



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS**

**A FORMAÇÃO DO PREÇO INTERNACIONAL DE ALHO NO
MERCADO GLOBALIZADO**

TATIANA MONTEIRO REIS

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM AGRONEGÓCIOS

**BRASÍLIA/DF
FEVEREIRO/2012**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS**

**A FORMAÇÃO DO PREÇO INTERNACIONAL DE ALHO NO
MERCADO GLOBALIZADO**

TATIANA MONTEIRO REIS

ORIENTADOR: PROF. DRA. MARIA JÚLIA PANTOJA

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM AGRONEGÓCIOS
PUBLICAÇÃO: 66/2012**

**BRASÍLIA/DF
FEVEREIRO/2012**

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA E CATALOGAÇÃO

REIS, Tatiana Monteiro. **A formação do preço internacional de alho no mercado globalizado**. Brasília: Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, 2012, 119 p. Dissertação de Mestrado.

Documento formal, autorizando reprodução desta dissertação de mestrado para empréstimo ou comercialização, exclusivamente para fins acadêmicos, foi passado pelo autor à Universidade de Brasília e acha-se arquivado na Secretaria do Programa. O autor reserva para si os outros direitos autorais, de publicação. Nenhuma parte desta dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor. Citações são estimuladas, desde que citada a fonte.

FICHA CATALOGRÁFICA

Reis, Tatiana Monteiro

A formação do preço internacional de alho no mercado globalizado / Tatiana Monteiro Reis; orientação de Maria Júlia Pantoja. – Brasília, 2012.

119 p.: il.

Dissertação de Mestrado (M) – Universidade de Brasília/Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, 2012.

CDD ou CDU

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS**

**A FORMAÇÃO DO PREÇO INTERNACIONAL DE ALHO NO MERCADO
GLOBALIZADO**

TATIANA MONTEIRO REIS

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO SUBMETIDA
AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGRONEGÓCIOS, COMO PARTE DOS
REQUISITOS NECESSÁRIOS À OBTENÇÃO
DO GRAU DE MESTRE EM
AGRONEGÓCIOS.**

APROVADA POR:

**MARIA JÚLIA PANTOJA, Dra. (UnB)
(ORIENTADORA)**

**MAURO DEL GROSSI, Dr. (UnB)
(EXAMINADOR INTERNO)**

**ANINHO MUCUNDRAMO IRACHANDE, Dr. (UnB)
(EXAMINADOR EXTERNO)**

BRASÍLIA/DF, 29 DE FEVEREIRO DE 2012

*Sei que parecem idiotas
As rotas que eu traço
Mas tento traçá-las eu mesmo
E, se chego sempre atrasado
Se nunca sei que horas são
É porque nunca se sabe
Até que horas os relógios funcionarão
Sem dúvida a dúvida é um fato
Sem fatos não sai um jornal
(...)
Nem sempre faço o que é
Melhor pra mim
Mas nunca faço o que eu
Não “tô” afim de fazer
(...)
Não quero perder a razão
Pra ganhar a vida
Nem perder a vida
Pra ganhar o pão
Não é que eu faça questão de ser feliz
Eu só queria que parassem
De morrer de fome a um palmo do meu nariz
Mesmo que pareçam bobagens
As viagens que eu faço
Eu traço meus rumos eu mesmo
(...)
É porque nunca se sabe
(...)*

Humberto Gessinger

Dedico este trabalho ao meu Deus que sempre esteve ao meu lado. À minha família, em especial minha mãe. Minha orientadora, que nunca desistiu. Aos meus amigos e demais familiares.

RESUMO

A cadeia produtiva de alho enfrenta há anos fortes oscilações nos seus preços internacionais, em um mundo cada vez mais globalizado e integrado. Grandes *players* como China, Argentina e Brasil fazem parte deste cenário e enfrentam os impactos decorrentes deste fato. Identificar as variáveis intervenientes na formação do preço internacional do alho é imprescindível, tendo em vista que terra, adubo, semente, entre outros elementos não são suficientes para avaliar as alterações apresentadas pelo valor do alho. Assim, objetiva-se analisar esta conjuntura sob a luz dos Regimes Internacionais. Para isso, foram realizados dois estudos para identificar as variáveis intervenientes que influenciam o processo, com a aplicação de um questionário qualitativo na primeira etapa. Já a segunda, teve como diretriz um estudo quantitativo aplicado a um grupo de 25 pessoas. As principais variáveis eleitas foram: legislação, fiscalização, Organização Mundial do Comércio - OMC, tecnologia da produção e força de trabalho. O *software* Alceste (*Analyse de Lexèmes Cooccurrent dans lês Ennoncés Simple d'un Texte* - Análise Lexical Contextual de um Conjunto de Segmentos de Texto) foi usado para compreensão dos resultados preliminares do estudo I, enquanto o modelo *Bardin* foi aplicado ao segundo caso. A conclusão é focada nos dois estudos descritos anteriormente, com base na análise destes modelos. Por fim, foram feitas recomendações e agenda de pesquisa.

Palavras-chave: preço internacional de alho, globalização, variáveis intervenientes e Regimes Internacionais.

ABSTRACT

The international prices of garlic have strong oscillations for many years and productive chain of garlic should deal with this conjecture in a globalized and integrated world. Important players like China, Argentina and Brazil integrate this scene and they face the impact from this fact. It is indispensable to identify intervening variables in the composition of international price of garlic, having in view of the fact that land, fertilizer, seed and other elements are not sufficient to evaluate the modifications showed by value of garlic. Thus, it has the purpose to analyze this conjecture with base on International Relations. For that, two researches were done to identify intervening variables which influence the process. It was applied a qualitative research in the first moment. In the second step, it was applied a quantitative research to a group of 25 people. The main variables are: legislation, fiscalization, World Trade Organization – WTO, technology of production and labor force and hand labor. The software Alceste (*Analyse de Lexèmes Cooccurrent dans les Ennoncés Simple d'un Texte*) is used to comprehension of preliminary results of research I, meanwhile Bardin model is applied on the second research. The conclusion is focused in both of two researches with base on analyzes of these models. In the end, there were showed recommendations and schedule of researches.

Key-words: international price of garlic, globalization, intervening variable and International Regimes.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Formas de governança e custos de transação | 16 |
| Figura 2. Divisões das classes e análise fatorial | 45 |
| Figura 3. Divisões das classes. | 46 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1. Produção de Alho - 2009 | 23 |
| Tabela 2. Países exportadores de alho - 2007..... | 25 |
| Tabela 3. Alho na Argentina..... | 25 |
| Tabela 4. Produção Nacional 2007/2008..... | 26 |
| Tabela 5. Principais componentes da cadeia agroalimentar e agroindustrial do alho | 27 |
| Tabela 6. Importações de alho oriundas da China..... | 32 |
| Tabela 7. Importações de alho oriundas da Argentina | 33 |
| Tabela 8. Evolução real dos preços por atacado – alho nacional | 33 |
| Tabela 9. Evolução real dos preços por atacado – alho argentino..... | 34 |
| Tabela 10. Evolução real dos preços por atacado – alho chinês | 34 |
| Tabela 11. UCE – divisão de grupo e subgrupo | 54 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1. Evolução do plantio no mundo por área plantada – 1970 a 2009 | 21 |
| Gráfico 2. Evolução do plantio no mundo por quantidade produzida – 1970 a 2009 | 21 |
| Gráfico 3. Produção de alho no Brasil por área plantada | 29 |
| Gráfico 4. Produção de alho no Brasil por quantidade produzida..... | 29 |
| Gráfico 5. Ocorrência dos grupos no <i>corpus</i> do estudo II..... | 56 |
| Gráfico 6. Ocorrência dos subgrupos no <i>corpus</i> do estudo II | 57 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 01 |
| 2. REFERENCIAL TEÓRICO..... | 03 |
| 2.1 Globalização – compreensão do cenário internacional | 03 |
| 2.2 Regimes internacionais..... | 07 |
| 2.3 Teoria dos custos de transação | 14 |
| 2.4 Problematização | 17 |
| 2.5 Justificativa..... | 18 |
| 2.6 Hipótese | 18 |
| 2.7 Objetivo Geral | 19 |
| 2.7.1 Objetivo específico..... | 19 |
| 3. METODOLOGIA..... | 20 |
| 3.1 Setor alheiro: panorama geral | 20 |
| 3.1.1 China | 23 |
| 3.1.2 Argentina..... | 25 |
| 3.1.3 Brasil | 28 |
| 3.2 Métodos e técnicas de coleta dos dados | 35 |
| 3.2.1 Delineamento da pesquisa..... | 35 |
| 3.2.2 Coleta de dados | 37 |
| 3.2.3 Procedimentos de pesquisa | 38 |
| 3.2.4 Caracterização dos participantes do estudo I..... | 39 |
| 3.2.5 Critérios para seleção de amostra..... | 40 |
| 3.2.6 Caracterização dos participantes e descrição do estudo II..... | 40 |
| 3.2.7 Critérios para seleção de amostra..... | 42 |
| 4. ANÁLISE DOS DADOS..... | 43 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| 4.1 <i>Software</i> Alceste..... | 43 |
| 4.2 Análise de conteúdo | 44 |
| 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO | 45 |
| 5.1 Estudo I | 45 |
| 5.2 Estudo II | 48 |
| 5.2.1 Estudo II - <i>Corpus</i> | 53 |
| 6. CONCLUSÃO..... | 58 |
| 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 62 |
| ANEXOS | 64 |

INTRODUÇÃO

O mundo globalizado e interdependente apresenta novo cenário e agenda. Pode-se constatar que existem novos atores com relevância internacional e, conseqüentemente, novos temas emergem como focos centrais de pesquisas.

Este trabalho aborda essas novas variáveis intervenientes que desempenham papel central relevante no cenário contemporâneo. O objetivo é identificar e analisar quais delas incidem significativamente na formação do preço internacional do alho.

A cadeia produtiva enfrenta há muitos anos as oscilações de preço impostas por diversos *players*, que definem os regimes internacionais de cada época. No caso do alho, há uma discussão em voga onde coloca a China como o Estado detentor deste poder de estipular o valor comercial nos mercados internacionais. Portanto, busca-se analisar como ocorre este processo e se é possível traçar estratégias para minimizar os impactos das constantes alterações de preços.

Este problema de pesquisa adquire relevância, principalmente, no contexto da importação de alho chinês e argentino. O Brasil, na década de 1990, abastecia aproximadamente 90% do mercado nacional e somente 10% era importado. Hoje o cenário é praticamente o inverso do que foi apresentado: produz 30% e importa 70%. A perda de competitividade se deu, basicamente, pelos baixos preços praticados pela China e que foi reconhecido pelo governo brasileiro como prática de *dumping*¹.

Foi implementada a taxa *antidumping* que equivale a US\$ 0,52 por quilo de alho importado. Em outras palavras, todo alho de origem chinesa que fosse desembaraçado

¹ Este trabalho foi realizado pelo governo brasileiro no ano de 2002. A parte interessada, neste caso a Associação Nacional dos Produtores de Alho, apresentou todos os documentos técnicos de acordo com as normas do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Disponível em www.desenvolvimento.gov.br. Acessado em 10 de outubro de 2010.

no Brasil deveria pagar este valor. Todavia, isso não ocorre, pois os importadores conseguem liminares na justiça para não pagar a taxa devida.

Para analisar este cenário buscou-se referencial teórico na área de Relações Internacionais, com foco em Regimes Internacionais. Portanto, além desta meta-teoria, abordou-se a Globalização, como um fenômeno que oferece o cenário de análise em que o objeto de estudo está inserido, Interdependência e Teoria do Custo de Transação, no campo do Agronegócio.

Para tanto, o presente estudo caracteriza-se como exploratório, usando abordagem qualitativa para análise de dados na primeira etapa da pesquisa de campo, com vistas a subsidiar a segunda etapa de pesquisa qualitativa com um grupo de 25 pessoas que atuam no setor alheio, realizada por meio de estudo dirigido – por meio de questionários qualitativos e quantitativos - aplicado a um grupo de entrevistados, que atuam no mercado nacional e internacional de alho.

O texto encontra-se estruturado em cinco partes. Na primeira seção é apresentado o referencial teórico que fundamentou o trabalho. Na segunda seção são detalhados os procedimentos metodológicos adotados no estudo. Na terceira seção é caracterizada a análise de dados. Na quarta seção são apresentados e discutidos os principais resultados do estudo exploratório. Por fim, na quinta seção, é apresentada a conclusão e elencadas as sugestões de agenda de pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Globalização - compreensão do cenário internacional

O atual cenário internacional apresenta conjuntura distinta dos períodos de guerra, como a Primeira e Segunda Guerra Mundial. Ressalta-se o mundo mais integrado e interdependente. Estas características compõem o importante *fenômeno* conhecido como globalização, entendido neste trabalho como cenário de compreensão do objeto estudado.

Sua origem é relativa aos anos anteriores ao período de mercantilização, mas ela ganhou impulso com a navegação europeia e com a colonização na América. Além disso, o comércio nesta ocasião foi intensificado entre a Europa e a Ásia.

De acordo com Tilly, há no mínimo três ondas de globalização no último milênio. A primeira ocorreu no século XIII com a constituição do Império Mongol, que proporcionou o comércio internacional afro-euroasiático. A segunda onda aconteceu no século XVI, com a expansão comercial e militar europeia que se estendeu do Oceano Índico ao Caribe. A última onda é relativa ao século XIX, quando a expansão imperialista contribuiu para o domínio europeu de 4/5 do mundo. (Apud. ARRIGHI, 2003).

Já seu conceito é abrangente, uma vez que existem diversos tipos de globalização. Para a CEPAL (2002), ela se resume em:

Crescente gravitação dos processos financeiros, econômicos, ambientais, políticos, sociais e culturais de alcance mundial sobre aqueles de caráter regional, nacional ou local.²

Para Tilly (Apud. ARRIGHI, 2003), o fenômeno pode ser entendido como:

Um aumento na abrangência geográfica das interações sociais localmente relevantes, especialmente quando esse aumento estende uma proporção significativa de todas as interações entre as fronteiras internacionais e intercontinentais.

Outros autores que trabalham este fenômeno são Keohane e Nye. Em seu livro, *Power and Interdependence*, eles apresentam uma análise acerca da globalização. Para eles, a mais antiga forma de globalização foi ambiental: a mudança climática afetava a maré e o fluxo de pessoas durante milhões de anos. Conseqüentemente, uma característica marcante da globalização é o processo migratório.

Ainda, na visão destes autores, a globalização possui raízes ancestrais e é entendida como (KEOHANE; NYE, 2001):

Um estado do mundo que envolve redes de interdependência em distâncias multicontinentais, ligados por meio de fluxos e influências de capital e mercadorias, informação e idéias, pessoas e força, não se esquecendo da questão ambiental e biológica (como a chuva ácida ou patogenias).

Eles classificam a globalização em quatro diferentes tipos: econômico, militar, ambiental e sociocultural. O primeiro diz respeito ao fluxo de mercadorias, serviços, capital, informação e percepções que acompanham as mudanças no mercado. Há conexão entre as produções do mundo inteiro, em que as tecnologias são transferidas, as organizações estão interligadas e a participação de empresas multinacionais é maior.

O segundo são as redes de interdependência que atuam em um espaço de longa distância e nas quais a força, a ameaça ou uso da força é empregado. Um exemplo para este fenômeno é o Equilíbrio de Terror, que ocorreu durante a Guerra Fria. O terceiro trata do transporte de materiais na atmosfera, nos oceanos, de substâncias patológicas (como as patogenias ou materiais genéticos), que afetam a saúde humana e seu bem-estar. Por último, a sociocultural que envolve movimentos de idéias, informações, imagens e pessoas.

De acordo com Keohane e Nye (2001), ainda pode-se falar da globalização contemporânea, que é composta por três fatores:

- (1) Aumento do *network* em todo o mundo;
- (2) Aumento da “velocidade institucional”;
- (3) Aumento da participação transnacional.

GILPIN (2004), por sua vez, também discute com o argumento de que o mundo vive uma economia capitalista global, bastante integrada e que deixou no passado as marcas de um cenário dividido internacionalmente pela Guerra Fria.

A globalização, de acordo com GILPIN (2004), é o processo que integra cada vez mais as economias no sistema econômico global. Este fato decorre do aumento do comércio, dos fluxos financeiros internacionais e das atividades das corporações multinacionais em nível internacional (GILPIN, 2004). Conseqüentemente, a interdependência surge neste contexto de maior integração internacional, conectando atores e agendas no mundo inteiro.

Como pode se observar, a globalização está presente no campo financeiro, econômico, ambiental, político, social e cultural. No caso do presente trabalho, ela ainda pode ser entendida como um cenário de oportunismos. Cada área da globalização busca suas preferências, tradições, culturas e aspectos característicos. É necessário um regime internacional que coordene os interesses dos diversos atores envolvidos em agendas e temas interdependentes. O mundo cada vez mais complexo mostra a importância de se estabelecer um regime internacional para lidar com os fatos e agendas, além de instituir as normas e regras que deverão ser seguidas pelos seus agentes. Essa perspectiva teórica será apresentada e discutida a seguir.

2.2 Regimes internacionais

Diversas análises teóricas foram realizadas para se compreender o cenário internacional, tanto do ponto de vista dos atores, quanto da agenda. Realismo e o idealismo encabeçam os principais debates desta área, porém não são suficientes para analisar os diversos aspectos que envolvem os estudos internacionais. Neste sentido, diferentes pesquisadores apresentaram novas linhas de estudo, dentre eles, os regimes internacionais.

Interessante pontuar que regimes internacionais não são considerados como uma teoria em si, mas uma perspectiva sistêmica da ordem internacional. De acordo com KRASNER (1995) eles são definidos como:

Principles, norms, rules, and decision-making, procedures around which actor expectations converge in a given issue-are. As a starting point, regimes have been conceptualized as intervening variables standing between basic causal factors on the one hand and outcomes and behavior on the other.³

Princípio nada mais é do que um conjunto de crenças de fatos, causas e reações. Em síntese, eles podem ser entendidos como crenças. Normas são os modelos de comportamento definido em termos de direitos e obrigações, ou seja, normas se constituíram nos padrões gerais. Já as regras são as prescrições e proscricões

³ Tradução livre: princípios, normas, regras e tomada de decisão, procedimentos que convergem com as expectativas do ator em uma determinada área. Como um ponto de partida, regimes se conceituaram como variáveis intervenientes permanentes entre fatores casuais básicos por um lado e resultados e comportamento do outro.

específicas, os procedimentos da tomada de decisão que levam as regras de escolha coletiva.

Além disso, regimes internacionais atuam no sentido de harmonizar e cooperar, sendo que o primeiro é natural enquanto o segundo é buscado. Os regimes só existem devido à presença de um *hegemon*. Existem regimes que nascem sem a sua presença, mas o seu funcionamento é questionável.

À medida que os regimes existem, mudam-se as relações entre os Estados, pois a ação de cada um depende do seu poder perante outro país. Em outro sentido, os regimes formam um equilíbrio não somente de acordos, mas arranjos que facilitam acordos *ad hoc*.

Eles ainda possibilitam:

- A probabilidade de obter o comportamento esperado pelo outro;
- Aumentar a reciprocidade;
- Reduzir a complexidade das relações;
- Reduzir custos.

Regimes podem ser vistos como atributos inerentes a qualquer padrão complexo e reiterado de relações. Eles, mesmo que atuem na área de mercado, não se sustentam apenas pelo auto-interesse.

Sua origem é bastante questionada, mas sua continuidade foi aplicada de maneira adequada. Tem a seguinte explicação:

- Auto-interesse (expectativa de maximização),
- Poder,
- Valores,
- Hábitos e costumes (inércia do comportamento rotinizados);
- Conhecimento.

Este novo conceito apresenta a idéia de debate entre as teorias realista e idealista. É a busca por compreender e resumir o neorealismo e o neoinstitucionalismo. Uma tentativa de fundamentar a nova realidade do cenário internacional pós 1970. Somente o realismo e o idealismo não eram capazes de analisar a realidade internacional e suas perspectivas. Na verdade, vem de encontro como novas variáveis intervenientes que não se enquadram em teorias clássicas e que influenciam de maneira considerável a atuação dos Estados.

