artigo.

2. MÉTODO

Esse trabalho caracteriza-se por se tratar de uma pesquisa qualitativa, onde são analisadas as subvenções de culturas cítricas orgânicas na UE, e de que forma essas interferem na gestão desse setor no Brasil, à luz da Teoria da RBV. Com isso, busca-se atender ao questionamento de qual deve ser o foco de comercialização dos produtos cítricos orgânicos no Brasil. Voltado para o mercado interno ou para a União Européia?

Para a realização do presente trabalho, primeiramente, fez-se necessária uma pesquisa exploratória bibliográfica em *journals*, artigos, *web sites*, acerca dos temas RBV, subvenção agrícola de culturas cítricas na UE e comportamento do setor de alimentos orgânicos no Brasil.

De modo a quantificar alguns pontos observados, realizou-se um levantamento de informações nos bancos de dados de instituições públicas e privadas de pesquisa e estatística, que aparecem citadas no corpo desse artigo.

Com objetivo de complementar o construto do conhecimento, realizou-se uma visita de campo à Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do Vale do Caí (Ecocitrus), no dia 26 de outubro de 2007. Nesta data, também, visitou-se algumas propriedades de cooperativados, envolvidas na produção e comercialização de produtos cítricos orgânicos.

Por fim, realizam-se a análise e discussão dos dados obtidos seguido pelos comentários finais e sugestões para pesquisas futuras.

3. PANORAMA DA PRODUÇÃO DE CITRICOS ORGÂNICOS UNIÃO EUROPEIA (UE)

Conforme informações disponíveis em OJEC (2007), em 1992, com a implementação da resolução *Council Regulation* (EEC) 2078/92, posteriormente



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



substituída pela *Council Regulation* (EEC) 1257/99 – a comunidade europeia firmou-se no compromisso de fomentar o desenvolvimento rural através da produção de alimentos orgânicos, trazendo como reflexos entre outros fatores, a preservação do meio ambiente e a diminuição da sobre-oferta de produtos, onde essa última pressiona para baixo os preços ao produtor, implicando em uma demanda ainda maior de subsídios financeiros e o que de forma recorrente leva destruição de alimentos com o propósito de reduzir essa sobre-oferta, não sem, porém, causar o óbvio constrangimento de desperdiçar alimentos em um planeta onde uma parte significativa da população passa fome.

De uma forma lógica, de acordo com dados disponibilizados por Juliá (2000), os subsídios são destinados preferencialmente para as pequenas propriedades rurais, que em decorrência de uma menor escala e também menor potencial competitivo, são demandantes de maior volume de recursos públicos para permanecerem viáveis.

O autor descreve ainda, que os custos de duas frutas cítricas, laranja e bergamota, são em Valência na Espanha (principal produtor de orgânicos na Europa) 30% mais elevados para os orgânicos, e ainda apontam uma produtividade cerca de 20% maior. Esses fatores combinados implicam em um custo final da fruta, na faixa de 40% superior ao do fruto convencional.

Conforme Juliá e Server (2000), a produção de orgânicos em Valência, na Espanha, só torna-se viável quando há uma preferência extremamente alta do consumidor por esse produto, nesse cenário ele estaria de uma forma prevalente a pagar um valor monetário compatível ao custo de produção desse alimento.

Para compensar essa baixa eficiência econômica e produtiva, algumas localidades da União Européia, conforme dados de Moll (2004), chegam a ofertar ao produtor, por um período de até 5 (cinco) anos, um volume total de subsídios de aproximadamente 4000 €/ha (quatro mil euros por hectare), a exemplo do que ocorre na região de Calábria na Itália e 1700 €/ha (um mil e setecentos euros por hectare) em Valência na Espanha. Esses subsídios visam estimular os produtores a migrarem da agricultura convencional para um processo de produção orgânica. Ainda segundo esse autor, os baixos valores de subsídios oferecidos pelo governo espanhol aos produtores de citrus, estariam limitando a adesão de novos entrantes.

Segundo dados disponibilizados por Eurostat (2007) e CEPEA (2007), o PIB agrícola na UE mostra-se nominalmente mais elevado do que o PIB agrícola brasileiro, com valores superiores a 600 (seiscentos) bilhões de reais no ano de 2006 para o primeiro e a 85 (oitenta e cinco) bilhões de reais para o Brasil no mesmo período. Todavia, em valores percentuais, na EU, a agricultura básica ou dentro da porteira, é menos expressiva do que no Brasil em relação à participação no PIB, com valores aproximados a 2% para a primeira e 5% para o segundo.

Embora o grau de participação da agricultura na economia da UE não se mostre tão expressivo quanto o é no Brasil, observa-se na resolução (EEC) 1257/99, disponível em OJEC (2007), que há uma grande preocupação em mantê-la e torná-la mais atrativa para os que dela vivem, determinando inúmeras situações onde há um grande número de explorações desprovidas de condições estruturais que permitam assegurar aos



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



agricultores e as suas famílias, rendimentos e condições de vida mais justa, as quais devem ser compensadas por meio de adequadas subvenções.

4. MERCADO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO BRASIL

Nas últimas décadas houve profundas modificações que causaram e ainda estão causando fortes impactos na estrutura social de muitos países, tanto de forma local como global. Entre as muitas mudanças ocorridas, pode-se afirmar que o assunto preservação e degradação ambiental vêm influenciando em muitas das grandes decisões. Com o aumento da modernização das práticas agrícolas ocorreram, juntamente com os benefícios para a população, muitas preocupações além das sociais e econômicas, quanto aos impactos ambientais destas modernas técnicas, ressaltando-se o uso intensivo e desordenado de insumos artificiais (agrotóxicos e fertilizantes) e da mecanização. Com isso, a agricultura orgânica passou a ser enfatizada, principalmente, em função da crescente demanda por parte da população preocupada com aspectos ambientais, sociais e de saúde.

Assim, a agricultura orgânica oportuniza a revisão das relações de cooperação e de competitividade no agronegócio brasileiro, possibilitando, desta forma, o estabelecimento de um relativo equilíbrio de forças entre os agentes das cadeias produtivas de alimentos, por meio de estratégias associadas às mudanças nos padrões de consumo e da conscientização ecológica (SCHULTZ, 2006).

Além dos aspectos sócio-ambientais, os produtos orgânicos têm um forte apelo econômico, pois, segundo estimativa é da Associação Brasileira de Supermercados as vendas de produtos orgânicos nos supermercados do país devem superar R\$ 1,25 bilhão em 2007, com aumento de 25% em relação a 2006 (GLOBO RURAL, 2007).

O Brasil é o segundo maior produtor de orgânicos do mundo e o setor tem 70% de suas vendas voltadas para o mercado externo. Com 6,5 milhões de ha (hectares) cultivados com produtos orgânicos, ocupando atualmente o segundo lugar no ranking mundial, atrás apenas da Austrália, que cultiva 11,3 milhões de ha.

Segundo dados do MDIC (2007), o Brasil exportou produtos orgânicos para 21 (vinte e um) países no período de agosto de 2006 a setembro de 2007, totalizando um valor pouco superior a US\$ 12 (doze) milhões, sendo que desse montante, cerca de 60% foram adquiridos por países da UE.

No Rio Grande do Sul, foi constatado, através de pesquisa realizada pela Emater/RS, a existência de 100 (cem) núcleos de produção agroecológica em todo o Estado, abrangendo um total de 2,5 mil hectares. Estes núcleos possuem desde 5 (cinco) famílias até mais de 100 agricultores na região, atuando, em grupos formais (cooperativas e associações) ou informais, na produção, industrialização e comercialização de alimentos orgânicos (SCHULTZ, 2002).



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



No que diz respeito à viabilidade econômica da agricultura orgânica, Pelinski (2004) em pesquisa efetuada no município de Palmeira, estado do Paraná, observou que os cultivos de orgânicos de fumo e soja sem a necessidade de sobrevalorização de preço, alcançavam rentabilidade superior aos cultivos convencionais, resultado oposto ao verificado para cultura de batata inglesa. Segundo o autor, o resultado financeiro negativo atribuído ao cultivo orgânico da batata inglesa, se deve ao fato do manejo tecnológico dessa cultura ainda ser deficiente.

Um dos grandes problemas enfrentados no Brasil é a baixa especialização na produção e distribuição dos produtos orgânicos. Conforme Fonseca & Campos (2000), a possibilidade dos agricultores coletivamente poderem ofertar um mix de produtos de acordo com as aptidões locais, observando os recursos de capital e mão-de-obra é uma realidade que deve ser explorada. Para esse autor, independente da forma de comercialização escolhida, há necessidade de um planejamento conjunto da produção, de uma parceria agricultor/assistência técnica/núcleo de agricultores e canais de comercialização. Assim, os plantios deveriam ser efetuados de acordo com uma venda provável e regular de mercadorias e com a época do ano, valorizando a oferta de um produto de qualidade.