Os regimes podem ser diferenciados de acordo com sua função e questão central a ser difundida. Podem ser funcionais se há uma finalidade em si ou comportamental. Eles podem existir para proteger bens públicos ou para atuar no papel dos preços perante a sociedade econômica. Em síntese, a permanência de um regime depende da figura do *hegemon* que defende e propaga as suas normas, crenças e princípios.

Um exemplo de regime internacional é o período da Guerra Fria. É possível identificar regras internacionais vigentes que coordenavam as ações dos dois principais

atores deste contexto: Estados Unidos e Rússia. Regras e normas internacionais existiam para evitar um confronto militar, devido ao avanço da tecnologia bélica. O equilíbrio de poder entre duas grandes potências tornava o sistema internacional harmônico no sentido de assegurar a paz desejada. Suas instituições têm credibilidade enquanto os regimes existirem. Com relação ao período descrito anteriormente, nota-se que a instituição OTAN não possui a mesma credibilidade e poder que desfrutava na Guerra Fria.

No século XXI o mundo cada vez mais globalizado, como apresentado anteriormente, apresenta agenda mais diversa com novos temas relevantes. Comércio e mercado internacionais compõem este contexto contemporâneo. Neste sentido, buscase analisar e identificar o atual *hegemon* e o regime internacional vigente, que atue de maneira preponderante em um mundo que “há conexão entre as produções do mundo inteiro, em que as tecnologias são transferidas, as organizações estão interligadas”, como descrito anteriormente.

Tendo em vista estas características, pode-se considerar que o cenário internacional contempla este panorama? E ademais, é possível identificar um regime internacional comercial? De acordo com Krasner, os regimes mudam porque a estrutura de poder sofre transformações perante um sistema internacional cada vez mais complexo. O trecho a seguir resume esta ideia KRASNER (1995):

Personalidades mudaram, normas mudaram e o poder mudou. Como resultado, um regime internacional foi desacreditado, eliminado e substituído. A transformação foi não menos que uma mudança compreensiva nos princípios pelos quais os governos conduziram suas Relações Internacionais.

Os regimes surgem com o objetivo de atender os interesses do Estado, além de reduzir incertezas. A normatização, os princípios e as regras apresentam o caráter de organizador do cenário internacional que diverge de acordo com as necessidades dos seus atores.

As idéias apresentadas anteriormente não seriam diferentes para lidar com o comércio internacional. Cada vez mais é imprescindível a idéia de regular uma área que lida com competitividade e concorrência em um mundo global. Muitos Estados não possuem parâmetros de produção e trabalho, além de não considerar a importância dos direitos humanos, o que ocasiona diversas práticas de concorrência não leal que pode levar a prática de *dumping* ou outra ação que prejudique a livre concorrência.

E neste ponto não se trata somente de oferta e demanda, mas da análise de demais variáveis intervenientes que influenciam na formação de preço de cada bem negociado. Diante desta perspectiva, pode-se afirmar que existia *hegemon* durante a Guerra Fria. Com o fim deste período os Estados Unidos da América assumem este papel. No entanto, é possível afirmar atualmente que existe um novo *hegemon* ou que ainda os Estados Unidos conduzem o regime internacional vigente?

A China se tornou a segunda maior economia do mundo (TREVISAN, 2012), ficando atrás somente dos Estados Unidos. Questiona-se que o país cresceu, mas as mazelas sociais ainda persistem. Neste sentido, podem-se analisar profundamente como estes fatores influenciam na formação de preços de mercadorias que são comercializadas em âmbito internacional.

Assim, retoma-se a questão: é possível afirmar que os Estados Unidos ainda exercem papel hegemônico nos regimes internacionais vigentes? E se ele não exercer, a China, como segunda economia do mundo, é capaz de assumir esta posição?

O *hegemon* precisa desempenhar o papel de regulador, de normatização. Os regimes surgem das suas necessidades, de seus oportunismos. Com base em suas crenças e regras, surge a possibilidade de normatizar o cenário internacional por meio de regimes. Em um mundo global, com tecnologias que reduzem as fronteiras e um comércio internacional que prima pela troca constante de produtos e bens, com surgimento de novos atores expoentes como Brasil, Rússia, Índia e China – conhecidos como Bric – busca-se identificar qual Estado é o *hegemon* que define as regras, oportunista, que atua em seu interesse e que coordena o cenário internacional, principalmente no que diz respeito ao âmbito do comércio.

O que é visível sobre este assunto é a existência de um organismo internacional chamado Organização Mundial do Comércio – OMC que deve atuar para dirimir questões ligadas ao âmbito do comércio internacional. Porém, o organismo não possui a real credibilidade para atuar e equilibrar este setor, como aponta o resultado do estudo dirigido II realizado nesta dissertação.

Não se pode descartar o importante papel que os Estados Unidos exercem, mas é possível considerar que o mundo lida com novas variáveis que o Estado por si só não tem total poder sobre ela. Portanto, também não é possível afirmar certamente que a China surge nesta ocasião para assumir o papel do então poderoso império ocidental. No entanto, no que diz respeito ao objeto deste estudo, o alho, este Estado é o mais importante *player*, como será detalhado no capítulo 3. Metodologia, especificamente no 3.1.1 – China.

O comércio internacional precisa ser regulado para atender não somente aos anseios do *hegemon*, mesmo entendendo que um regime sobrevive com a sua presença. O regime internacional deve existir para tornar o cenário internacional mais equilibrado e competitivo para o desenvolvimento dos Estados. O alho é um produto que exemplifica com notoriedade esta situação. Por mais que a China se destaque pela grande oferta de produto e por ditar o preço internacional por diversas práticas de comércio que são questionáveis, ela não pode permanentemente desequilibrar um setor como o alho. Os resultados das pesquisas feitas mostram, de maneira geral, que as regras praticadas por ela só beneficiam ela mesma. E os demais Estados com seu povo? Aceitará esta situação sem apresentar alternativas para lidar com o *player*? O Brasil, se permanecer nesta linha de pensamento, extinguirá sua produção de alho? E os empregos que são gerados por esta cultura dentro deste Estado?

Em síntese, a compreensão ampliada de como ocorre à formação de preço internacional do alho é o primeiro passo para que um Estado se posicione no cenário global e que possa elaborar suas diretrizes dentro do regime internacional vigente, tendo em vista as práticas realizadas no contexto de globalização presente. De acordo com os estudiosos da Nova Economia Institucional, não é mais possível pensar em formação de preço como somente uma tabela pronta e definida. A cada dia, com o advento e mudanças de regimes, é preciso analisar todo o cenário que envolve a formação de preço internacional.

2.3 Teoria dos custos de transação

O texto base para estudo deste tema é *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications* cujo autor é Williamson, pesquisador e especialista.

A Teoria dos Custos de Transação é um modelo que auxilia no entendimento do estudo sobre a formação do preço internacional do alho. O objetivo é analisar o modelo de falhas organizacional neste contexto.

Em uma breve análise é possível afirmar que a racionalidade limitada é fator que atua no comercial internacional. No caso do alho, o agente que for menos limitado é capaz de maximizar o seu lucro na transação comercial. Aquele que possui informações mais estratégicas pode alterar sua posição durante a negociação. Explica-se: em 2008 o preço da caixa do alho chinês estava US\$ FOB 3.00 e em 2010 o preço está próximo de US\$ FOB 22.00.

A variação é elevada e tem alto impacto sobre os agentes da cadeia. Quem desistiu da produção em 2009 devido aos pequenos preços da safra em 2008, realizou o prejuízo, enquanto aqueles que permaneceram, conseguiram resultados positivos.

Esta análise está ligada ao entendimento das oscilações do mercado e das reduções dos riscos, no contexto de incertezas e complexidades. Assim, o agente que possuir mais informações pode proporcionar resultados positivos para a sua transação.

Os que mais geraram resultados negativos foram os produtores de alho brasileiro em 2008, pois o seu custo de produção não pode ser compensado devido aos baixos preços praticados pela China. Mesmo com a aplicação da taxa *antidumping*, não foi possível estabelecer um preço mínimo para concorrência, assunto detalhado na caracterização do setor.

Mas o problema do preço internacional do alho vai além da quantidade de informação. É relevante analisar outras variáveis intervenientes que compõem a formação do preço e que promovem suas oscilações. É possível relatar neste tópico a importância da mão-de-obra e os contratos de trabalho (sabe-se que na China não existem leis trabalhistas e este fator tem forte impacto na elaboração do preço), meio ambiente (outro quesito que a China não promove em seu Estado e não procura cuidar dos recursos disponíveis em seu território), qualidade de produção, dentre outros.

Outra importante variável do custo de transação é o oportunismo. Em um mundo cada vez mais globalizado, esta característica se sobressai para defender os interesses de cada Estado e agente. Os regimes internacionais assumem o papel de regulamentar a atuação dos atores para evitar um cenário desarmônico e sem equilíbrio. Ou seja, o regime internacional é orientação para promover a ordem buscada.

A China é o grande agente desta cadeia, pois é o principal produtor e exportador mundial. Atualmente, ela dita os preços do mercado, desequilibrando a concorrência em todo mundo, com base no oportunismo e nas informações que obtém a respeito da produção no seu país e no nível internacional. O problema é a vulnerabilidade dos outros países perante as tomadas de decisão da China. Neste sentido, é importante a constituição de instituições sólidas que regularizem o comércio internacional de alho e a formação do seu preço. A Organização Mundial do Comércio - OMC, como instituição internacional, tem papel importante neste tema, porém é necessária a cooperação de todos os agentes do setor que estão envolvidos em nível nacional e global para discutir estratégias de regulamentação do setor alheiro, com o objetivo de tornar o comércio internacional mais equilibrado para a competição.

Em outras palavras, busca-se analisar o processo de formação do preço do alho no mercado internacional não do ponto de vista do custo de produção, mas sim no de

transação, interpretando-a à luz da meta-teoria de regimes internacionais. No caso do alho, não é simplesmente considerar o preço da terra, do insumo e a questão da chuva para formar o preço do produto que irá para o mercado. Oportunismos, interesses, racionalidades, informações, tecnologias, barreiras, leis, dentre tantas outras variáveis são capazes de agir diretamente no resultado final da comercialização internacional do alho.

O quadro a seguir (LOPES; SILVA; PAULILLO. 2011) resume o panorama internacional em que o alho se encontra e as atuais formas de governança que podem ser implementadas para minimizar os impactos das variáveis intervenientes na formação do preço internacional do alho.

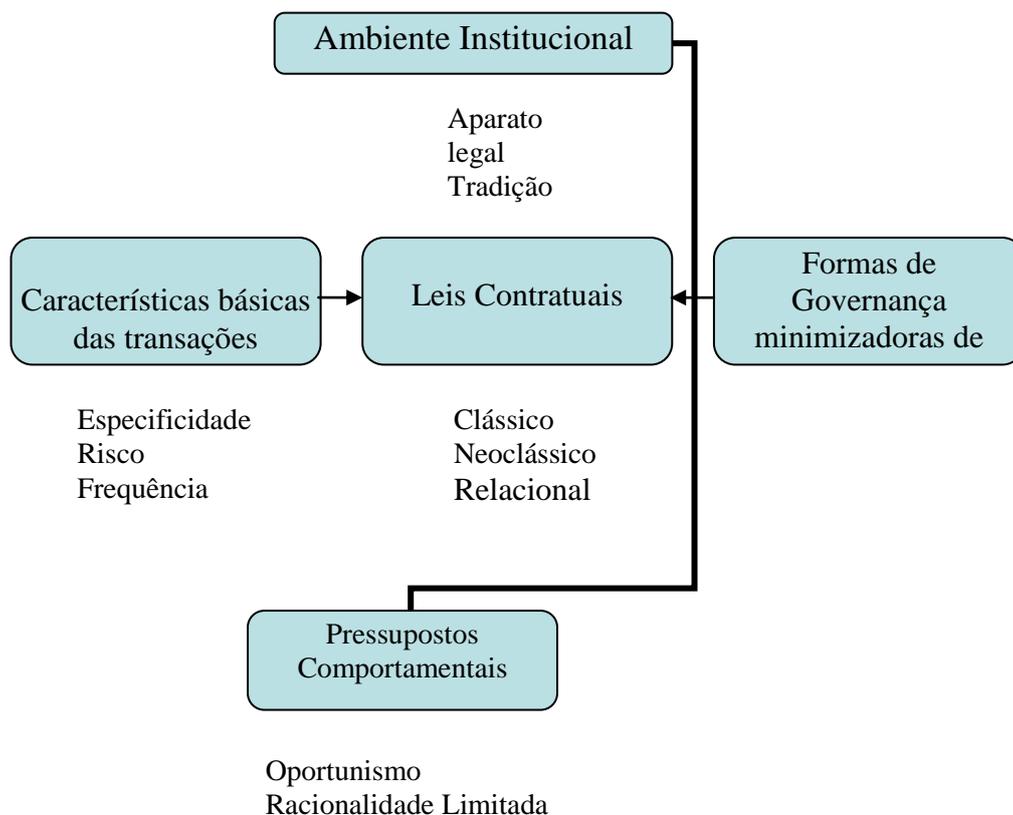


Figura 1. Formas de governança e custos de transação

2.4 Problematização

O cenário de preços de alho internacional de 2010 se configura com as seguintes características: a China coloca o seu alho no mercado com o preço aproximado de US\$ 22.00 a caixa de 10 quilos, e o Brasil pratica valores próximos a US\$ 35.00. Ressalta-se que a formação do preço provoca um efeito cascata, pois a China influencia diretamente o Brasil, e conseqüentemente a Argentina. Apesar de este país ser o segundo maior exportador mundial, a definição do seu preço é dada pelo encadeamento China-Brasil.

Neste sentido, constata-se uma amplitude considerável nos custos de transação que pode ser analisada em duas perspectivas: a qualidade do produto brasileiro é superior e por isso apresenta um preço mais elevado ou os custos da fabricação nacional são tão elevados que impedem a livre concorrência com o produto chinês.

Diante disso, questiona-se: por que não reduzir o preço do produto nacional para que ele se torne mais competitivo? A estratégia focaliza a qualidade do produto e valorização do alho roxo brasileiro? Ou tem como meta a não retirada do *antidumping*? Falta coordenação por parte dos agentes que compõem a cadeia? Seria adequada a adoção de mecanismo de conciliação para alcance de resultados coletivos?

Quem mais se beneficia com a estrutura de formação de preço do alho no presente momento é a Argentina. Como o alho está mais caro na China, logo há elevação do preço no Brasil, o que aumenta o valor comercial do produto na Argentina. Produto este que será exportado ao Brasil.

Dentro desse cenário, é possível constatar que falta organização da cadeia de valor nos diferentes níveis, no sentido de equilibrar a formação de preço para que cada agente que compõe o setor seja capaz de se manter na atividade de maneira sustentável.

Portanto, deve-se relevar o papel das instituições como uma ferramenta de conciliação para a manutenção da atividade e de negociação para a busca de soluções comuns, em benefício do coletivo e da classe.

2.4 Justificativa

É relevante compreender a formação do preço internacional do alho para que se possa regulamentar o setor e promover a competitividade trazendo assim o equilíbrio no mercado, tanto no âmbito do regime internacional quanto no que diz respeito à governança dentro do Estado brasileiro. Atualmente, a China dita às regras do mercado e qual o valor do alho a ser comercializado na esfera nacional, quanto na internacional. Analisar este fenômeno como trabalho acadêmico representa uma tarefa que busca aprofundar o problema inerente a cadeia produtiva do alho desde 1979 e que ainda hoje não se pautou no meio científico para interpretar os fatos e dados do sistema.

2.5 Hipótese

A literatura especializada comprova que variáveis tais como terra, insumo, mão de obra, semente, maquinário, frete e despesas administrativas influenciam na formação do preço do alho. Todavia, existem variáveis intervenientes, como posicionamento estratégico da China perante o comércio internacional no que diz respeito ao meio ambiente, políticas públicas, subsídios e *dumping* que impactam na formação do preço

internacional de alho. Busca-se comprovar que há variáveis intervenientes com papel preponderante na definição do preço internacional do alho.

2.8 Objetivo geral

Analisar as variáveis intervenientes que incidem na formação do preço internacional do alho no mercado globalizado.

2.8.1 Objetivos específicos

Identificar as principais variáveis intervenientes na formação do preço nacional do alho;

Analisar os cenários que podem influenciar na formação de preço internacional de alho;

Analisar o papel dos principais *players* no comércio internacional.

3 METODOLOGIA

3.1 Setor alheiro: contexto geral da pesquisa

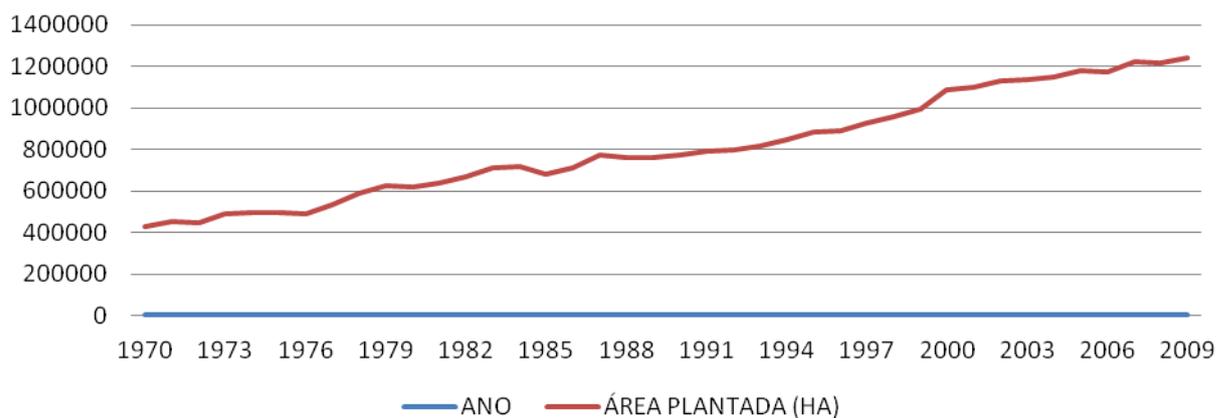
Hortaliças fazem parte do contexto alimentar de todo o mundo. Em 2006, a produção total de hortaliças no Brasil foi de 17,5 milhões de toneladas, ocupando a área cultivada de 771,4 mil hectares. O valor total da produção foi estimado em R\$ 11,5 bilhões, que corresponde a 2% do PIB do agronegócio brasileiro. Nos últimos dez anos a produção de hortaliças no país aumentou 33%, enquanto a área foi reduzida em 5% e a produtividade incrementou 38%. No mesmo período, três quartos do volume de produção se concentravam nas regiões Sudeste e Sul, enquanto o Nordeste e o Centro-Oeste respondiam pelos 25% restantes (IBGE, 2005).

O alho é uma hortaliça bastante apreciada como tempero alimentar e com indicações para uso medicinal. A sua produção se originou, possivelmente, na Ásia há mais de 6000 anos. Depois avançou pelo mundo, conquistando a Europa mediterrânea. Nos primórdios, o alho se relacionava a pobreza devido ao forte cheiro do produto. Também era usado como moeda de troca na aquisição de escravos no Egito antigo (7 quilos eram suficientes na comercialização de um escravo). Com o decorrer do tempo, o alho se tornou um produto conhecido pelas propriedades funcionais e ganhou destaque na culinária (ANAPA, 2010).