5. VISÃO BASEADA EM RECURSOS (*Resource-Based View - RBV*)

Devido às diferentes mudanças globais ocorridas no cenário político e econômico mundial, surgiu uma oportunidade para a aplicação da Visão Baseada em Recursos no campo estratégico. Este estudo iniciou no final da década de 1950, sendo que um dos trabalhos pioneiros foi o realizado por Edith Penrose, publicado em 1959. A RBV busca observar as causas da variabilidade de desempenho nas firmas sendo relacionada à natureza específica dos recursos e competências que acumulam.

O caráter eclético que a *Resource-Based View* (RBV) possui considera os aspectos originados de várias linhas de pesquisa, como a economia, estratégia e organização industrial (RUGMAN & VERBEKE, 2002).

Carneiro, Cavalcanti & Silva (1997) comentam que a RBV é disposta através das características necessárias dos recursos para que se tornem uma fonte de vantagem competitiva sustentável, incluindo, a influência das barreiras de imitação sobre as diferenças de rentabilidade entre as empresas, o papel da história da empresa na obtenção e desenvolvimento de competências organizacionais críticas, a importância das diferenças das rotinas organizacionais para explicar as diferenças de rentabilidade entre as empresas.

Os autores, ainda, destacam a complementaridade da RBV com o modelo de Porter, pois essa fornece uma análise consistente das forças e fraquezas da empresa, introduzindo entendimento superior das condições à obtenção de vantagem competitiva sustentável.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



Os recursos que as organizações possuem são dispostos através de todos os seus ativos, capacidades, processos organizacionais, atributos das firmas, informação, conhecimento, entre outros controlados por esta. Os recursos devem ser habilitados para que a organização aperfeiçoe suas estratégias de modo a otimizar sua eficiência e efetividade (BARNEY, 1991).

Há uma diferenciação relacionada aos recursos e competências. Os recursos são elementos básicos, que podem ser adquiridos ou imitados em determinado grau, como os equipamentos, recursos financeiros, tecnologia e marca. Já as competências são elementos de nível superior, específicos da empresa, resultantes do aprendizado organizacional e da combinação única de vários recursos (CARNEIRO, CAVALCANTI & SILVA, 1997).

Grant (1991) classifica os componentes da RBV através dos recursos tangíveis, que podem ser visualizados e avaliados com clareza, que são os recursos humanos, financeiros e equipamentos; recursos intangíveis, que não podem ser observados diretamente, que é dado através do conhecimento, cultura organizacional, reputação da organização, habilidades gerenciais não documentadas ou tecnológicas e o relacionamento que a organização possui com seus fornecedores e clientes, parceiros, e demais atores envolvidos.

Na Visão Baseada em Recursos, a percepção da estratégia deve ser iniciada através da identificação dos recursos e competências existentes, seguindo pela avaliação da sustentabilidade da vantagem competitiva, para, por fim, escolher a estratégia adequada ao ambiente.

Na RBV há uma distribuição heterogênea de recursos entre as organizações de uma determinada indústria, resultando diferentes trajetórias experimentadas por estas. Já quando há dificuldade na replicação desses recursos, gera-se um potencializador de vantagens competitivas, podendo-se ter um desempenho sustentável e superior, até que a concorrência obtenha um conjunto de recursos semelhantes (BARNEY, 1991).

Com base nessa premissa, Durand (1999) realizou uma pesquisa em organizações francesas, as quais, visualizaram evidências empíricas onde a inimitabilidade e a imobilidade dos produtos afeta o desempenho financeiro e mercadológico de uma organização.

Barney (1991) ainda comenta que a RBV dispõe de forças que a organização pode utilizar para o aperfeiçoamento estratégico. Para que um recurso possua potencial que proporcione uma vantagem competitiva, necessita apresentar as seguintes características: é necessário que seja valioso, que torne possível o aproveitamento de oportunidade ou a neutralização das ameaças presentes no ambiente organizacional; é preciso que seja raro entre as organizações envolvidas no mercado e seus potenciais concorrentes; também, deve ser não-perfeitamente imitável. Portanto, não deve haver substitutos que sejam estrategicamente equivalentes valiosos, disponíveis e imitáveis.

Mathews (2002) comenta que os recursos que a organização possui são considerados uma unidade fundamental de geração de valor. Estes não existem independentemente, mas dentro do contexto da organização, são utilizados isoladamente



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



ou de forma conjugada de maneira a criar vantagens competitivas sustentáveis para levar a organização ao sucesso de seus resultados que são esperados por seus sócios e acionistas.

Esses valores esperados deverão ser mensurados por alguma métrica de forma a estabelecer uma avaliação em relação ao desempenho da organização. Ressalta-se que a RBV estabelece uma união entre os recursos e o diferencial competitivo, sendo de suma importância a avaliação dos aspectos relacionados aos recursos, tais como a raridade e a imobilidade, e também dos aspectos que são associados ao desempenho da organização.