Com relação à produção mundial, ela se estabelece em quatro regiões distintas, a saber: Ásia, Europa, América do Norte e América do Sul. Os dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação - *Food and Agriculture*

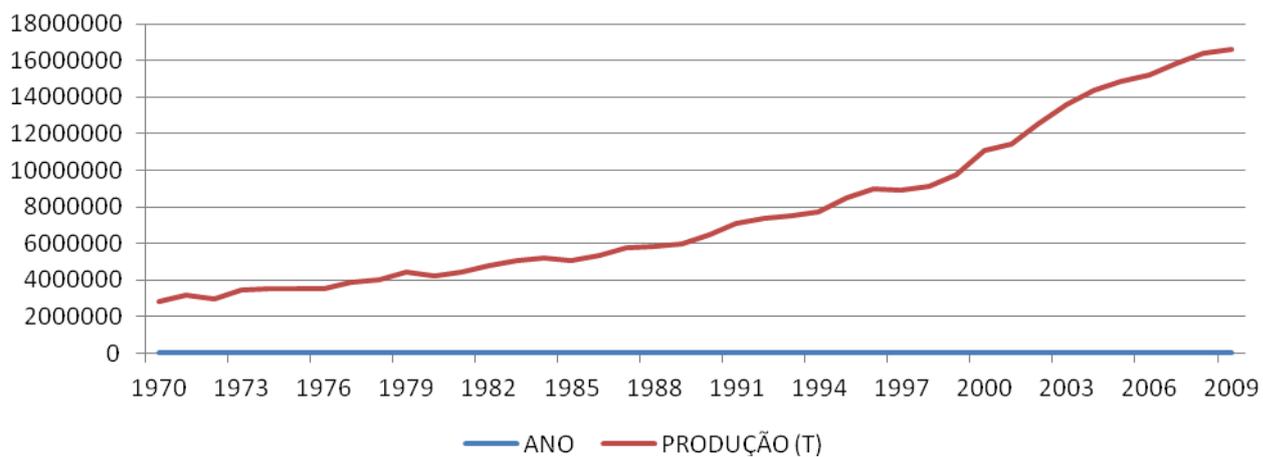
Organization - FAO - apresentam a evolução da área plantada e da quantidade produzida no período que vai de 1970 a 2009. A seguir, os gráficos com a análise para o período:

Gráfico 1: Evolução do plantio de alho no mundo por área plantada -1970 a 2009



Fonte: FAO.

Gráfico 2: Evolução do plantio no mundo por quantidade produzida -1970 a 2009



Fonte: FAO.

Dos gráficos apresentados anteriormente pode-se inferir que a produção por hectares aumentou em três vezes durante os anos de 1970 e 2009, ou seja, de 400.000 hectares foi para mais de 1.200,000 hectares. Este fato também é observado no que diz respeito à quantidade produzida: aumentou em oito vezes, de 2.000.00 toneladas em 1970 para mais de 16.000.000 toneladas em 2009. A tecnologia é o principal elemento propulsor para o aumento em escala destes dados, tais como: melhorias na qualidade da semente, aplicação de técnicas eficientes de produção – por exemplo, a vernalização⁴.

Esta melhoria da produção se faz necessária para atender ao crescimento do consumo mundial. Sem os aparatos tecnológicos, os preços dos alimentos seriam muito altos, gerando inflação para os consumidores. Este é um dos grandes desafios da agricultura mundial: produzir em larga escala, com qualidade e preço justo.

Outra análise pode ser feita a partir da produção de alho dividida por regiões geográficas.

⁴ Vernalização é uma técnica de plantio onde a planta recebe frio necessário para que possa se desenvolver em outro estágio da produção. O texto *Técnica de Vernalização viabiliza produção de alho no Centro Oeste* explica a aplicação no alho: “técnica de vernalização, desenvolvida pela Embrapa Hortaliças, vem ajudando a expansão da área de cultivo de alho, até então restrita a regiões frias, como o Sul do Brasil, concentrando-se principalmente nos Estados de Santa Catarina, e Rio Grande do Sul. Hoje, o país produz cerca de 70 mil toneladas do produto, o que representa 60% do consumo nacional. Apesar do nome parecer complicado, a técnica tem um funcionamento simples. Coloca-se o alho semente em câmaras frias por 50 dias, a uma temperatura entre 2 e 3 graus centígrados. Depois, é só retirar o material e fazer o plantio em, no máximo, dez dias.” Disponível em http://www.cnph.embrapa.br/noticias/not_27.htm. Acessado em 21 de outubro de 2010.

Tabela 1: Produção de Alho – 2009

| Região Geográfica | Área plantada (Há) | Produção (t) |
|-------------------|--------------------|-----------------|
| Mundo | 1242674 | 16593073 |
| Ásia | 1035258 | 14763328 |
| Europa | 104179 | 778309 |
| América do Norte | 9654 | 179444 |
| América do Sul | 35844 | 317712 |
| TOTAL | 2427609 | 32631866 |

Fonte: FAO.

Como se pode observar nos dados apresentados na tabela 1, a Ásia é a principal região geográfica produtora de alho, com o equivalente a 83,31% da produção mundial no ano de 2009. A China é o principal país representante da Ásia, com 722.040 hectares de área plantada, o que corresponde a 69,74% do total cultivado nesta localidade. Sendo assim, constitui-se em grande produtor e exportador mundial devido ao crescente apoio governamental na concessão de terra, fornecimento de insumos e demais materiais necessários para a produção. Por estes fatores, este trabalho analisará três *players* de destaque: China, principal produtor e exportador mundial; Argentina, segundo maior exportador; e Brasil, importador.

3.1.1 China

Neste país existem duas leis contemplando as dimensões específicas dos conceitos de rural e urbano. Para o chinês rural, foco do estudo, o governo doa um

pequeno pedaço de terra para a construção da casa própria, sendo assim, esta propriedade não é mais do governo. Já a área utilizada para a produção é posse do governo, concedida sem custos para o agricultor trabalhar e fornecer alimento para o país. Parte da produção é entregue ao governo pelo agricultor, sem receber valor monetário pelo trabalho. O restante ele pode comercializar para manter as despesas familiares. A proporção repassada ao governo depende do produto, se ele é ou não estratégico para a sobrevivência nacional. Em resumo, o agricultor chinês possui diversos estímulos para produzir com custo mínimo, que o torna bastante competitivo no mercado internacional. É uma tática do governo chinês para alcançar novos mercados e manter a população rural no campo, para não sobrecarregar ainda mais as cidades.

A cidade referência em produção de alho se chama Jinxiang, que está localizada na província de Jining. A mão de obra é familiar, sendo que cada uma delas possui 666m² (o que corresponde a um hectare no padrão brasileiro) para sua produção e sobrevivência. O governo fornece a terra, os insumos e as sementes necessárias para o trabalho.

A tabela a seguir apresenta a posição da China perante os dez principais exportadores mundiais:

Tabela 2: Países exportadores de alho – 2007

| Posição | Região | Quantidade (t) | Símbolo | Valor (1000\$) | Símbolo | Valor Unitário (\$/t) |
|---------|---------------|-------------------|---------|-------------------|---------|--------------------------|
| 1 | China | 1438152 | | 872106 | | 606 |
| 2 | Argentina | 120490 | | 125426 | | 1041 |
| 3 | Espanha | 49625 | | 128325 | | 2586 |
| 4 | Países Baixos | 22707 | | 45177 | | 1990 |
| 5 | Malásia | 22383 | | 5950 | | 266 |
| 6 | França | 12701 | | 45720 | | 3600 |
| 7 | México | 11185 | | 13084 | | 1170 |
| 8 | Itália | 8505 | | 28078 | | 3301 |
| | Emirados | | | | | |
| 9 | Árabes | 8047 | R | 4626 | R | 575 |
| 10 | Equador | 5223 | | 464 | | 89 |

Fonte: FAO. R – estimativa com base nos dados dos parceiros comerciais

3.1.2 Argentina

Com base na tabela anterior é possível ratificar a informação que a China é o principal exportador, além de apontar a Argentina como o segundo exportador mundial de alho. Com o sistema de gotejamento, o alho argentino tem forte participação global, com a variedade roxa e chinesa. Sua exportação tem como principal destino o mercado brasileiro.

Tabela 3: Alho na Argentina

| Ano | Área | |
|------|----------|----------|
| | Plantada | Produção |
| 2009 | 15600 | 140000 |

Fonte: FAO.

A tabela anterior mostra que em 2009 foram plantados mais de 15.000 hectares de alho no país, o que assegura a primeira posição dentre as hortaliças exportáveis da Argentina. A tabela a seguir apresenta as principais áreas de produção.

Tabela 4: Produção Nacional – 2007/2008

| Região | Área Plantada (HA) |
|--------------|--------------------|
| Mendoza | 11000 |
| San Juan | 2000 |
| Buenos Aires | 750 |
| Córdoba | 200 |
| Tucumán | 200 |
| Jujuy | 200 |
| Neuquén | 50 |
| Santa Cruz | 50 |
| La Rioja | 50 |
| Outros | |
| TOTAL | 14500 |

Fonte: INTA.

A produção argentina concentra-se principalmente em Mendoza e San Juan, representando 87% do total produzido. Todavia, a Argentina enfrenta muitos problemas no mercado, principalmente no âmbito internacional. A China atua nos mesmos mercados que ela com preços mais atrativos. Sua área plantada já reduziu 30% em decorrência deste fato. Além dos seus concorrentes, a Argentina precisa estar preparada para as exigências de transação comercial, como certificados de pré-embarque, que tornam a operação mais complexa.

Na Argentina, assim como no Brasil, a cultura tem foco social muito importante. Neste é a cultura que mais emprega mão de obra por hectare, sendo aproximadamente 10 trabalhadores diretos e indiretos por hectare plantado.

Para lidar com todas as questões do setor, foi criado o Plano Estratégico para o Alho Argentino, com metas para 2015. Os objetivos principais buscam entender o futuro mercadológico, organização por parte dos agentes, além de melhorar o negócio, como marketing e apresentação do produto.

A cadeia é composta basicamente pelos seguintes agentes:

Tabela 5: Principais componentes da cadeia agroalimentar e agroindustrial do alho

| Agentes | Quantidade |
|----------------------------|------------|
| Produtores Independentes | 1200 |
| Produtores semi integrados | 200 |
| Produtores integrados | 100 |
| Empacotadores | 150 |
| Exportadores | 100 |
| TOTAL | 1750 |

Fonte: INTA.

O cenário argentino aponta características interessantes, tanto na estratégia de mercado quanto nas questões sociais. É possível afirmar que a cultura possui forte influência social na geração de emprego e destaque na pauta de exportação do país.

3.1.3 Brasil

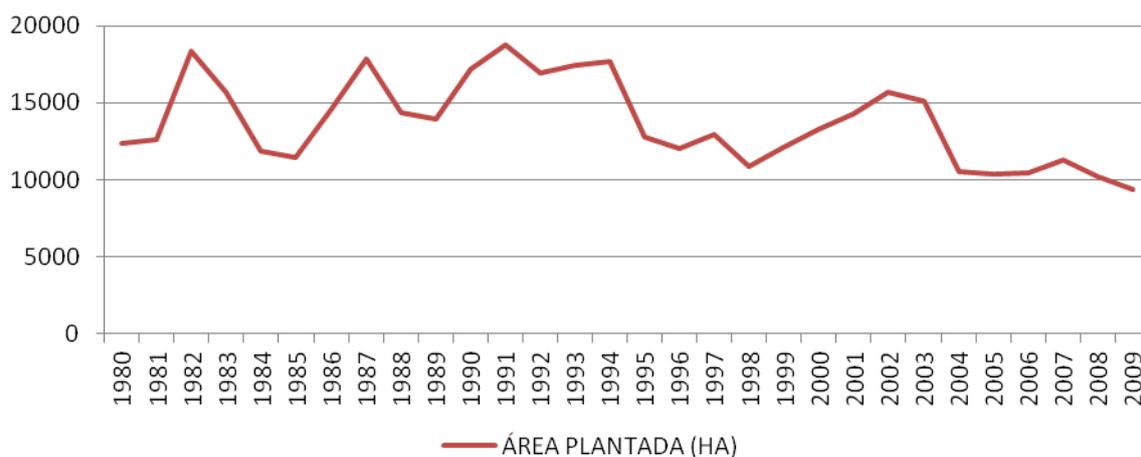
O Brasil encontra-se em posição distinta no cenário internacional. É conhecido como grande importador de alho, porém sua história aponta alta produção na década de 1980. Após 1990, houve redução do plantio com a entrada maciça de alho chinês. Há indícios de produção desde 1960 nos estados de Goiás e Minas Gerais com o cultivo de alho comum ou branco, que possui valor comercial reduzido (LUCINI, 2010).

No fim da década de 1970 surge outra variedade de alho, conhecido como alho nobre roxo. O pioneiro nesta atividade foi Takashi Chonan que colocou o seu nome nesta variedade (LUCINI, 2010). Os trabalhos começaram na cidade de Curitiba em Santa Catarina - estado referência na produção de agricultura familiar de alho.

Existem dois períodos de produção de alho no Brasil: no primeiro semestre do ano tem-se a produção na região Sul, em especial a cidade de São Marcos – RS e Curitiba – SC. Aproximadamente 4000 famílias (SINDICATO RURAL DE FLORES DA CUNHA, 2010) sobrevivem do cultivo do alho com área produtiva média em torno de 1 a 2 hectares por produtor. O segundo é focado na produção do Centro-Oeste com destaque para as cidades de São Gotardo – MG e Cristalina – GO. Os produtores desta região são caracterizados como empresários rurais, promotores da cultura patronal, e trabalham por meio de mão de obra contratada (LUCINI, 2010).

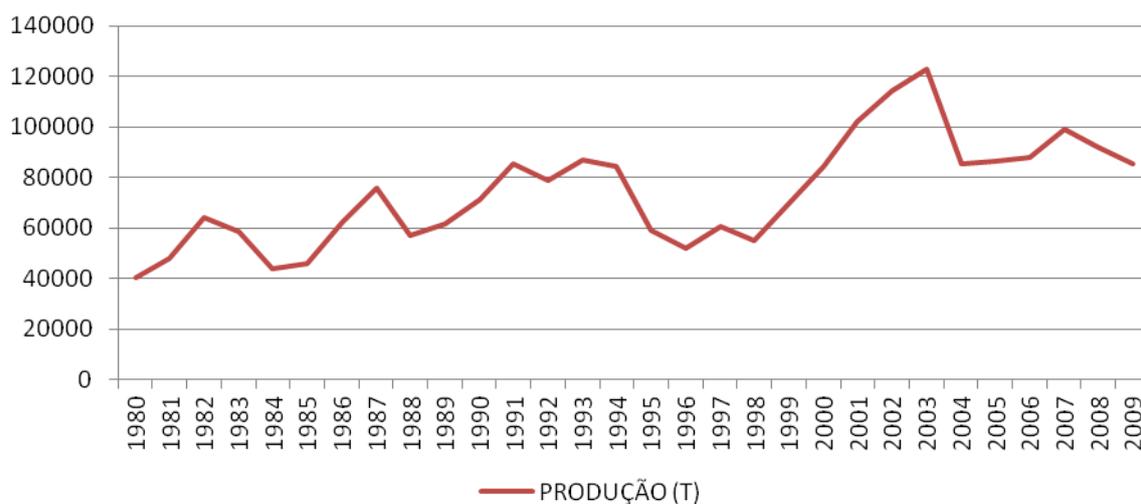
De acordo com dados de LUCINI (2008) a produção nacional no final da década de 1980 e início de 1990 chegaram a 18 mil hectares de área plantada. Este plantio era suficiente para abastecer cerca de 90% do consumo interno.

Gráfico 3: Área plantada de alho no Brasil – 1980 a 2009



Fonte: FAO.

Gráfico 4: Produção de alho no Brasil por quantidade produzida – 1980 a 2009



Fonte: FAO

Com a análise do gráfico é possível inferir os anos de maior redução na área de plantio que foram 1985, 1998, seguido por 2009. Houve alguns períodos de retomada da produção com picos em 2002 e 2003, que refletiram na quantidade produzida. Mas é preciso aprofundar a questão e ela pode ser feita a partir da análise do cenário nacional e internacional em 1980, que aponta elementos importantes de compreensão deste

contexto. Não é objetivo discutir a inserção e tomada de decisão do Brasil na década de 1980 e 1990, e sim, de apresentar novos elementos na exame do setor alheiro.

De 1974 a 1979, durante o governo do presidente Ernesto Geisel e início do presidente Figueiredo, a diretriz do país era o Pragmatismo Responsável que tinha como objetivo a promoção de uma abertura lenta, gradual e segura do Brasil. Não havia distinção de países no sentido de manter contato comercial, ou seja, primava-se pelo ecumenismo. A ideia era promover realinhamentos caso fosse necessário e a diplomacia se voltaria para o âmbito comercial.

João Figueiredo consolidou esta estratégia, que foi conduzida também por Sarney. Em 1980 o Brasil estava no fim de uma ditadura com mudança em sua estrutura política. O cenário nacional apresentava realidade crítica. As reservas cambiais reduziram de US\$ 7.8 bilhões para US\$ 3.9 bilhões – levou o Brasil a declarar a moratória, insucesso do plano cruzado, crise na balança de pagamento com déficit orçamentário de 8% do PIB e inflação de quase 1.000% em 1988, que provocou crises sociais. Ou seja, a política econômica não era estável e não garantia credibilidade.

Internacionalmente o Brasil viveu um período inconstante. Não possuía mais poder de influência, mas conseguiu fortalecer a cooperação por meio de alianças com Itália, Argentina e China (CERVO, 2002). O Brasil restabeleceu sua participação nos foros internacionais e intensificou o projeto de integração Brasil-Argentina, que futuramente levou a criação do Mercosul. Em síntese, a crise na produção de alho em 1980 também tem raiz nos problemas econômicos e políticos que o Brasil e o mundo viviam. E neste momento é estabelecida aliança com o Estado China, que em 2000 traria grandes prejuízos a produção, devido a prática de *dumping*.

Em 1990, no novo ordenamento internacional - onde o multilateralismo e a 3ª onda da globalização (que no Brasil foi o neo-liberalismo) pautavam a diretriz do

período - o Brasil realizou a abertura comercial durante o governo Collor. Esta ação foi pautada na geometria do cenário global, onde o livre comércio se fazia presente. Portanto, é possível identificar as relações Brasil-China por meio de uma análise histórica no âmbito da política externa que justifica a aproximação. Para alguns setores da economia brasileira (cultura, aço, aviões, etc.) esta relação foi extremamente favorável, mas não foi o caso do alho (CERVO, 2002).⁵

Em 2008 a região Sul produziu somente 2.800 hectares e em 2009, 2000 hectares, devido à forte concorrência do alho importado da China. Neste ano foi possível colher 1,4 milhão de caixa. Mas a brusca redução da área plantada impulsionou a mudança de muitos produtores para outras culturas, como: cenoura, cebola e beterraba (LUCINI, 2010).

Este cenário também se repetiu no Cerrado brasileiro. A região produtora de alho vernalizado reduziu sua área plantada em virtude da importação de alho chinês. Em 2008 eram 5.200 mil hectares e 2009 teve somente 4.200, com oferta de 5,6 milhões de caixa de alho. Este volume de produção foi capaz de abastecer 1/3 da produção nacional (LUCINI, 2010).

Com o reconhecimento da China como economia de mercado pelo governo brasileiro, as importações, dentre elas a de alho, aumentaram consideravelmente. A concorrência desleal provocada pelos chineses garantiu o processo de *antidumping* aos produtores brasileiros de alho, assegurando que toda importação de alho originada da China deveria pagar US\$ 0,52/kg. Em muitos processos de importação não consta o

⁵ d) veio ao Brasil o primeiro ministro chinês, estabeleceram-se novas modalidades de cooperação e o memorando de entendimento para consultas de alto nível sobre política internacional, além de um acordo cultural sem similar no campo socialista; perspectivas de grande intercâmbio em comércio e serviços (exportações brasileiras de aço, alumínio, tanques de guerra, aviões, engenharia hidrelétrica, rodoviária, etc.) (1985); e Brasil e China anunciaram a construção conjunta de um satélite (1986); f) criou-se uma empresa binacional para o comércio (1987); g) Sarney visitou a China e assinou importantes acordos de cooperação igualitária, particularmente nas áreas de tecnologia espacial e de informática (1988).

pagamento desta taxa, pois alguns importadores conseguem liminares junto à justiça brasileira para desembaraçar o alho importado sem pagar a devida taxa.