6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No intuito de se analisar as questões referentes aos mecanismos de subvenções praticados pela UE, observou-se que esses mecanismos - barreiras não-tarifárias - podem refletir diretamente na gestão do setor da citricultura orgânica brasileira.

Para Brasil (2007), um dos exemplos de barreiras não-tarifárias são os subsídios ofertados pelos países desenvolvidos à produção e exportação de produtos agrícolas, que fomentam o crescimento do setor no mercado interno, diminuindo a necessidade de importações e provocando deslocamento da sobre-oferta de outros países para mercados menos atrativos, causando com isso, distorções nos preços internacionais e perda de competitividade por parte das nações em desenvolvimento.

Sob a ótica da RBV, os subsídios agrícolas podem ser classificados como recursos financeiros disponíveis que proporcionam vantagens competitivas à seus detentores. Barney (1991) comenta que tais recursos podem proporcionar desempenho sustentável e superior a concorrência até que esses obtenham as mesmas condições.

No que diz respeito à agricultura orgânica, a legislação europeia deixa claro a intenção de incrementar a atividade agrícola orgânica de seu produtor rural, subsidiando o sistema de produção a fim de compensar a redução de produtividade e rentabilidade. Tal política parece não fazer parte do contexto de rentabilidade e sustentabilidade econômica do produtor brasileiro, que não dispõe de semelhantes recursos para compensar a perda de riquezas.

Cabe ressaltar, ainda, que a disponibilidade de recursos financeiros por meio de subsídios neutraliza, na maioria das vezes, a ameaça de novos entrantes no mercado de produtos orgânicos na UE, o que comprometeria a competitividade, rendimentos e as condições de vida desejáveis à seus agricultores.

Como mencionado anteriormente, para que um recurso possa ser considerado como um instrumento de vantagem competitiva, é necessário que o mesmo seja valioso, raro e não perfeitamente imitável.

Entende-se, portanto, que o produto orgânico brasileiro, no caso específico dos citrus, é um produto valioso, pois por ser diferenciado, possui um relativo valor



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



agregado em relação aos convencionais e também raro, pois o menor volume de produção não permite que seja facilmente acessível.

Do ponto de vista da imitabilidade, pode-se dizer que não é perfeitamente inimitável quando comparado ao produto convencional, pois suas características de cultivo e manejo o tornam um produto diferenciado. No entanto, quando comparado a outros produtos orgânicos, salienta-se que o suco ou fruta cítrica produzidos na UE possuem praticamente as mesmas características físico-químicas do produto brasileiro, com a vantagem de fomentar o mercado local e manter as divisas dentro dessa comunidade, podendo ser considerada, contudo, uma *commodity* imitável.

Em vista dos pontos acima abordados e dadas as condições de análise, entende-se importante salientar os pressupostos da RBV utilizados para o presente estudo, isto é, a disponibilidade de recursos financeiros, a raridade e inimitabilidade dos produtos. Com base nesses pressupostos, sugere-se que o foco principal para a produção de cítricos orgânicos no Brasil deve estar voltado ao mercado interno, uma vez que os produtores europeus dispõem de vantagens competitivas em recursos inexistentes no Brasil, como por exemplo, a política de pagamentos ou subsídios agrícolas.

Contudo, para substancializar esta análise, aponta-se a importância da construção e utilização de métricas para avaliação do desempenho do mercado de produtos orgânicos, em vista de que a escassa literatura encontrada sobre esse tema, não permite dispor dos elementos necessários para a realização de inferências mais concisas a respeito do assunto.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se constatar neste trabalho que é possível avaliar com base nos pressupostos da RBV, os fatores que geram vantagem competitiva quando se compara o setor de produtos cítricos orgânicos numa relação bilateral entre o Brasil e UE.

Desse modo, utilizou-se como pressupostos de análise do mercado, a disponibilidade de recursos financeiros, a raridade e inimitabilidade dos produtos, características estas da RBV. Em função disso, sugeriu-se que a produção de cítricos orgânicos no Brasil seja direcionada para o mercado interno, uma vez que a realidade europeia dispõe de vantagens competitivas em recursos não existentes no Brasil, principalmente devido ao fato de que na UE os produtos orgânicos são vistos como um instrumento de política social.

É importante destacar, que para a elaboração de uma análise macroeconômica quantitativa deste setor, faz-se necessário a existência de dados mais consistentes e com maior rigor científico a respeito do mercado de produtos orgânicos no Brasil, pois observou-se na coleta de material para elaboração desse artigo a incipiência de informações numéricas e a grande ocorrência de publicações opinativas carregadas de ideologia.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Outra questão observada diz respeito a ausência de leis específicas nacionais vigentes sobre a regulamentação do setor de orgânicos, havendo somente, normatizações superficiais que dispõem de forma geral sobre este assunto.