Tal facilidade aumentou as importações do produto. O ano de 2008 representou o recorde de importação do produto: 14,581 milhões de caixas de alho. A tabela a seguir representa o volume importado durante o período de 2005 e 2009 pelo Brasil com origem na China:

Tabela 6: Importações de alho oriundas da China - 2005 a 2009
Código NCM 07032090; Descrição NCM Outros alhos frescos ou refrigerados

| Ano | Kg Líquido | US\$ |
|------|------------|----------|
| 2005 | 71768280 | 31052533 |
| 2006 | 62907270 | 31846865 |
| 2007 | 57786330 | 29318500 |
| 2008 | 86899109 | 31775128 |
| 2009 | 54898219 | 51923020 |

Fonte: Alice Web.

Nota-se que o ano de maior volume de importação dentro o período selecionado foi o de 2008, apesar de monetariamente não ser tão lucrativo. Foi também o que mais impactou a produção nacional, onde muitos produtores mudaram de cultura por não serem capazes de concorrer com o baixo preço de mercado chinês.

A importação de alho argentino – que em 2008 atingiu 5,821 milhões de caixa - coincide com a safra da região Sul e a importação de alho chinês coincide com a safra do Centro-Oeste. Esta tabela apresenta os dados de importação da Argentina:

Tabela 7: Importações de alho oriundas da Argentina - 2005 a 2009
 Código NCM 07032090; Descrição NCM Outros alhos frescos ou refrigerados

| Ano | Kg Líquido | US\$ |
|------|------------|----------|
| 2005 | 55585925 | 39154765 |
| 2006 | 56690260 | 47976089 |
| 2007 | 74698365 | 73597170 |
| 2008 | 58214129 | 56145807 |
| 2009 | 54898219 | 51923020 |

Fonte: Alice Web.

No caso argentino, o ano de 2007 representou o período em que as importações foram recordes no período analisado e com o mais alto volume financeiro. A produção argentina compete diretamente com a safra da região Sul.

Neste contexto de avaliação de volume em quilos e preço envolvidos na importação é importante considerar o levantamento de preços na comercialização, feito pela Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB. São três cenários pesquisados:

Tabela 8: Evolução real dos preços por atacado – alho nacional

| R\$/Kg | jan | fev | mar | Abr | mai | Jun | jul | Ago | set | Out | nov | dez |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2003 | 4,82 | 5,66 | 5,67 | 5,81 | 5,58 | 4,52 | 3,92 | 4,75 | 5,12 | 5,03 | 4,81 | 5,14 |
| 2004 | 4,55 | 3,94 | 4,04 | 4,01 | 4,93 | 4,93 | 5,17 | 7,29 | 7,04 | 6,71 | 6,76 | 5,57 |
| 2005 | 5,44 | 5,48 | 5,31 | 6,1 | 5,88 | 5,25 | 5,42 | 5,74 | 6,16 | 5,88 | 5,46 | 5,52 |
| 2006 | 5,31 | 4,87 | 6 | 5,92 | 6,01 | 5,67 | 6,76 | 6,7 | 6,04 | 5,64 | 5,5 | 5,79 |
| 2007 | 5,44 | 5,03 | 4,61 | 5,41 | 5,17 | 4,94 | 4,08 | 4,83 | 5,06 | 5,03 | 5,39 | 5,06 |
| 2008 | 4,79 | 4,95 | 5,06 | 4,8 | 3,83 | 3,79 | 2,92 | 4,69 | 4,84 | 4,53 | 4,56 | 4,43 |

Fonte: Ceagesp

Tabela 9: Evolução real dos preços por atacado – alho argentino

| R\$/Kg | jan | Fev | mar | Abr | mai | Jun | jul | Ago | set | Out | nov | dez |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2003 | 5,4 | 5,48 | 5,62 | 5,35 | 5,21 | 4,71 | 4,14 | 4,52 | 4,36 | 4,89 | 4,91 | 5,06 |
| 2004 | 5,19 | 5,12 | 5,12 | 5,08 | 5,59 | 6,21 | 6,47 | 6,92 | 6,8 | 6,78 | 5,55 | 4,45 |
| 2005 | 5,06 | 5,36 | 6,17 | 6,72 | 6,56 | 6,01 | 6,06 | 6,26 | 6,09 | 5,99 | 5,73 | 5,64 |
| 2006 | 5,49 | 6,97 | 7,9 | 7,21 | 7,42 | 7,47 | 7,34 | 7 | 5,56 | 5,35 | 5,34 | 6,41 |
| 2007 | 6,92 | 7,01 | 7 | 7,21 | 6,78 | 6,52 | 6,24 | 5,96 | 5,85 | 5,76 | 5,65 | 5,54 |
| 2008 | 5,06 | 5,64 | 5,44 | 5,32 | 5,76 | 5,29 | 5,20 | 5,1 | 5,13 | 0 | 0 | 3,6 |

Fonte: Ceagesp.

Tabela 10: Evolução real dos preços por atacado – alho chinês

| R\$/Kg | jan | Fev | mar | Abr | mai | Jun | jul | Ago | set | Out | nov | dez |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2003 | 4,58 | 4,85 | 4,89 | 4,73 | 4,53 | 4,39 | 4,69 | 4,69 | 4,93 | 4,8 | 4,21 | 4,54 |
| 2004 | 4,89 | 5,43 | 6,05 | 5,89 | 5,64 | 5,42 | 5,75 | 5,61 | 4,69 | 6,23 | 5,78 | 4,81 |
| 2005 | 4,87 | 5,47 | 6,18 | 5,99 | 5,75 | 5,56 | 5,98 | 5,87 | 5,03 | 4,71 | 4,4 | 4,31 |
| 2006 | 3,88 | 4,15 | 5,48 | 5,6 | 6,06 | 6,07 | 6,57 | 6,2 | 5,41 | 4,36 | 4,15 | 4,14 |
| 2007 | 4,11 | 4,3 | 5,34 | 5,7 | 5,68 | 5,67 | 4,72 | 4,47 | 4,5 | 4,1 | 4,17 | 4,1 |
| 2008 | 4,11 | 4,04 | 4,01 | 3,97 | 3,36 | 3,31 | 3,01 | 3,28 | 3,34 | 3,67 | 3,7 | 3,5 |

Fonte: Ceagesp.

Os dados anteriores apresentam a variação de preço no período de 2003 a 2008, com relação ao alho nacional, argentino e chinês. As variáveis que incidem na formação do preço são o objeto da dissertação. Porém, é importante considerar que a importação de alho feita de maneira ilegal e o desembaraço de produtos de baixa qualidade atingem, principalmente, a agricultura familiar da região Sul, gerando 24 mil empregos na Argentina e 20 mil na China, em detrimento do Brasil.

Nesta seção foi caracterizado o contexto geral deste estudo. A seguir serão detalhados os procedimentos metodológicos adotados para operacionalização da pesquisa.

3.2 Métodos e técnicas de coletas dos dados

Esta pesquisa, com foco na formação internacional do preço de alho, adota abordagem qualitativa e caracteriza-se como estudo descritivo, com coleta de dados não-estruturados e não-experimentais.

Além disso, o método de análise bibliográfica e a pesquisa de campo complementam as técnicas utilizadas disponíveis para compreensão mais abrangente sobre a cultura alheira.

3.2.1 Delineamento da pesquisa

Por pesquisa qualitativa entende-se a busca pela globalidade, pelo tratamento de interdependências internas entre os fatores incidentes. Em geral se caracterizam pela descrição e não abordam aspectos específicos ou estritamente interligados, mas o todo, o conjunto que forma o fenômeno (ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2004). Neste trabalho, busca-se entender as diversas variáveis que incidem na formação do preço internacional de alho. O objetivo é identificar novos dados que se destaquem no quesito importância neste contexto. Por este motivo, é importante abordar o qualitativo para o desenvolvimento do trabalho. Nas palavras de ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2004, ela pode ser entendida da seguinte maneira:

Quem utiliza a abordagem qualitativa atribui grande importância ao envolvimento do pesquisador nas organizações e no trabalho e acredita que o uso dos sentidos humanos é necessário para interpretar os fenômenos comportamentais que neles ocorrem, fazendo uso frequente da “fala” e de “discurso”, colhidos por meio de questionários abertos ou pouco ou não estruturados. Mais recentemente, têm ocorrido avanços no uso da informática que já sinalizam para um futuro uso de tais recursos, em ritmo crescente, embora os instrumentos atualmente disponíveis ainda não beneficiem tanto a pesquisa qualitativa quanto a quantitativa.

A pesquisa descritiva atua no sentido de estabelecer uma determinada amostra onde se apresenta as características inerentes a este fenômeno (ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2004). Sendo assim, na primeira etapa da pesquisa qualitativa - nomeada como estudo exploratório I – foram selecionados cinco agentes integrantes da cadeia produtiva do alho, com seleção final de duas entrevistas de representantes da cadeia de valor.

Por fim, a pesquisa não-experimental, representante do controle na investigação. De acordo com os autores ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2004 na pesquisa não-experimental:

(...) não existe nenhum desses dois controles. Entrevistas e observações são feitas, (...), ou questionários são aplicados (...), para colher dados sobre as variáveis, mas estas não são manipuladas. Ao contrário, são deixadas para que se expressem livremente. Ao pesquisador tampouco cabe definir em que grupo ou sob que condições devem ficar os sujeitos.

Estes conceitos foram os norteadores desta pesquisa, pois o elemento chave para identificar as principais variáveis intervenientes no processo de formação de preço do

alho está vinculado a dois roteiros de pesquisa preliminares com agentes da cadeia de valor de alho. As entrevistas realizadas eram suficientemente amplas para visualizar as oportunidades de pesquisa acadêmica sobre o tema. Ainda, o cunho não-experimental do trabalho estimula a participação e o comprometimento do entrevistado, conforme ilustrado no estudo I.

3.2.2 Coleta de dados

Outro fator relevante é a coleta de dados que pode ser estruturada ou não-estruturada. A primeira pode ser exemplificada pela aplicação de questionários, entrevistas com respostas “fechadas”, registro de arquivos de dados. A não-estruturada envolve entrevistas com respostas “abertas”, observação do participante, documentos pessoais e oficiais, além da gravação de áudio e vídeo (ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2004).

Com relação à pesquisa aqui proposta, com foco no setor do alho, foi utilizada no primeiro estudo exploratório a coleta de dados não-estruturada, pois cada entrevistado recebeu duas perguntas relativamente amplas que eles poderiam responder livremente, com o objetivo de obter o maior número possível de variáveis indiretas que possuem papel primordial na formação do preço internacional de alho. Este material foi colhido por meio de pesquisa de campo junto a um agente brasileiro e um argentino.

Por fim, buscou-se analisar bibliografias referentes a temas como globalização, regimes internacionais e teoria do custo de transação. Com estes materiais – livros, revistas acadêmicas, periódicos, dissertações, teses - foi possível iniciar o estudo sobre

tema complexo para o agronegócio. De acordo com OLIVEIRA (1977), o intuito é conhecer as diversas formas de contribuição científica sobre o tema.

Essa técnica de coleta de dados abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo (...) Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas quer gravadas (...) A pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras (MARCONI e LAKATOS, 1999, p.73).

3.2.3 Procedimentos de pesquisa

Os procedimentos adotados neste presente estudo englobam a análise detalhada de todos os documentos selecionados para a pesquisa, tais como: livros, teses, dissertações, revistas acadêmicas, periódicos nacionais e estrangeiros.

A segunda etapa constitui a seleção dos conteúdos e agentes entrevistados. Foram elaboradas duas perguntas relacionadas com a formação do preço internacional de alho no cenário globalizado. Em princípio, cinco representantes foram convidados: Associação Nacional dos Produtores de Alho - ANAPA; Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC; Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S.A. – Epagri; produtor de alho – nome sob sigilo e Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA.

Somente dois representantes participaram do primeiro estudo exploratório. Dessa forma, foram realizadas duas entrevistas por meio de gravação de áudio.

Posteriormente, elas foram transcritas e preparadas no modelo *Corpus* para o *Analyse Lexicale par Context d'un Ensemble de Segment de Texte* - Alceste.

3.2.4 Caracterização dos participantes do estudo I

O primeiro participante é representante da Associação Nacional dos Produtores de Alho e produtor de alho, ou seja, atua em território brasileiro, formador de opinião, além de reconhecimento político no meio governamental e privado.

O segundo agente é um pesquisador argentino, do Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA. É profissional técnico, com vasto conhecimento em técnicas de produção, problemas fitossanitários, além de dominar o conteúdo referente à economia envolta a cultura alheira. Pela Argentina ser o segundo maior exportador de alho do mundo e ter como mercado alvo o Brasil, foi muito interessante e enriquecedor ter um entrevistado internacional com visões diferentes a respeito dos problemas enfrentados no Brasil, além de contar com informações diferenciadas sobre o cenário argentino.

Portanto, são dois referenciais de credibilidade neste trabalho com finalidade de identificar e discutir quais as variáveis intervenientes na formação do preço internacional de alho, do ponto de vista acadêmico e científico.

3.2.5 Critérios para seleção de amostra

O critério utilizado para o estudo exploratório I está vinculado à importância do agente na cadeia, além de sua disponibilidade para entrevista. Neste sentido foram escolhidos pesquisadores com doutorado de renomados institutos de pesquisa, tanto nacional quanto internacional, produtores de alho com representatividade produtiva e governo. Após realizar os convites, somente dois agentes puderam contribuir com o estudo exploratório I, representantes da Associação Nacional dos Produtores de Alho e do Instituto Nacional de Tecnología Agropecuária, respectivamente.

3.2.6 Caracterização dos participantes e descrição do estudo II

O estudo II foi estruturado com base na análise realizada no estudo I. A partir dos resultados apresentados no *software Alceste* foi possível identificar as variáveis intervenientes que mais se repetiam e hierarquizá-las de acordo como seu grau de reprodução. Assim, foi elaborado o estudo exploratório II.

Esta segunda etapa investigou dados demográficos e funcionais, além de cinco grandes temas que auxiliam na compreensão do tema pesquisado: legislação, fiscalização, OMC, tecnologia da produção e mão-de-obra.

Foram selecionados 25 participantes para responder o estudo dirigido II, que atuam no setor de Agronegócios. Objetivou-se diversificar a amostra para ampliar a representatividade da pesquisa. Neste sentido encontram-se representantes das seguintes

áreas: multinacionais de defensivos agrícolas, produtores rurais, consultores agrícolas, importadores, mecanização, revendas e governo brasileiro.

Com relação aos dados demográficos 76% dos entrevistados (no total de 19 pessoas) correspondem ao sexo masculino, enquanto 24% são mulheres (o que equivale a 6 participantes). A maior parte dos entrevistados corresponde à faixa etária de 50 a 59 anos, 36% dos entrevistados, e em seguida tem-se o grupo mais jovem entre 20 e 29, com 32%. Com relação ao grau de escolaridade, 52% possuem nível superior, seguidos pelos pós graduados que representam 12%.

Os dados analisados indicam sucessão familiar, pois há um grupo jovem engajado na continuação dos negócios da família e que a cada dia se especializa mais para tornar o agronegócio familiar mais profissional. Com relação a este tópico, afirma-se que há escolarização intermediária com ênfase no ensino superior completo, sinalizando especialização em pós graduação.

Os entrevistados, em média, já trabalham a 156 meses na produção brasileira de alho, sendo que a moda foi tempo não estimado, ou seja, 0 meses. Não é seguro afirmar que este período realmente é a média de tempo, pois 9 entrevistados não informaram o período e o desvio padrão para este item é de 66,72.

3.2.7 Critérios para seleção de amostra

Nesta segunda etapa o critério principal para escolha da amostra foi a diversidade do grupo para garantir a validade do estudo. Todos os 25 participantes

responderam o estudo no mesmo momento, durante uma missão internacional promovido pela Associação Nacional dos Produtores de Alho – ANAPA - à França e Espanha. O momento adequou-se ao tema, pois o grupo tinha por objetivo buscar informação e tecnologia de maquinário para oferecer preço mais competitivo de alho no mercado nacional e futuramente no internacional.

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 *Software Alceste*

Max Reinert, em 1970 na França, criou um *software* com objetivo de realizar análises de dados textuais. Ele é capaz de selecionar as palavras e fragmentá-las em hierarquias e ocorrências. Assim, ele é capaz de estabelecer semelhanças entre os fragmentos, que é auxílio ao pesquisador em identificar características científicas para o seu trabalho (CAMARGO, 2005).

A ferramenta tem como língua fonte o francês, mas possui dicionário para outras línguas. Esta realidade auxilia o pesquisador a identificar classes de palavras que representam os principais pontos do discurso (NASCIMENTO; MENANDO; 2006).

Primeiramente, as entrevistas em áudio foram transcritas no Word. Este documento foi adequado aos padrões do Alceste, conhecido como *Corpus*. Em seguida, foram elaboradas as linhas de comando, utilizadas na identificação do sujeito, como:

```
**** *suj_01 *est_DF *rep_pro *atu_nac *tip_ent
```

Após estes procedimentos, o material foi analisado pelo *Alceste* e gerou um relatório onde apresenta a frequência das palavras, as divisões de classes e sua ocorrência no *Corpus*.

4.2 Análise de conteúdo

Com o relatório disponibilizado pelo *Alceste* é possível realizar uma análise manual das classes e da ocorrência hierárquica das palavras. No *Corpus* sobre a formação do preço internacional do alho foi possível identificar três distintas classes com os principais léxicos.

Para fins científicos, consideraram-se palavras com frequência superior a 10 repetições. Inferior a este número, não possui representatividade. O autor RICHARDSON (1999) expressa com propriedade a importância técnica destes dados no sentido de analisar as características da entrevista sem mencionar às intenções do entrevistado ou do entrevistador em decorrência da recepção de novas informações; conhecer o seu processo de construção; e, saber o real impacto do social da mensagem extraída.

Em outras palavras, é um processo que necessita de fase de pré-análise, análise e interpretação. Não basta transcrever o *Corpus* e realizar inferências sobre as classes emitidas. O processo de entendimento é complexo, exige habilidade e conhecimento do pesquisador para alcançar resultados satisfatórios sobre o seu estudo.

5 RESULTADOS

5.1 Estudo I

Pode-se afirmar que há três distintas classes, de acordo com o relatório do Alceste. A classe 3 se subdivide em mais duas classes. Assim, a análise fatorial das correspondências em coordenadas apresenta a seguinte situação. A classe 3 tem 28,2% e as palavras de destaque são política, trabalho e fator. A classe 2, com 47,5%, abrange Espanha, chinês e alho da China. Por fim, a classe 1 representada por 24,3% trata do setor alheiro, preço e formação. A figura a seguir mostra as divisões das classes e a análise fatorial, respectivamente:

Figura 2: Divisões das classes e análise fatorial

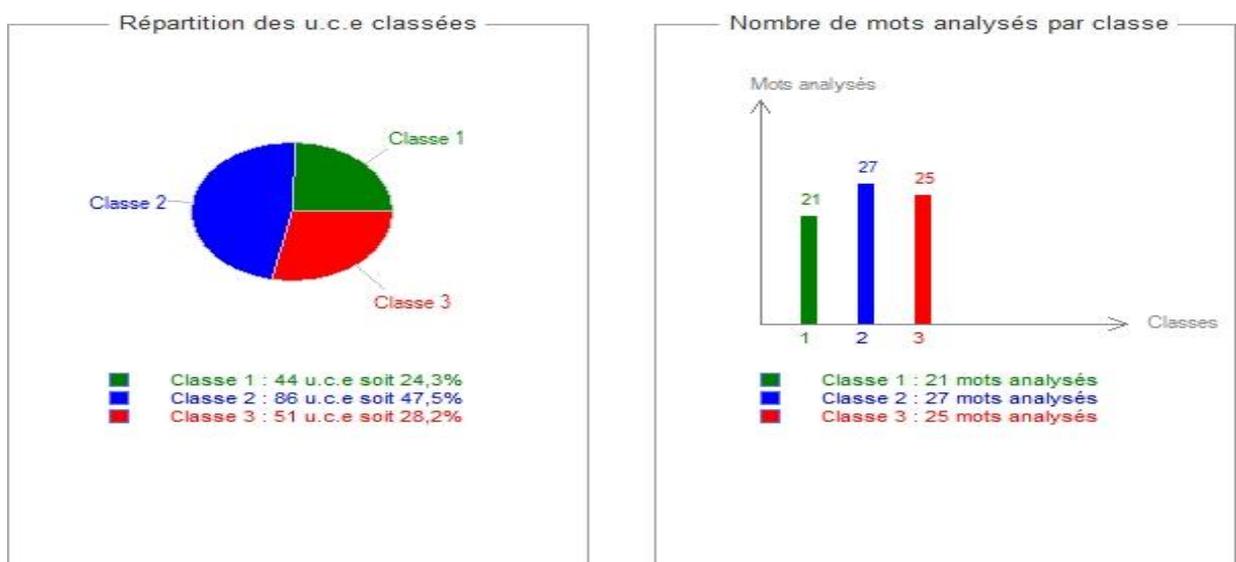
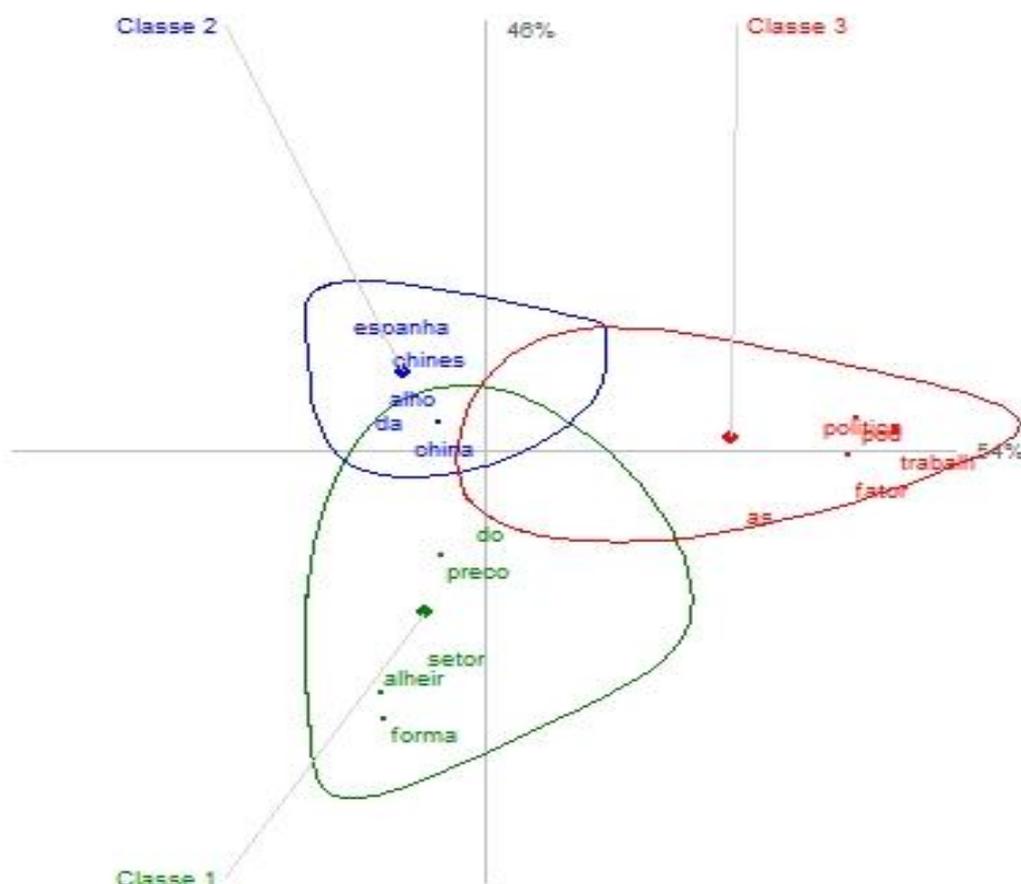


Figura 3: Divisões das classes



É relevante analisar estes dados para que possam ser interpretados os resultados das entrevistas e direcionar novas etapas de trabalho. Na classe 1, por exemplo, as palavras que mais ocorreram foram: formação, preço, alheiro, setor, dita, regra e demanda. Se tomarmos o *Corpus* como fonte pode inferir que estas palavras dizem respeito aos fatores tratados pelo sujeito um e dois, nível nacional e internacional. O *uci* mostra este caso no seguinte trecho do sujeito dois:

Uce nº 154 khi2=9 uci *suj_02 *est_AR *rep_p *atu_int *tip_ent *K_3
(formacao) nao tem completamente expressao da (livre) (concorrencia), da (livre)
(oferta) e\$

A classe 2 trabalha com outros elementos relevantes para a cadeia. As principais palavras são: alho, chinês, China, Espanha e nacional. O sujeito 1 trata do assunto neste trecho – Uce nº 70 khi2=14 uci nº 1: *suj_01 *est_DF *rep_pro *atu_nac *tip_ent *K_2 como o (brasil) e dependente (das) importações (da) (argentina) e (china), nao consegue (abastecer\$). A última classe, 3, é composta por poder, trabalho, fator, ponto, controle, política e leis.

Se analisar o *Corpus* com o resultado do *Alceste* pode-se inferir que a divisão de classes tem relação com etapas de problemas que o alho enfrentou na história (classe 1 e 2). Existem sugestões de solução para eles na classe 3, com forte atuação do governo.

Possivelmente uma das inferências mais interessantes extraída da entrevista e do relatório do *Alceste* diz respeito ao *player* Argentina. Apesar de ser o segundo maior exportador mundial e ter como destino de exportação o Brasil, este Estado praticamente não tem influência na formação do preço do alho em nível internacional.

Como tratado anteriormente e confirmado pela análise do *Alceste*, o preço do alho argentino é determinado por um efeito dominó, ou seja, a China determina o seu preço de exportação destinado a vários Estados, sendo o Brasil um deles. O produto nacional para se tornar competitivo precisa se basear nos preços praticados pelos importadores do alho chinês. A Argentina, por sua vez, que almeja não perder mercado

para a China, adequa o seu preço para também ser competitiva no mercado brasileiro. Portanto, a lógica de determinação de preço é: China – Brasil – Argentina. O relatório fornecido pelo *Alceste* é ferramenta importante para o prosseguimento deste trabalho. Com os resultados tabulados pelo *software* foi possível identificar áreas relevantes que devem ser priorizadas na dissertação. China, política, trabalho, Espanha, alho chinês e preço são exemplos. Portanto, a estruturação do estudo II terá como fonte de elaboração os pontos destacados pelo *Alceste* e que necessitam de análise mais densa para a compreensão do todo.

5.2 Estudo II

O estudo dirigido II foi elaborado com base na análise do *corpus* da entrevista do estudo I. Destacaram-se cinco importantes temas que foram avaliados com maior ênfase: legislação, fiscalização, Organização Mundial do Comércio – OMC, tecnologia da produção e força de trabalho, além de investigar os dados demográficos e funcionais.

Para fins de tabulação de resultados e elaboração do segundo *Corpus* foram descartadas as respostas que se repetiram. Sendo assim, não possuem mais validade e foram impugnadas, pois em termos de conteúdo nada de novo acrescentou.

No anexo III é possível identificar o roteiro do estudo II com todas as perguntas aplicadas aos participantes e o anexo III mostra a tabulação estatística de cada uma das cinco categorias analisadas.

Com relação às perguntas sobre legislação, a primeira questionava o grau de conhecimento de cada participante no que diz respeito à normativa 242/92. Ela trata dos padrões, empacotamento e comercialização do alho no mercado brasileiro. A moda

foi 5, a média 5,32, enquanto o desvio padrão foi 2,58. Pode-se inferir que os integrantes desta amostra não possuem domínio sobre a lei que o rege e que ainda há espaço para trabalhar esta informação com os agentes integrantes da cadeia. É preciso que os envolvidos no processo produtivo no Brasil detenham total conhecimento sobre o regimento que o regula, até mesmo para ser capaz de exigir a mesma eficiência e qualidade do fornecedor internacional.

A segunda questão abordou a legislação do *antidumping*, implementada em 2006 pelo governo brasileiro. O padrão praticamente se repetiu tendo em vista a questão 1. A moda foi 8, porém o desvio padrão foi 2,26 e a média correspondeu ao valor de 5,96. Esta realidade somente reafirma a importância que os agentes da cadeia devem ter com o tema capacitação e atualização de dados e leis. Ainda é muito pequeno o número de pessoas envolvidas que tem este tipo de conhecimento. Se tomar como base os dados demográficos, pode-se inferir que a tendência é que este cenário apresente mudanças significativas devido ao maior grau de comprometimento com capacitação e renovação das pessoas envolvidas no setor alheiro.

As três questões seguintes do item legislação dizem respeito à concordância com o tema. No primeiro caso, foi questionado o grau de concordância com a normativa 242/92. Como grande parte da amostra não tem total domínio sobre o assunto, conforme apresentado anteriormente, os resultados não surpreenderam. A média de grau de concordância foi 5,04, enquanto o desvio padrão foi 2,03 e a moda foi 4.

A quarta questão procurou entender o grau de concordância com relação à eficácia da lei do *antidumping*. Novamente os resultados não surpreenderam. A moda foi estabelecida pelo número 2, enquanto a média de 4,96 e o desvio padrão alcançou o valor 2,86. Conclui-se que o nível de conhecimento e o grau de concordância reduzem à medida que o tema se torna mais denso. Neste sentido, seria interessante pensar em

estratégias de divulgação dessas informações para capacitar o produtor e os demais agentes que compõem a cadeia produtiva de alho no Brasil.

Por fim, foi questionado o grau de concordância sobre os mecanismos legais adotados para regulamentação do setor alheiro não são apropriados e contribuem para a vulnerabilidade do setor. Seguindo a linha dos resultados anteriormente, já que grande parte não possui profundo conhecimento sobre o tema, a média desta questão ficou em 6,2, a moda em 5 e o desvio padrão em 2,43.

Quando o termo de fiscalização é abordado os dados são alterados com elevação dos números, pois os questionamentos se baseiam mais em experiência do que capacitação técnica. No primeiro quesito o tema abordado o problema do setor alheiro relacionado à ausência de fiscalização nos portos. A moda foi 10, enquanto a média representou 7,72 e o desvio padrão 2,01.

A segunda afirmativa “a fiscalização não é feita igualmente no mercado brasileiro. O produtor é mais fiscalizado que o importador” também não se distanciou do que foi apresentado anteriormente. A média permaneceu em 7,24, a moda em 8 e o desvio padrão em 2,58.

O último questionamento sobre fiscalização abordou onde deveria ser concentrada a fiscalização. A afirmativa era: “a fiscalização deveria ser concentrada, principalmente, nos portos. Desta forma, o subfaturamento e o não pagamento de *antidumping* seriam evitados”. O desvio padrão foi bem menor nesta questão, que exigiu mais da intuição dos participantes. O número ficou em 1,49, enquanto a moda se estabeleceu em 9 e a média 8,32.

O terceiro grande tema tratou dos organismos, que neste caso foi representada pela Organização Mundial do Comércio – OMC. Três afirmativas foram apresentadas para avaliar o grau de concordância dos participantes.

A primeira afirmou o seguinte: “as medidas de salvaguardas da OMC, como *antidumping*, são suficientes para lidar com o problema do setor alheiro.” Como no item legislação, em que o grau de conhecimento é pequeno em relação ao tema, a média se firmou em 4,68, a moda em 3 e o desvio padrão em 2,47.

O item seguinte abordou que a medida de cotas é uma alternativa viável para equilibrar o mercado. Interessante resultado desta afirmativa: a média do grau de concordância é de 13,04 dos participantes, enquanto a moda é 10 e o desvio padrão é 2,86. Mesmo que o Brasil não assuma a posição de protecionista, os participantes acreditam fortemente neste instrumento para lidar com a concorrência desleal no comércio internacional de alho.

Com relação à credibilidade da OMC, foi colocada a seguinte afirmativa: “a OMC desempenha papel preponderante para lidar com os problemas internacionais do setor alheiro”. Os participantes afirmaram seu grau de concordância com a média em 6,44, a moda em 8 e o desvio padrão em 2,50.

A tecnologia de produção foi o quarto grande tema do estudo dirigido. Neste sentido, foram elaboradas três afirmativas para identificar o grau de concordância dos participantes. No que diz respeito ao primeiro tópico, tem-se: “tecnologias inovadoras possibilitam que o produtor brasileiro seja competitivo no mercado doméstico e internacional.” Os participantes acreditam fortemente na inserção de novas tecnologias para melhor o desempenho competitivo, pois a moda foi 10, a média 8,6, enquanto o desvio padrão 1,52.

Sendo assim, pode-se levantar a hipótese de um trabalho junto ao governo brasileiro para elaborar políticas públicas nesta área para auxiliar o produtor neste cenário cada vez mais globalizado. É alternativa para capacitar o agente da cadeia que se preocupa com sua sobrevivência no mercado de alho.

Na questão seguinte, os números são outros. A moda é 6, a média 5,4 e o desvio padrão 1,82. Este cenário sofreu grande alteração pois os participantes não acreditam na eficiência da tecnologia disponível dentro do mercado brasileiro aos produtores.

A terceira afirmativa foi esta: “o produtor de alho tem fácil acesso a financiamentos para aquisição de tecnologias inovadoras”. Os números repetem a realidade da segunda colocação. A média foi 4,6, a moda 6 e o desvio padrão 1,98.

O último tema do estudo dirigido II foi sobre força de trabalho. Aqui os dados apresentam números mais altos, possivelmente baseados em experiências que cada participante do setor possui. No primeiro item tem-se a seguinte colocação: “no Brasil, falta mão de obra para o plantio do alho.” A média esteve em 7,96, enquanto a moda em 8 e o desvio padrão em 1,56.

O outro item se destinou ao grau de concordância com o foco na influência do custo da mão de obra no valor final da produção. A moda esteve em 10, o desvio padrão em 1,92 e a média 8,88. Pode-se inferir que este item tem peso considerável para a formação do preço do alho, de acordo com os participantes.

Por fim, apresentou-se a seguinte afirmativa: “os impostos decorrentes da contratação de pessoal são consideráveis e influenciam a competitividade do setor.” Novamente os números se mantiveram: a média foi 8,6, a moda 10 e o desvio padrão 2,11.

O estudo dirigido teve como objetivo levantar dados dos agentes da cadeia para testar a hipótese apresentada neste trabalho. Ele foi uma continuação do estudo I, que também apresentou dados relevantes para compreensão do setor alheiro.

Perante os dados apresentados, conclui-se que muito pode ser feito pelo setor se for desenvolvidos projetos na área de governança para trabalhar em profundidade com temas tão importantes, como: tecnologia, políticas públicas para capacitação e

informação, além de estratégias de atuação internacional por meio do governo brasileiro.

5.2.1 Estudo II – *Corpus*

O estudo II também abordou questões qualitativas. Em cada afirmativa apresentada, o participante tinha a oportunidade de discorrer sobre o tema livremente.

As respostas repetidas foram descartadas, pois não detinham mais validade e foram impugnadas, pois em termos de conteúdo nada de novo acrescentou. O resultado final foi a análise de duas laudas de respostas qualitativas.

O *Alceste* necessita de pelo menos três laudas para realizar a análise do *corpus*. Como não foi possível utilizar esta ferramenta, a exame do *corpus* do estudo dirigido II foi feito manualmente.

Utilizou-se o modelo de *Bardin* para realizar a análise semântica da pesquisa. São procedimentos que auxiliam na análise de conteúdo nos processos de comunicação (ROCHA; MARCELINO; MARTINS; KISHI; SANTOS.2011).

Como no *Alceste*, o modelo de *Bardin* descarta as perguntas e mantém somente o *corpus* com conteúdo de análise. A partir desta ferramenta pronta, inicia-se o trabalho de avaliação e destaque de indicadores que demonstrem significados relacionados ao trabalho em questão. Selecionar as unidades que representam semanticamente a pesquisa e que possuem valor qualitativo para análise.

É preciso escolher a Unidade de Contexto Elementar (UCE), criar grupos e selecionar categorias e a partir dela inferir a análise devida (ROCHA; MARCELINO; MARTINS; KISHI; SANTOS.2011).

. De acordo com Triviños (2006. *In: (ROCHA; MARCELINO; MARTINS; KISHI; SANTOS.2011)* é preciso aprofundar a análise para o amplitude do seu significado e da importância que a UCE carrega em si mesmo:

o analista de conteúdo não pode concentrar sua atenção exclusivamente nos conteúdos manifestos nos documentos, mas sim aprofundar sua análise para acessar os conteúdos latentes que eles possuem. Isso porque o primeiro grupo de conteúdos pode orientar conclusões apoiadas em dados quantitativos, numa visão mais estática, denunciando, por exemplo, realidades negativas para o indivíduo e a sociedade. Já o segundo grupo de conteúdos (latentes) sem excluir a parte estatística, abre possibilidades para descobrir ideologias, crenças, atitudes, comportamentos, enfim, tendências, das características dos fenômenos sociais sob análise, como é o caso do consumo de água. Assim, analisa-se também o caráter dinâmico, estrutural e histórico desse objeto de estudo.

Tendo em vista estas características, foram selecionadas as principais UCE e foi elaborada uma tabela para análise.

Tabela 11: UCE – divisão de grupo e subgrupo

| GRUPO | SUBGRUPO | OCORRÊNCIA |
|--------------|---------------------------|------------|
| ENTIDADES | OMC | 2 |
| | ANAPA | 5 |
| ANTIDUMPING | LIMINARES | 5 |
| PRODUÇÃO | PRODUÇÃO INTERNA/NACIONAL | 6 |
| | PRODUTORES | 3 |
| PESQUISA | PROJETOS DE PESQUISA | 3 |
| | TECNOLOGIA | 7 |
| FISCALIZAÇÃO | | 7 |
| QUALIDADE | SANIDADE | 2 |
| COTAS | | 4 |
| IMPORTADORES | | 2 |
| MÃO DE OBRA | | 4 |

Observa-se que além das variáveis intervenientes que o estudo dirigido II apresentou quantitativamente. Grande ênfase foi dada às entidades, principalmente a Associação Nacional dos Produtores de Alho – ANAPA. Ela tem bastante credibilidade junto ao governo e perante os produtores e agentes da cadeia. Possui poder de barganha e negociação.

Os participantes também destacaram a importância, apesar de não entenderem profundamente sobre o assunto, conforme tabulação estatística. Aqui o destaque foi para as liminares, que não é tema do presente estudo, por envolver abordagem jurídica em sua análise.

Outra palavra bastante citada foi a produção nacional. O que foi destacado pelos participantes é que falta dados do cenário brasileiro. Atualmente as pesquisas são voltadas para a análise do mercado internacional e do *player* China, fazendo com que faltem dados científicos do mercado brasileiro para compreensão de sua realidade.

Em conformidade com o mencionado na análise estatística, a tecnologia foi um tema bastante relevante. Na visão dos participantes, esta é uma alternativa muito importante para identificar novas estratégias de competitividade no mercado nacional e internacional.

Apesar de não conhecerem com propriedade as leis vigentes para o seu setor, os participantes insistem que a fiscalização é falha e que deve ser mais enérgica com aqueles agentes que atuam de maneira a desarmonizar e desequilibrar o mercado de alho, tanto no Brasil quanto no cenário internacional.

Cotas e mão de obra foram amplamente destacados no que diz respeito à análise estatística, mas no texto livre não apresentou tamanha relevância. Mas isso não desqualifica a importância apresentada nos dados estatísticos a esses dois grandes temas.

Ainda, têm-se dois gráficos que correlacionam os dados apresentados no *corpus* que sintetiza com propriedade os resultados do estudo II. O quinto gráfico apresenta a correlação dos grupos com sua ocorrência e o sexto gráfico destaca esta análise dos subgrupos e suas ocorrências.