REFERÊNCIAS

BARNEY, J. B. *Firm resource and sustained competitive advantage*. **Journal of Management**. V. 17, n.1, p. 99-120, 1991.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **Instrução Normativa N. 07**. D.O.U. Dispõe sobre normas para produção de produtos orgânicos animais e vegetais. Diário Oficial da União, Brasília-DF. 17/05/1999.

CARNEIRO, Jorge Manoel Teixeira; CAVALCANTI, Maria Alice Ferreira Deschamps & SILVA, Jorge Ferreira da. Porter Revisitado: Análise Crítica da Tipologia Estratégica do Mestre. **Revista de Administração Contemporânea**. V. 1, n. 3, São Paulo, 1997.

CEPEA. Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada. Disponível: <<http://cepea.esalq.usp.br/pib/>> Acesso em: 21 nov. 2007.

DURAND, R. *The relative contributions of inimitable, non transferable and non substitutable resources to profitability and market performance*. **Goizueta Business School**. Emory University: Atlanta, 1999.

EC. Europe Comission. Disponível em: < http://ec.europa.eu/index_en.htm> Acesso em: 21 nov. 2007.

EUROSTAT. European Union Statistics. Disponível em: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>> Acesso em: 01 nov. 2007.

FONSECA, M. F. de A. C.; CAMPOS, F. F. de. **O mercado de alimentos orgânicos certificados no Estado do Rio de Janeiro: o caso dos FVL (Frutas, legumes e verduras) in natura**. IFOAM (2000) Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/trabfern.htm>>. Acesso em: 19 nov. 2007.

GLOBO RURAL. Revista Globo Rural. (07/05/2007) **Vendas de orgânicos deve crescer 25% em supermercados**. Disponível em: <<http://www.clipclap.com.br/>>. Acesso em: 21 nov. 2007.

GRANT, R. M. *The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation*. **California Management Review**. V. 33, p. 114-135, 1991.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



JULIÁ, J.F., SERVER, R.J. **Economic and Financial Comparison of Organic and Conventional Citrus-growing Systems**. Study prepared for the Horticultural Products Group, Tropical and Horticultural Products Service, Commodities and Trade Division, FAO (Rome) 2000.

MATHEWS, J. A. *A resource-based view of Schumpeterian economic dynamics*. **Journal of Evolutionary Economics**. Heidelberg, v. 12, n. 1-2, p. 29-54, 2002.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/inicial/index.php>>. Acesso em: 21 nov. 2007.

MOLL, E. M. P., D. JULIÁ J. F., GÁUDIO, F. **The impact of European Agri-environmental Policy on Organic Citrus Growing: A case study of Calabria (Italy), and the Comunidad Valenciana (Spain)**. Farming and rural systems research and extension. European farming and society in search of a New Social Contract – Learning to Manage Change. (Pre)Proceedings of the 6th European Symposium of the International Farming Systems Association, 2004, p.797-804.

NORONHA, Durval de; SOUZA, Adriano Boni De; BRATZ, Eduardo: *Direito Agrário e Brasileiro e o Agronegócio Internacional*. Observadora Legal Editora, São Paulo, 2007.

OJEC, Official Journal of the European Communities. Disponível em: <<http://www.ojec.com>>. Acesso em: 15 nov. 2007.

PELINSKI, A., GUERREIRO E. **Os benefícios da agricultura orgânica em relação à convencional: ênfase em produtos selecionados**. UEPG Ci. Hum., Ci. Soc. Apl., Ling., Letras e Artes, Ponta Grossa, v. 12 n. 2 p. 49-72, 2004.

RUGMAN, A. M.; VERBEKE, A. *Edith Penrose's contribution to the resource-based view of strategic management*. **Strategic Management Journal**. V. 23 n. 8, p. 769–780, 2002.

SCHULTZ, Glauco; PEDROZO, Eugenio Ávila; NASCIMENTO, Luis Felipe M. (10/05/02). **As Cadeias Produtivas de Alimentos Orgânicos do Município de Porto Alegre/RS Frente à Evolução das Demandas do Mercado**: Dissertação de Mestrado em Agronegócios, CEPAN/UFRGS, 2002.

SCHULTZ, Glauco. **Relações com o mercado e (re) construção das identidades socioprofissionais na agricultura orgânica**. Tese de Doutorado em Agronegócios, CEPAN/UFRGS, 2006.