Gráfico 5: Ocorrência dos grupos no *corpus* do estudo II

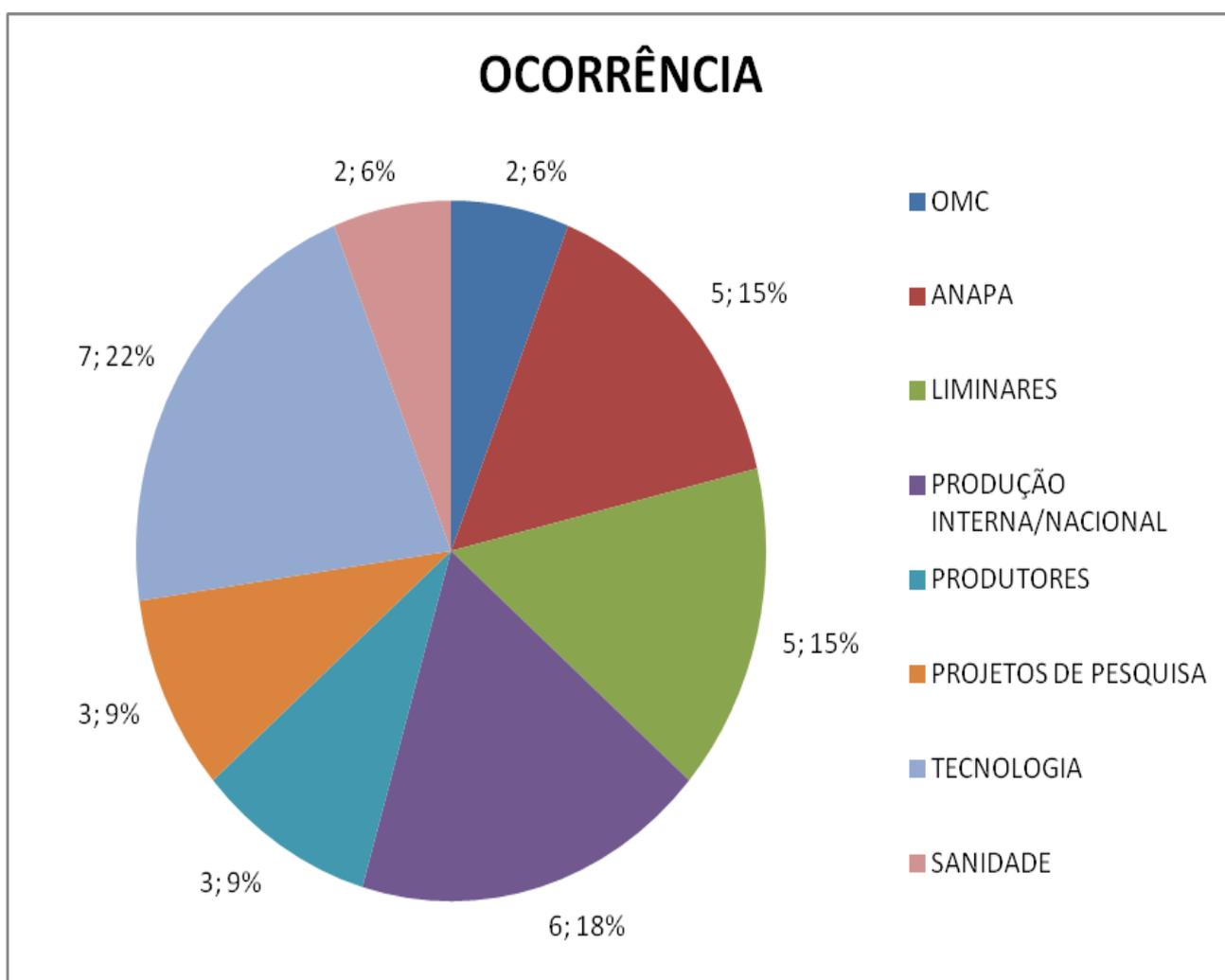
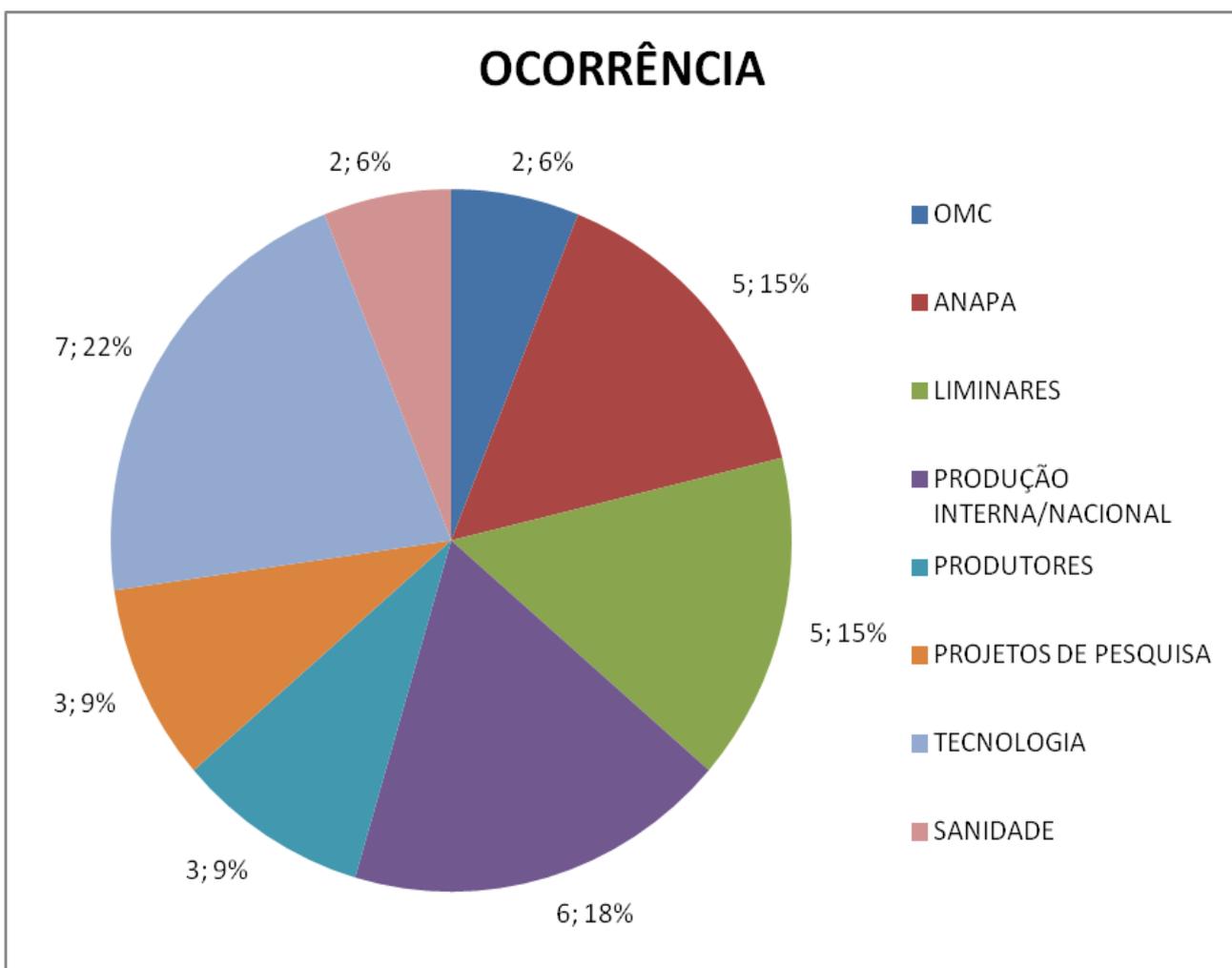


Gráfico 6: Ocorrência dos subgrupos no *corpus* do estudo II



6 CONCLUSÃO

Os objetivos geral e específicos propostos para este trabalho foram alcançados. A perspectiva geral recaiu na análise das variáveis intervenientes que incidem na formação do preço internacional do alho no mercado globalizado. Elas foram identificadas no estudo exploratório I e analisadas mais detalhadamente no estudo II. Esta última pesquisa levantou considerações importantes que serão sugeridas como tema de agenda de pesquisa para o setor alheiro aqui estudadas.

Identificou-se o cenário internacional vigente à luz da meta-teoria de regimes internacionais, além de aplicar ao debate a importância da globalização e a influência dos custos de transação no que diz respeito ao comércio internacional. O referencial teórico, portanto, teve como foco central as análises intervenientes e a compreensão do contexto internacional em que os atores envolvidos estão inseridos.

Em outras palavras, o referencial teórico, tendo em vista principalmente regimes internacionais, com a idéia de uma regulamentação internacional sob o comércio mundial, foi a base para analisar as diversas variáveis intervenientes que surgiram no estudo I e II. Assim, é possível comprovar que leis, organismos, oportunismos, tecnologia, são fatores importantes na composição de preço, além dos fatores como terra, insumo, semente dentre outros.

Neste sentido, a Teoria de Custos de Transação esclarece como é proeminente a relação de oportunismos, informação, contratos, ambiente institucional e racionalidade limitada dentro de um cenário global e cada vez mais interdependente no sentido de influenciar diretamente a formação de preço internacional de alho.

O estudo contribuiu principalmente para a produção de conhecimentos para este setor ainda tão desprovido de informações fundamentadas em dados empíricos. O alho não é uma cultura tão difundida no Brasil como soja e café. Estes possuem importância histórica, enquanto aquele, aparentemente, não desfruta do mesmo *status*.

Isso não pode ser considerado verdade única, pois como apresentado nesta dissertação, o alho gera empregos, é produto com importância social, além de existir no Brasil desde 1960 na região de Minas e de Goiás.

Muitas famílias e empresários rurais sobrevivem com o plantio do alho e é necessário aprofundar seu estudo no âmbito da academia, para que a cultura possa usar estes dados para negociar junto ao governo, para desenvolver projetos das mais diversas áreas de interesse. Este trabalho iniciou o caminho para subsidiar o setor com informações técnicas que podem auxiliar nas transformações que a cadeia produtiva do alho precisa lidar para mudar sua realidade.

É notório que o produtor, e a cadeia como um todo, não pode ficar a mercê de interesses e oportunismos internacionais. Mas para que ele possa se preparar é necessário buscar novas alternativas para o setor produtivo brasileiro.

Neste sentido, este estudo complementa sua contribuição: precisa-se elaborar políticas públicas que atuem diretamente na capacitação e formação técnica do produtor que está no campo e do seu sucessor, pois mostrou-se que há tendência de sucessão familiar. Não basta criar cursos em época de plantio ou sem didática. O produtor precisa de algo adaptado à sua necessidade para que ele se envolva cada vez mais com o mundo globalizado.

Para realizar estas medidas, podem ser traçadas parcerias com entidades especializadas neste tema como: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR, Ministério

da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural – EMATER, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA, Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB, Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, universidades federais e estaduais, além de entidades de classes - como a ANAPA e os mais diversos órgãos brasileiros. Ou seja, não é necessário criar mais nenhuma entidade, mas sim aliar as estratégias para promover o setor alheiro, focadas no sentido de adquirir equipamentos tecnológicos, além das demais sugestões apresentadas anteriormente.

O trabalho também apresentou limitações. Com relação a coleta de dados, foi dificultada devido à metodologia de aplicação e por falta de tempo dos participantes em auxiliar no preenchimento do questionário. Outra limitação foi o número reduzido de laudas do estudo II que direcionou o trabalho para outro procedimento, não mantendo a mesmo enfoque de ferramenta de análise.

Espera-se que este trabalho tenha implicações práticas para que as entidades de classe, como a ANAPA tão citada pelos participantes do estudo, possam usar os resultados para apresentar aos responsáveis pela governança vigente e dar início a trabalhos de transformação do setor para que ele não fique tão vulnerável às oscilações de preço no comércio internacional do alho.

Por último, recomenda-se agenda de pesquisa para o setor que deve ser investigada nas mais diversas áreas do conhecimento, de maneira que possa subsidiar o setor em novas etapas de pesquisa. São eles: estudo jurídico da concessão de liminares na importação de alho, capacitação de mão de obra para a cultura do alho, capacitação técnica para o gestor do alho, revisão da cadeia produtiva para identificar os gargalos dentro do Brasil na formação de preço com foco em economia, revisão e atualização da legislação vigente no que diz respeito ao setor, formação de cursos técnicos para

sucessão familiar, elaboração de políticas públicas para sustentabilidade do setor, estudo de negociação governamental entre Brasil e China para firmar acordos de concorrência leal, estudo de competitividade do setor, linhas de crédito específicas para auxiliar na aquisição de tecnologia de produção e elaboração de um plano estratégico para o setor alheio elaborado por parte do setor e ratificado pelo governo brasileiro.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apud. ARRIGHI, Giovanni. **Globalização e macrossociologia histórica**. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782003000100003&script=sci_arttext&tlng=pt. Acessado em 14 de abril de 2008.

Associação Nacional dos Produtores de Alho. www.anapa.com.br.

CEPAL. 2002, p. 17.

CERVO; Amado Luiz; BUENO, Clodoaldo. **História da Política Exterior do Brasil**. Brasília: Editora Brasília. 2ª Ed., 2002.

Companhia Nacional de Abastecimento. Disponível em <http://www.anapa.com.br/principal/images/stories/documentos/alhojaneiro2009.pdf>. Acessado em 21 de outubro de 2010.

CURADO, Marcelo. **Flutuações nos preços dos ativos**: uma comparação entre as bolhas especulativas racionais e a contribuição Keynesiana. *Economia e Sociedade*, Campinas, v.15, n. 1 (26), pp. 57-77, jan./jun. 2006.

EMBRAPA. http://www.cnph.embrapa.br/noticias/not_27.htm.

GILPIN, Robert. **O desafio do Capitalismo Global**: A economia mundial no século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2004.

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA. XI Curso Taller de Ajo – Tupungato.

LUCINI, Marco Antônio. **O alho no Brasil**: um pouco da história dos números do nobre roxo. Disponível em: http://www.anapa.com.br/principal/images/stories/documentos/cultura_do_alho_no_brasil_final.pdf. Acessado em 11 de outubro de 2010.

KEOHANE, Robert O.; NYE, Joseph S. **Power and Interdependence**. 3rd ed., 2001.

KEYNES, John Maynard. **A teoria gera do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Atlas, 1982.

Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação. Disponível em <http://faostat.fao.org/site/567/default.aspx#ancor>. Acessado em 18 de outubro de 2010.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PORTER, Michael. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

SACHS, Jeffrey D.; LARRAIN, Felipe B. **Macroeconomia**. São Paulo: Makron Books, 1998, p. 707.

Sindicato Rural de Flores da Cunha. Disponível em http://www.strflores.com.br/oflorense_outubro.html. Acessado em 11 de outubro de 2010.

Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior - Alice Web. Disponível em <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/>. Acessado em 19 de outubro de 2010.

TREVISAN, Cláudia. **China se torna a segunda maior economia mundial**. Estadão. Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,china-se-torna-segunda-maior-economia-mundial,679636,0.htm>. Acessado em 01 de janeiro de 2012

ZANELLI, José Carlos; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt. **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

WILLIAMSON, O. E. **Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications**. Free Press. New York, 1975.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO I: ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1- Qual a importância da formação do preço do alho para a sustentabilidade, produtividade e competitividade do setor alheiro?
- 2- Descrever, detalhar, justificar: quais as variáveis, indicadores e fatores que influenciam a formação do preço do alho no contexto internacional?

ANEXO II: CORPUS

**** *subj_01 *est_DF *rep_pro *atu_nac *tip_ent

O primeiro ponto que eu gostaria de abordar é com relação à situação atual que o setor do alho vive. Hoje nós estamos passando por um momento de preços muito bons em função da subida do preço do alho chinês. Porque que ocorreu isso. O Brasil não importava alho da China, ele era abastecido apenas pela Espanha. Na década de 80 e a partir da década de 90 houve a entrada, abertura do mercado do alho chinês no Brasil. Até neste período, o Brasil iniciava sua produção, o consumo era baixo e a produção nacional juntamente com importações da Espanha abasteciam o mercado. A Espanha e a Argentina abasteciam o mercado nacional. Com a abertura do mercado para China, ela passou a abastecer e participar do abastecimento nacional do alho. Como nós sabemos, a política pública da China não é uma economia de mercado e por não ser uma economia de mercado os preços praticados lá são infinitamente menores que os preços praticados no mundo inteiro. A China passou a oferecer alho para o mundo inteiro, inclusive para o Brasil a preços muito baixos, devido ao seu baixo custo de produção, a sua exploração de mão de obra, sua produção não sustentável e as suas investidas no meio ambiente. Não tem nenhuma política de proteção do meio ambiente e nem de proteção do trabalhador da China. Como toda terra é do governo, então os produtores de alho da China têm uma área de 660 metros quadrados por membro da família. Uma família com três pessoas tem mais ou menos 2000 metros quadrados, um lote, vamos dizer assim. São micros produtores, e fazendo as contas em visita quando estive na China em 2007, eles têm basicamente uma grande São Paulo inteira, 16 a 20 milhões de pessoas envolvidas na cultura do alho. Isso significa muito para os chineses, eles precisam manter essa mão de obra no campo como estratégia para não encher rapidamente, o mais rápido que eles esperam, os grandes centros. Com isso, o governo chinês teve a estratégia de manter o preço do alho incentivando o produtor a ficar no campo e um preço muito barato de produção. A partir da entrada do alho chinês no mercado nacional houve a prática do dumping e a associação goiana investiu e conseguiu a primeira colocação do antidumping no alho chinês. Desde a primeira criação do antidumping para o alho chinês, que foi na década de 90, se não me engano 92_94, foi instituído uma taxa e de lá pra cá os importadores de alho vendo que teriam que pagar esta taxa e que acrescentaria um custo adicional de 4.20 dólares americanos, começaram a correr atrás de outras artimanhas para burlar esse pagamento e o recolhimento da taxa antidumping. E daí o governo brasileiro foi informado através da associação, dos produtores de que havia uma grande fuga, tanto que de 2001 a 2005, 2006, apenas 23 por cento de todo alho que entrou no Brasil, apenas 23 por cento pagou a taxa, 77 entrou sem recolher esta taxa. Então, o setor alheiro ficou muito frágil por não haver uma política pública. A intervenção do governo através da defesa comercial instituindo a taxa antidumping foi correta, o governo mostrou que precisava corrigir esta falha só que ao mesmo tempo os importadores continuaram não pagando através da justiça federal. Ou seja, uma política pública instituída pelo executivo não foi cumprida pela iniciativa do poder judiciário da justiça federal de primeira e segunda instância e acabou que o setor alheiro arcou com todo este ônus. Foram várias e várias pessoas desempregadas neste período, deste a implantação do primeiro antidumping até os dias de hoje, devido à falta de política pública efetiva que realmente venha trazer resultados. A ANAPA sabendo destes problemas, como é função dela de defender a produção nacional, de defender os seus associados, ingressou com medidas judiciais, organizou-se,

profissionalizou e veio trazer uma resposta. Veio junto com os poderes trazer uma solução, uma resposta para este problema que, desde quando foi instituída essa taxa não vinha sendo cumprida. É importante os países, o país Brasil, ter uma política pública voltada para o setor com o intuito de segurança nacional. Todas as nossas culturas precisam ter uma medida, uma política pública de segurança nacional que incentive ao Brasil plantar pelo menos, no mínimo, no mínimo, 70 por cento e 30 por cento ser importado. Hoje é o contrario. O Brasil importa 70 cento e planta 30 por cento. Isso é errado. Isso há muito tempo estamos denunciando, é uma política errada. Nós estamos na mão do alho chinês. Quem tem o maior volume, é que dita a regra. A China através da sua agressividade, e através de uma concorrência desleal quebrou a produção alheira no mundo inteiro, inclusive no Brasil. Nós na década de 90, 80, da década de 90, abastecíamos 80 por cento do mercado nacional, hoje abastecemos apenas 30 por cento. Isso é a falta de política pública para o setor do alho. Diante de um problema, o governo federal não soube administrar e nem criar outras saídas para o setor, para proteger e não deixar essa grande perda de empregos durante muitos e muitos anos. Nós perdemos praticamente 100 mil empregos nessas duas últimas décadas, por falta de uma intervenção federal no setor alheiro. Com a China investindo deslealmente, tendo esta medida desleal com todo mundo, todo mundo reduziu seu plantio e como eu estava falando agora pouco quem dita regra, quem dita o preço é quem tem o maior volume e a China esse ano por uma questão climática que afetou dois anos seguidos, questões de chuva na colheita, questões de produção, de problemas internos deles, eles reduziram drasticamente a oferta de alho para o mundo e nós acompanhamos e estamos vendo um aumento violentamente alto no alho chinês saindo de 3 dólares americanos no começo do ano passado para 20_22_25 dólares americanos até 27 dólares americanos este ano. Isso mostra o quão frágil é a nossa política pública para a cultura do alho, ou seja, não existe. A sociedade brasileira é quem paga esse ônus, essa oscilação porque nós estamos à mercê da China. O alho hoje está num preço bastante alto, devido simplesmente a China reduzir a sua produção, ter problemas e simplesmente subir o preço e como o Brasil é dependente das importações da Argentina e China, não consegue abastecer seu consumo interno. A sociedade brasileira paga esse ônus e quando os preços são baixos, a concorrência é desleal e quem paga o preço é o produtor. Então, ora o produtor paga o preço, ora a sociedade paga o preço por falta de uma política pública direcionada para as necessidades do setor alheiro. Eu vejo que para termos um projeto sustentável no setor do alho, é importante investir em tecnologia, investir em produtividade, investir em desenvolvimento, investir em extensão rural, levando conhecimento aos pequenos, aos médios e aos grandes produtores fazendo com que a produção, a produtividade, de modo geral, tanto do pequeno, do médio, do grande cresçam tornando competitivo no mercado. Mas cresça de uma forma sustentável, pensando na produção sustentável, pensando no meio ambiente, pensando nos trabalhadores, pensando na sociedade, pensando em oferecer produtos sem resíduos de defensivos. O setor alheiro precisa urgentemente investir em tecnologia para melhorar e tornar competitivo o setor e nós estamos fazendo isso, através da associação nacional, através das parcerias público_privada nós temos levado conhecimento à classe produtora. Temos levado informações, nós temos levado tecnologia como a limpeza de vírus, isso agrega a produção. Através disso, nós deixamos o produtor competitivo, não só competitivo, mas uma competição sustentável que venha junto à produção sócio ambiental e daí sim, o governo faça sua parte para que o produtor não seja ameaçado, não seja pego de surpresa com essas ofertas de alho chinês de baixa qualidade e com preços baixíssimos, porque sendo assim a cadeia produtiva que faz a sua parte e do outro lado o governo também faz a sua parte criando políticas públicas que não venham a deixar que um

produto importado, venha agredir toda uma classe expulsando da atividade. Então essas são as considerações com relação ao alho da primeira pergunta. Falando um pouco dos indicadores que influenciam no preço do alho no contexto internacional, eu tava falando da China. A China produz 70 por cento do alho mundial e ela também é um grande consumidor. Ela exporta apenas 5 por cento, se não me engano, da sua produção. É um valor muito pequeno que ela exporta, mas o muito pequeno que ela exporta é o suficiente para inundar os principais países consumidores de alho no mundo, como é o caso do Brasil, Europa, México, Espanha, Itália, os países árabes. A Europa, por exemplo, tem cota para a China, é uma das coisas que o Brasil poderia colocar como política pública. A China tem uma quantidade que pode entrar nos países da Europa, na Comunidade Européia. Ela também coloca cota para Argentina e para outros países de maneira que o mundo inteiro é protecionista. Se pegar os Estados Unidos o imposto de entrada do alho chinês, se não me engano, é de 350 a 370 por cento. Ou seja, outra proteção, uma política pública de proteção aos produtores, ao setor alheiro dos Estados Unidos. A cota na Europa é uma política de proteção aos produtores da Itália e da Espanha. Eu já estive visitando e conheço bem a região. O Brasil precisa criar algumas políticas públicas que sejam eficientes para não permitir que a China avance e acabe com o setor alheiro no Brasil. A formação do preço, basicamente, é a mesma da formação de preço no Brasil. Quem tem o maior volume é quem dita as regras. A China é o maior exportador, é o maior produtor. Não só o alho subiu, o alho chinês subiu no Brasil, como subiu no mundo inteiro. Eu estive há pouco tempo na Europa vendo o valor dos alhos que estavam sendo comercializados na Itália e na Espanha e vimos que está praticamente o preço FOB China. É o mesmo preço praticado quando vem para o Brasil. Ou seja, a China é quem dita a regra de preço de alho no mundo, em função de ser o maior produtor de alho com preços muito baixos. A Espanha até a entrada da China no Brasil era o maior fornecedor de alho ao Brasil. Por que a China chegou e tomou o lugar da Espanha. A Espanha que já chegou a fornecer de 30 a 40 por cento do alho, hoje não fornece praticamente nada. Por quê. O custo de produção na Espanha é muito alto e os espanhóis não conseguiram colocar o alho deles aqui no Brasil competindo com a China. Rapidamente a China expulsou o produto europeu aqui do Brasil, em função da agressividade e dos baixos custos de produção. Esse é um dos fatores que influenciam a formação do preço do alho no conteúdo internacional. Mais um ponto que eu me lembrei é com relação à valoração aduaneira. Ela nada mais é do que a pauta, então o alho chinês para entrar no continente europeu, nos países da Europa, tem uma valoração, tem um preço mínimo. Já aqui no Brasil não, ele pode entrar a 3 dólares americanos, 5 dólares americanos. O cara paga 10 dólares americanos lá, subfatura a mercadoria e tira nota de 3 dólares americanos isso da uma diferença muito grande na formação do preço final, causando uma concorrência desleal, tão grande e tão danosa quanto não pagamento da taxa antidumping. É a questão do subfaturamento. A valoração aduaneira seria outro indicador que os países pudessem adotar para não deixar ocorrer o subfaturamento, que é tão danoso quanto essas outras práticas que a China vem praticando. Outro ponto tem relação às leis trabalhistas. No Brasil as leis são muitas, o Ministério do Trabalho é muito exigente e nós produtores e empresários concordamos e realmente tem que ser, temos que cuidar dos nossos trabalhadores, temos que cuidar da segurança do trabalho, temos que cuidar e respeitar todas as leis, e respeitamos. Grande parte dos produtores respeita e cumpre todas as leis trabalhistas. Existem falhas, mas a grande maioria atende as exigências trabalhistas que o Ministério do Trabalho implantou. A China não existe. O trabalhador chinês ganha uma miséria, ganha 30_50 dólares por mês. São explorados, não existem leis trabalhistas. Eu tive a oportunidade de estar lá e ver tudo isso que eu estou falando aqui

agora crianças, velhos, idosos sem equipamento de proteção, sem nenhuma preocupação de segurança no trabalho, sem nenhum custo, sem nenhum ônus com esse fator que é de grande importância e relevância numa agricultura que pensa em crescer sustentável. Na China não existe nada disso. Eu pude ver, tirei foto, filmei. Outro ponto, outro indicador, que mostra o quão grande é a concorrência desleal com os países que cumprem toda a legislação. Legislação ambiental é uma vergonha, eu presenciei na China. Um lixo, um fedor, um descaso com o meio ambiente, terrível. Aqui no Brasil nós estamos preocupados, cuidando do outro indicador também que na formação do preço eles não têm este ônus. E nós aqui temos este ônus. São tantos fatores que poderia ficar citando, mas estes são os principais pontos que interferem diretamente na formação do preço e nós aqui no Brasil não temos condição nenhuma de competir com um país que não é economia de mercado, não respeita o meio ambiente, não respeita as leis trabalhistas e ainda oferece produtos de baixa qualidade no mercado.

**** *suj_02 *est_AR *rep_p *atu_int *tip_ent

A formação do preço tem importância. Qual a é a questão com a formação do preço. A formação do preço é uma resultante do mercado, quando o mercado é de livre atuação. Quando tem concorrência da oferta e da demanda sem limites. No caso do setor alheiro essa formação não tem completamente expressão da livre concorrência, da livre oferta e demanda. Mas eu acho que a formação do preço, o preço como valor de referência é importante para todas as variáveis. Sustentabilidade e competitividade como fatores de referência. A maior questão no setor alheiro não é oferta e demanda, tem relação com controle pelo importador e pelo exportador, pelo empacotador. O único que não controla o preço é produtor. A única forma que eles têm de participar na formação do preço numa cadeia como a alheira é por meio do associativismo. Não sei, eu acho que a pergunta possivelmente seja muito geral com respeito à formação do preço, o ato da formação do preço, tem importância porque é um valor de referência. O preço que hoje se forma não leva em conta a sustentabilidade, nem a produtividade, nem a competitividade. A formação do preço é uma questão de interesse, de briga, de concentração de poder e não tem as condições para que se aplique a livre concorrência. Possivelmente o mercado interno, tem que estar protegido dos efeitos externos como baixo preço da China. Se tiver que estar protegido, qual é a concorrência de livre oferta e demanda. A maior importância do preço é que marca as tendências e a maior fraqueza que tem a formação do preço hoje é que nela não concorrem igualmente todos os fatores, e nem tem a possibilidade. A não ser que os diferentes atores se juntem e, por exemplo, retomando o que falamos hoje, tome a competitividade sistêmica como uma ferramenta para chegar a uma conciliação. Sem dúvida uma variável muito importante é quem tem a maior quantidade de alho e a segunda maior quantidade de alho. É uma questão de qual é a concentração do produto que existe no mercado nacional. Aquele que concentra _ tratando_se de uma commodity, porque o alho que se comercializa numa transação é uma commodity, não tem valor agregado nenhum _ tem maior possibilidade de controle. Esse é um fator. Tem outro fator que pode ser a qualidade, que pode ser muito importante, porque pode ser um fator de diferenciação, de segmentação do mercado. No caso do alho, pode ser um jeito também de frear o alho mais barato da China, exigindo_se qualidade. Também são importantes as condições em que este produto é gerado no país de origem. Quando esse produto está concentrado em maior quantidade baixa o preço. Aquele que tem essa concentração tem maior ferramenta para controlar o preço. Esses são os principais indicadores. Acontece também, que eu acho muito importante, que nos países dos chineses porque quando

esses países têm um setor produtor como é o caso Brasil, essa formação do preço tem influência nos distintos atores que ficam nesses países. O produtor do Brasil não participa na formação do preço da China, mas essa situação de preço baixo gerado por quem concentra a produção e o poder do mercado gera desequilíbrio interno no país produtor também, que por sua vez também é importador. Então, essa é outra dimensão do desequilíbrio que pode ser uma variável indireta de relações entre países também. Por exemplo, no caso da Argentina ela não é compradora de alho da China, faz uma compra, mas não é importante. Mas quando estivemos com os chineses com o objetivo de aprofundar relações, eles tinham planejado o proposto de fazer grandes investimentos na Argentina, uma das condições deles é que a Argentina deixasse entrar sem limites o alho chinês. Os investimentos nunca chegaram e tão pouco o alho. Essa força de pressionar para aquele que tem o controle de preço pode ser importante, por um desequilíbrio que gera no país de destino e como o desequilíbrio pode afetar o seu controle e o seu poder. Realmente o tema a formação de preço é uma questão de interesses e poder. Neste caso a teoria não tem parte aqui. Eu acho que são essas as variáveis mais importantes. Quem tem o alho no contexto internacional e o preço que poder oferecer, essa oferta de produto pode estar favorecida por uma condição interna real, como poderia ser por baixos custos, ou também por uma política interna ou pelas duas coisas simultaneamente. Uma política interna de promover a exportação desse produto a um preço baixo. Então, pode ser uma questão de política interna ou pode ser um fator, não somente uma questão de volume de produção, mas também de política, de promoção, um jeito de ocupação do espaço. Logo conhecer quais são os outros países que estão concorrendo com sua produção no mercado internacional. Tem também como uma variável que impacta no preço internacional, as medidas que os países podem impor para frear a invasão dos produtos mais baratos. Medidas como taxa antidumping, essa é a mais clara, mas têm outras que são alfandegárias, a exigência de qualidade, são medidas, por exemplo, impostas pela Europa. O que acontece com isso é que agora em 2012 a China vai entrar plenamente na OMC e nesta condição de membro pleno eles vão poder fazer mais força em favor dos seus produtos. Essa é uma realidade que ainda as pessoas não levam a sério. Sendo membro pleno pode pedir que considerem de outra forma e fazer pressão com isso. Com acontece ali é que temos que trabalhar para ver como andar a situação. Temos mais um fator que pode facilitar as coisas, este é um fato concreto que uma política determinada pode promover uma exportação a um preço determinado também. Sempre tem que ter alguém comprando, tem que ter uma pessoa no país de destino que compra. Essa pessoa de algum jeito também está formando preço, porque a aceitação do preço também é uma aceitação da concorrência na formação. Então, esses são os fatores. Poderiam existir outros fatores

QUESTIONÁRIO

2º ESTUDO

Considerações:

1. Este estudo visa atender às necessidades de pesquisa do mestrado *stricto sensu* em Agronegócios pela Universidade de Brasília. O tema de dissertação é a formação de preço internacional do alho e o objetivo é identificar quais as variáveis intervenientes que incidem neste processo. A cadeia produtiva enfrenta há muitos anos as oscilações de preço impostas por diversos *players*, como China e Argentina. Portanto, busca-se identificar como que este processo é realizado e se é possível traçar estratégias para minimizar os impactos das constantes alterações de preços.
2. Neste questionário as perguntas estão agrupadas em seis categorias centrais: LEGISLAÇÃO, FISCALIZAÇÃO, OMC, TECNOLOGIA DA PRODUÇÃO, MÃO-DE-OBRA E GOVERNO.
3. As respostas dadas ao questionário serão tratadas de forma agrupada assegurando confidencialidade das informações.
4. Ao final de cada categoria há espaço para registro de informações adicionais, caso considere necessário.

Agradeço sua disponibilidade e ressalto que sua opinião é extremamente importante para a compreensão da cadeia produtiva de alho e o resultado deste trabalho tem como objetivo auxiliar na elaboração de políticas públicas para o setor.

Tatiana Reis
Mestrando em Agronegócios

IDENTIFICAÇÃO DO AGENTE

Nome completo:

Cargo:

Instituição que representa:

Tempo de serviço no setor alheiro:

Sexo: Masculino Feminino

Grau de escolaridade:

Faixa etária:

20-29 anos

30-39 anos

40-49 anos

50-59 anos

A partir de 60 anos

LEGISLAÇÃO

Na primeira categoria de análise denominada legislação, são apresentadas as perguntas 1 e 2 que avaliarão o seu grau de conhecimento sobre este tema. Registre suas respostas no quadrado ao final de cada afirmativa.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

Nenhum conhecimento

Avançado conhecimento

1- Qual o meu grau de conhecimento a respeito da Instrução Normativa 242/92, que estabelece as normas e padrões de embalagem, classificação e empacotamento do alho. Lembrando que 1 reflete nenhum conhecimento e 10 avançado conhecimento sobre o tema.

2- Qual o meu grau de conhecimento a respeito da legislação *antidumping* aplicada no Brasil. Lembrando que 1 reflete nenhum conhecimento e 10 avançado conhecimento sobre o tema.

As perguntas de 3 a 5 serão avaliadas por meio de escala de concordância. Assinale entre parênteses de 01 a 10 a sua resposta sobre a afirmativa, lembrando que 1 reflete nenhum conhecimento ou total discordância e 10 avançado conhecimento ou total concordância sobre este tema. Registre suas respostas no quadrado ao final de cada afirmativa.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

Total discordância

Total

concordância

3- A Instrução Normativa 242/92, que estabelece as normas e padrões de embalagem, classificação e empacotamento do alho, está adequada às necessidades do produtor e do mercado.

4- A legislação *antidumping* aplicada no Brasil é efetiva para lidar com a prática de *dumping* no contexto de importação do alho chinês.

5- Os mecanismos legais adotados para regulamentação do setor alheiro não são apropriados e contribuem para a vulnerabilidade do setor.

Caso tenha alguma consideração adicional sobre este tema, registre neste espaço

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

FISCALIZAÇÃO

Outra categoria importante para compreender a formação do preço internacional do alho é a fiscalização. A seguir, avalie as três perguntas sobre este tema. Registre suas respostas no quadrado ao final de cada afirmativa.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

Total discordância

Total concordância

- 1- O problema do setor alheiro está fortemente relacionado à ausência de fiscalização nos portos.
- 2- A fiscalização não é feita igualmente no mercado brasileiro. O produtor é mais fiscalizado que o importador.
- 3- A fiscalização deveria ser concentrada, principalmente, nos portos. Desta forma, o subfaturamento e o não pagamento de *antidumping* seriam evitados.

Caso tenha alguma consideração adicional sobre este tema, registre neste espaço

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO/OMC

Além da legislação e da fiscalização, é necessário analisar a atuação de agentes internacionais como a Organização Mundial do Comércio – OMC. Têm-se três alternativas para serem analisadas. Registre suas respostas no quadrado ao final de cada afirmativa.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

Total discordância

Total concordância

- 1- As medidas de salvaguardas da OMC, como *antidumping*, são suficientes para lidar com o problema do setor alheiro.
- 2- A medida de cotas é uma salvaguarda que pode ser utilizada para equilibrar o mercado de alho no Brasil.
- 3- A OMC desempenha papel preponderante para lidar com os problemas internacionais do setor alheiro.

Caso tenha alguma consideração adicional sobre este tema, registre neste espaço

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

TECNOLOGIA DE PRODUÇÃO

A tecnologia da produção é um aspecto bastante relevante na formação de preço do alho, por este motivo há três afirmativas para análise. Registre suas respostas no quadrado ao final de cada afirmativa.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

Total discordância

Total concordância

- 1- Tecnologias inovadoras possibilitam que o produtor brasileiro seja competitivo no mercado doméstico e internacional.

Para avaliar a questão 2 a seguir, utilize a escala de eficiência, em que 1 representa nenhuma eficiência e 10 total eficiência. Registre suas respostas no quadrado ao final de cada afirmativa.

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

Nenhuma

eficiência

Total eficiência

- 2- As tecnologias disponíveis para o mercado brasileiro são eficientes.

- 3- O produtor de alho tem fácil acesso a financiamentos para aquisição de tecnologias inovadoras.

Caso tenha alguma consideração adicional sobre este tema, registre neste espaço

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

FORÇA DE TRABALHO/RECURSOS HUMANOS

A importância da força de trabalho é inquestionável no que diz respeito à agricultura. A cada ano há mudanças significativas que podem ser constatadas, tanto do ponto de vista da legislação quanto da capacitação profissional. Assim, assinale o grau de concordância das três assertivas a seguir. Registre suas respostas no quadrado ao final de cada afirmativa.

| | | | | | | | | | |
|--------------------|---|---|---|---|--------------------|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Total discordância | | | | | Total concordância | | | | |

- 1- No Brasil, falta mão-de-obra para o plantio do alho.
- 2- O custo da mão-de-obra no setor do alho influencia significativamente o custo de produção para o setor.
- 3- Os impostos decorrentes da contratação de pessoal são consideráveis e influenciam a competitividade do setor.

Caso tenha alguma consideração adicional sobre este tema, registre neste espaço

| |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |
| |

ANEXO IV: *CORPUS* ESTUDO DIRIGIDO II

**** *suj_01 *car_consultoragronômico

Reconheço os esforços realizados pela ANAPA, desde os primeiros anos de sua existência e, principalmente nos últimos tempos. Porém, apenas a prática de antidumping não é suficiente, mas o setor alheio nacional necessita urgentemente de medidas complementares, como barreiras fitossanitárias, quantificação de demanda e criação de estoque regulador, de modo a garantir o suprimento, sem onerar o consumidor em demasia, mas também viabilizando a atividade da produção interna, em que pese seu caráter social. Na atualidade, quanto ao quesito antidumping, houve um progresso muito importante, refletindo os esforços da ANAPA, implementando alguns serviços sem precedente. No caso de aptidão de mercadorias para consumo, certamente cabe evoluir nas investigações, fiscalizações, posto que muitos lotes de mercadorias inviáveis em outros destinos ingressam no Brasil sem qualquer dificuldade. Quanto à sanidade, sabemos que diversas pragas estão presentes na China, Europa, Austrália e alguns países da América, pedindo procedimento complementar, como quarentena. O antidumping tem sim seu alcance, mas não resolve a situação por completo. As cotas no Brasil ocorreram apenas quando havia interesses dos importadores, que as criaram com participação da ANAPA. Porém isso serviu para engordar os bolsos de meia dúzia de privilegiados, pois na ocasião existia as licenças de importações, que por meios não justos, prestigiaram alguns cidadãos. Quanto à OMC, não podemos transferir para a organização o que é do país, do povo, dos produtores, dos trabalhadores, da população brasileira, na medida em que favorece alguns raros povos e massacra milhares. No final dos anos 70 e início dos anos 80, as instituições de pesquisas agropecuárias oficiais contavam com mais de 100 projetos de pesquisa em andamento. Este tempo passou e assistimos a um setor vitimado por um sistema, percebendo que os produtores e técnicos caminham a passos largos, assumindo o papel de quem deveria ser a vanguarda. A cada ano, torna-se mais difícil recrutar mão de obra para o setor produtivo, além de afrouxamento dos trabalhadores, ao perceberem que é um recurso escasso. Treinamento é sempre importante e tem que começar, mas não pode parar e isso não é percebido pelo setor produtivo agropecuário no Brasil, de modo geral. Os reflexos da participação da mão de obra, considerando o valor, não podem ser vistos como leitura direta, mas, sobretudo como participação relativa. Todos precisam ganhar produtor, trabalhador, consumidor. Qualquer relação estável funciona do modo ganha e ganha. As tecnologias que poderão surgir com os projetos de pesquisas, sejam para incrementar produtividade, ou melhorar quantidade, tem que beneficiar a todos, mas não apenas um lado da balança. Regulando os estoques para abastecimento, incluindo a produção nacional e importações necessárias de origem garantida, não há dúvidas que todos serão beneficiados. Como em todos os setores brasileiros, a carga de impostos que incidem sobre a contratação de mão de obra no país é bastante e isso não é diferente para o setor alheio. Discutir um tema tão complexo não estaria ao meu alcance e nem deve ser tratado num breve questionário. Porém, dois aspectos merecem destaques o setor privado subsidiando o público e mau uso das arrecadações, com desvios, corrupção de séculos. Acredito que a ANAPA poderia melhorar bastante seu desempenho ao se empenhar em levantamentos estatísticos relativamente à produção nacional. Algumas informações que surgem, quase sempre, têm a intenção de prestigiar importadores, e muitas vezes preparadas por eles mesmos. Desde a extinção da COTIA não temos levantamentos confiáveis no setor olerícola no país. As estatísticas sobre importações da ANAPA funcionam bem.

**** *subj_02 *car_diretor

É muito importante, no caso da Argentina que a fiscalização, principalmente da qualidade, seja feita nas fronteiras. Não tem sentido permitir que produtos que usam muita mão de obra na sua produção entrem no país de forma tão simples. Criar empregos dentro do próprio país é muito importante. O câmbio chinês de 6.7 para 1 dólar anula qualquer ganho de produtividade que possamos alcançar com eficácia, emprego de tecnologias. Tivéssemos um câmbio como o dos chineses com a tecnologia que adotamos, poderíamos vender alho para todo o mundo.

**** *subj_03 *car_diretoragrícola

Na verdade, no meu entender, é necessário um ajuste no setor judiciário para que as ações de antidumping sejam mais eficientes. Devemos buscar tecnologias que possibilitem a diminuição do custo de produção, que nos falta para competirmos no mercado doméstico e internacional.

**** *subj_06 *car_diretoragrícola

Cotas de importação. Liminares. Mecanização.

**** *subj_07 *car_sócioproprietário

Cotas de importação. Liminares. Se possível mecanização.

**** *subj_08 *car_diretor

Item 4 de Legislação, sim se fosse realmente praticada. Item 3 de Fiscalização, fiscalização em todas as etapas. Falta pesquisa oficial no setor.

**** *subj_17 *car_engenheiroagronômo

Para se tornar competitivo, medidas protecionistas não são soluções que ajudam o setor em longo prazo. Haja visto a Espanha, que com subsídios, se tornou ineficiente. O sistema de cotas seria interessante caso não houvesse tanta corrupção no Brasil. A melhor maneira de se tornar competitivo é ser eficiente. Tecnologia na produção e comercialização são essenciais para se manter no mercado.

**** *subj_18 *car_administrativo

Item 4 da Legislação se fosse aplicado corretamente. Item 3 da Fiscalização, fiscalizar em todas as etapas. Falta pesquisa oficial.

**** *subj_19 *car_proprietário

A legislação seria eficiente se aplicada com eficiência ou seriedade.

**** *subj_21 *car_proprietário

Não mencionada. OMC deveria ser mais ativa, pois regula, mas não executa.

**** *subj_25 *car_diretora

A legislação brasileira é regular, a fiscalização é deficiente, não só na questão da cadeia produtiva do alho, mas em todas as outras. O produtor precisa de garantias para que se torne competitivo no mercado nacional e internacional.

ANEXO V: ESTATISTICA ESTUDO DIRIGIDO II

Tabela 12: Tempo de serviço no setor alheiro

| | Tempo de serviço no setor alheiro em meses |
|-----------------|--|
| Entrevistado 1 | 0 |
| Entrevistado 2 | 0 |
| Entrevistado 3 | 0 |
| Entrevistado 4 | 0 |
| Entrevistado 5 | 0 |
| Entrevistado 6 | 0 |
| Entrevistado 7 | 0 |
| Entrevistado 8 | 0 |
| Entrevistado 9 | 0 |
| Entrevistado 10 | 7 |
| Entrevistado 11 | 12 |
| Entrevistado 12 | 24 |
| Entrevistado 13 | 24 |
| Entrevistado 14 | 36 |
| Entrevistado 15 | 36 |
| Entrevistado 16 | 72 |
| Entrevistado 17 | 96 |
| Entrevistado 18 | 96 |
| Entrevistado 19 | 120 |
| Entrevistado 20 | 120 |
| Entrevistado 21 | 120 |
| Entrevistado 22 | 120 |
| Entrevistado 23 | 144 |
| Entrevistado 24 | 156 |
| Entrevistado 25 | 240 |
| MÉDIA | 56,92 |
| MODA | 0 |
| DESVIO PADRÃO | 66,71701432 |

Tabela 13: Estatística legislação

| | Legislação - 1 | Legislação - 2 | Legislação - 3 | Legislação - 4 | Legislação - 5 |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Entrevistado 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Entrevistado 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 |
| Entrevistado 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Entrevistado 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Entrevistado 5 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Entrevistado 6 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 |
| Entrevistado 7 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 |
| Entrevistado 8 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 |
| Entrevistado 9 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| Entrevistado 10 | 5 | 6 | 4 | 3 | 5 |
| Entrevistado 11 | 5 | 6 | 4 | 5 | 5 |
| Entrevistado 12 | 5 | 6 | 4 | 5 | 6 |
| Entrevistado 13 | 5 | 7 | 5 | 5 | 6 |
| Entrevistado 14 | 5 | 7 | 5 | 5 | 7 |
| Entrevistado 15 | 6 | 7 | 5 | 5 | 7 |
| Entrevistado 16 | 6 | 7 | 6 | 6 | 8 |
| Entrevistado 17 | 7 | 7 | 6 | 6 | 8 |
| Entrevistado 18 | 7 | 8 | 7 | 7 | 8 |
| Entrevistado 19 | 8 | 8 | 7 | 7 | 8 |
| Entrevistado 20 | 8 | 8 | 7 | 8 | 8 |
| Entrevistado 21 | 8 | 8 | 7 | 8 | 8 |
| Entrevistado 22 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 |
| Entrevistado 23 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 |
| Entrevistado 24 | 9 | 8 | 8 | 10 | 10 |
| Entrevistado 25 | 10 | 9 | 8 | 10 | 10 |
| MÉDIA | 5,32 | 5,96 | 5,04 | 4,96 | 6,2 |
| MODA | 5 | 8 | 3 | 2 | 5 |
| DESVIO PADRÃO | 2,577466456 | 2,26347815 | 2,030599255 | 2,864728027 | 2,43241992 |

Tabela 14: Fiscalização

| | Fiscalização - 1 | Fiscalização - 2 | Fiscalização - 3 |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| Entrevistado 1 | 4 | 1 | 5 |
| Entrevistado 2 | 4 | 3 | 5 |
| Entrevistado 3 | 5 | 3 | 6 |
| Entrevistado 4 | 5 | 4 | 7 |
| Entrevistado 5 | 5 | 5 | 7 |
| Entrevistado 6 | 6 | 5 | 7 |
| Entrevistado 7 | 6 | 5 | 8 |
| Entrevistado 8 | 7 | 6 | 8 |
| Entrevistado 9 | 7 | 7 | 8 |
| Entrevistado 10 | 7 | 7 | 8 |
| Entrevistado 11 | 8 | 8 | 8 |
| Entrevistado 12 | 8 | 8 | 8 |
| Entrevistado 13 | 8 | 8 | 9 |
| Entrevistado 14 | 8 | 8 | 9 |
| Entrevistado 15 | 9 | 8 | 9 |
| Entrevistado 16 | 9 | 8 | 9 |
| Entrevistado 17 | 9 | 9 | 9 |
| Entrevistado 18 | 9 | 9 | 9 |
| Entrevistado 19 | 9 | 9 | 9 |
| Entrevistado 20 | 10 | 10 | 10 |
| Entrevistado 21 | 10 | 10 | 10 |
| Entrevistado 22 | 10 | 10 | 10 |
| Entrevistado 23 | 10 | 10 | 10 |
| Entrevistado 24 | 10 | 10 | 10 |
| Entrevistado 25 | 10 | 10 | 10 |
| MÉDIA | 7,72 | 7,24 | 8,32 |
| MODA | 10 | 8 | 9 |
| DESVIO PADRÃO | 2,010804151 | 2,586503431 | 1,492201952 |

Tabela 15: OMC

| | OMC - 1 | OMC - 2 | OMC - 3 |
|-----------------|-------------|----------|----------|
| Entrevistado 1 | 1 | 1 | 2 |
| Entrevistado 2 | 1 | 2 | 2 |
| Entrevistado 3 | 2 | 3 | 3 |
| Entrevistado 4 | 2 | 3 | 4 |
| Entrevistado 5 | 3 | 4 | 4 |
| Entrevistado 6 | 3 | 4 | 4 |
| Entrevistado 7 | 3 | 4 | 4 |
| Entrevistado 8 | 3 | 5 | 5 |
| Entrevistado 9 | 3 | 5 | 5 |
| Entrevistado 10 | 3 | 5 | 5 |
| Entrevistado 11 | 4 | 5 | 6 |
| Entrevistado 12 | 4 | 6 | 6 |
| Entrevistado 13 | 4 | 7 | 7 |
| Entrevistado 14 | 5 | 7 | 8 |
| Entrevistado 15 | 5 | 8 | 8 |
| Entrevistado 16 | 5 | 8 | 8 |
| Entrevistado 17 | 5 | 8 | 8 |
| Entrevistado 18 | 6 | 9 | 8 |
| Entrevistado 19 | 6 | 9 | 8 |
| Entrevistado 20 | 6 | 10 | 8 |
| Entrevistado 21 | 7 | 10 | 9 |
| Entrevistado 22 | 8 | 10 | 9 |
| Entrevistado 23 | 9 | 10 | 10 |
| Entrevistado 24 | 9 | 10 | 10 |
| Entrevistado 25 | 10 | 10 | 10 |
| MÉDIA | 4,68 | 13,04 | 6,44 |
| MODA | 3 | 10 | 8 |
| DESVIO PADRÃO | 2,478574859 | 2,859487 | 2,501333 |

Tabela 16: Tecnologia da produção

| | Tecnologia da produção - 1 | Tecnologia da produção - 2 | Tecnologia da produção - 3 |
|-----------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Entrevistado 1 | 7 | 6 | 2 |
| Entrevistado 2 | 10 | 8 | 8 |
| Entrevistado 3 | 9 | 5 | 6 |
| Entrevistado 4 | 10 | 5 | 3 |
| Entrevistado 5 | 10 | 9 | 3 |
| Entrevistado 6 | 10 | 6 | 5 |
| Entrevistado 7 | 10 | 6 | 4 |
| Entrevistado 8 | 9 | 3 | 3 |
| Entrevistado 9 | 10 | 4 | 4 |
| Entrevistado 10 | 5 | 8 | 8 |
| Entrevistado 11 | 5 | 3 | 6 |
| Entrevistado 12 | 7 | 7 | 8 |
| Entrevistado 13 | 7 | 6 | 4 |
| Entrevistado 14 | 9 | 6 | 6 |
| Entrevistado 15 | 7 | 7 | 4 |
| Entrevistado 16 | 7 | 6 | 6 |
| Entrevistado 17 | 9 | 7 | 5 |
| Entrevistado 18 | 9 | 3 | 3 |
| Entrevistado 19 | 9 | 6 | 7 |
| Entrevistado 20 | 9 | 6 | 6 |
| Entrevistado 21 | 9 | 6 | 6 |
| Entrevistado 22 | 10 | 2 | 2 |
| Entrevistado 23 | 10 | 2 | 2 |
| Entrevistado 24 | 8 | 5 | 1 |
| Entrevistado 25 | 10 | 3 | 3 |
| MÉDIA | 8,6 | 5,4 | 4,6 |
| MODA | 10 | 6 | 6 |
| DESVIO PADRÃO | 1,517683044 | 1,822368141 | 1,97958239 |

Tabela 17: Força de trabalho

| | Força de trabalho - 1 | Força de trabalho - 2 | Força de trabalho - 3 |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Entrevistado 1 | 6 | 8 | 2 |
| Entrevistado 2 | 4 | 10 | 8 |
| Entrevistado 3 | 8 | 9 | 10 |
| Entrevistado 4 | 10 | 10 | 8 |
| Entrevistado 5 | 7 | 8 | 10 |
| Entrevistado 6 | 8 | 10 | 10 |
| Entrevistado 7 | 8 | 10 | 10 |
| Entrevistado 8 | 10 | 9 | 10 |
| Entrevistado 9 | 7 | 10 | 9 |
| Entrevistado 10 | 8 | 10 | 9 |
| Entrevistado 11 | 8 | 8 | 10 |
| Entrevistado 12 | 9 | 9 | 9 |
| Entrevistado 13 | 8 | 9 | 8 |
| Entrevistado 14 | 9 | 10 | 9 |
| Entrevistado 15 | 6 | 10 | 9 |
| Entrevistado 16 | 9 | 9 | 8 |
| Entrevistado 17 | 8 | 8 | 7 |
| Entrevistado 18 | 10 | 9 | 8 |
| Entrevistado 19 | 9 | 9 | 10 |
| Entrevistado 20 | 10 | 9 | 10 |
| Entrevistado 21 | 10 | 9 | 10 |
| Entrevistado 22 | 8 | 0 | 10 |
| Entrevistado 23 | 8 | 10 | 10 |
| Entrevistado 24 | 6 | 10 | 9 |
| Entrevistado 25 | 5 | 9 | 2 |
| MÉDIA | 7,96 | 8,88 | 8,6 |
| MODA | 8 | 10 | 10 |
| DESVIO PADRÃO | 1,556148361 | 1,920015432 | 2,111210074 |

ANEXO VI: ANÁLISE DO *CORPUS* ESTUDO DIRIGIDO II

Tabela 11: UCE – divisão de grupo e subgrupo

| GRUPO | SUBGRUPO | OCORRÊNCIA |
|--------------|---------------------------|------------|
| ENTIDADES | OMC | 2 |
| | ANAPA | 5 |
| ANTIDUMPING | LIMINARES | 5 |
| PRODUÇÃO | PRODUÇÃO INTERNA/NACIONAL | 6 |
| | PRODUTORES | 3 |
| PESQUISA | PROJETOS DE PESQUISA | 3 |
| | TECNOLOGIA | 7 |
| FISCALIZAÇÃO | | 7 |
| QUALIDADE | SANIDADE | 2 |
| COTAS | | 4 |
| IMPORTADORES | | 2 |
| MÃO DE OBRA | | 4 |

Gráfico 5: Ocorrência dos grupos no *corpus* do estudo II

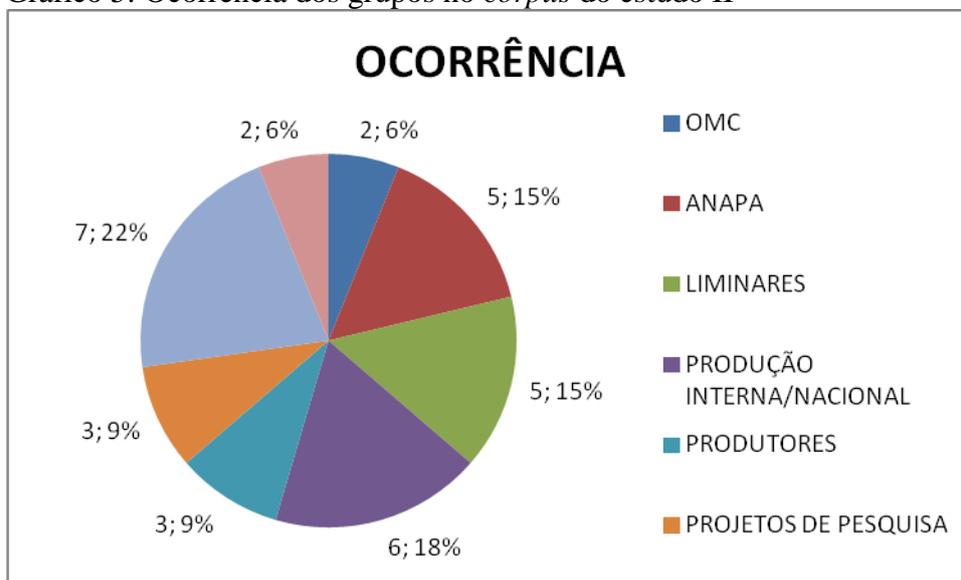
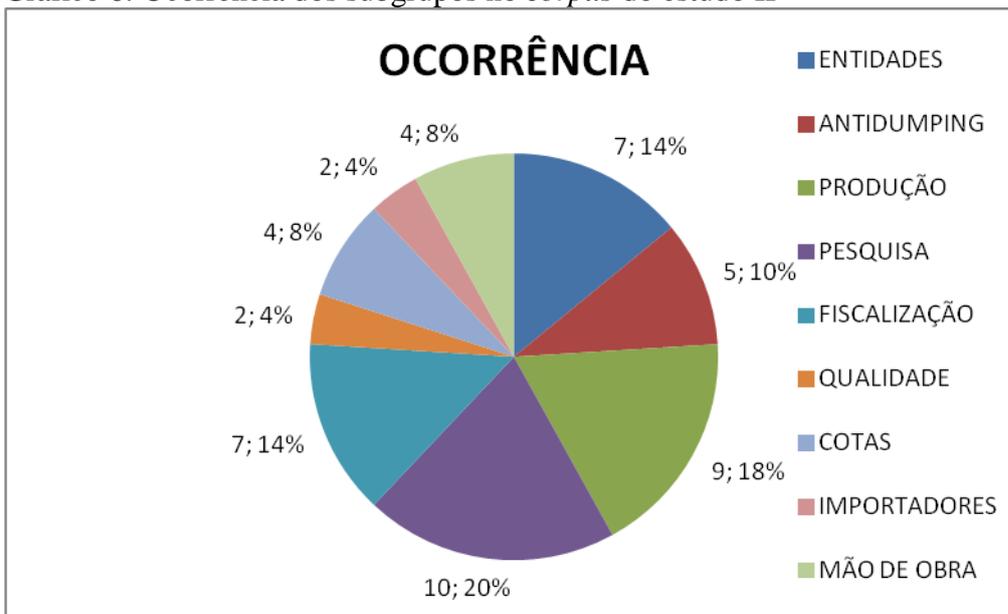


Gráfico 6: Ocorrência dos subgrupos no *corpus* do estudo II



ANEXO VII: SOFTWARE ALCESTE

