

Instituto Politécnico de Portalegre
Escola Superior de Tecnologia e Gestão

A DINÂMICA DA PRODUÇÃO E
COMERCIALIZAÇÃO DA AMEIXA D'ELVAS
(DOP) NO ÂMBITO DO DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL

Projeto de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de PME

Alcida da Conceição Lobo Estalagem

Orientadora: Professora Doutora Ana Célia Calapez Gomes

Setembro, 2014

EPÍGRAFE

“Se não consegues voar, corre; se não consegues correr, anda; se não consegues andar, arrasta-te, mas nunca pares de avançar”.

(Martin Luther King, Jr., 1960)

AGRADECIMENTOS

Após um longo caminho percorrido, através de bons e menos bons momentos, este trabalho visa permitir a conclusão do Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas e Médias Empresas. A sua realização só foi possível graças à colaboração de muitas pessoas, a quem, com enorme reconhecimento, expresso os meus sinceros agradecimentos.

Em primeiro lugar, um agradecimento muito especial à minha orientadora, a Professora Doutora Ana Célia Calapez Gomes por aceitar orientar o meu trabalho, pela dedicação, disponibilidade, transmissão de conhecimentos, tempo e paciência em todos os momentos, sobretudo nos mais difíceis.

Em segundo lugar, quero agradecer às pessoas que contribuíram diretamente para a investigação deste trabalho: Eng.º Victor Gameiro, Técnico da FRUTECO – Fruticultura Integrada, S.A; Doutor Mota Barroso Gerente da Confibor – Transformação Agro-Alimentar, Lda; Sr. Barrena, produtor na APPACDM de Elvas; Sr. Luís Conceição; Sr. Eduardo Barrena; e Eng.º Manuel Antunes, em representação da Agricert-Certificação de Produtos Alimentares, Lda., pela gentileza com que me receberam e pela informação e conhecimentos que me transmitiram, essenciais à realização deste trabalho, bem como a todas as pessoas e entidades que participaram nesta investigação, designadamente o Sr. Abelha, a Câmara Municipal de Elvas, a Escola Superior Agrária de Elvas, os representantes da amostra de Restaurantes e Canais de Distribuição.

Por último e não menos importante, o meu mais profundo e sentido agradecimento à minha família, em especial aos meus Pais, ao Nuno e ao Joaquim por todo o apoio e incentivo, decisivos à concretização deste objetivo.

RESUMO

A globalização apresenta duas tendências contraditórias mas complementares, a massificação da produção e venda de mercadorias no mercado global, e a diferenciação para operar a integração nesse mesmo mercado.

Porém, produzir valor requer uma abordagem própria, tanto em termos estratégicos, como organizacionais. Estrategicamente, implica a construção de narrativas que operem a ligação intrínseca à região. Organizacionalmente, implica a construção e manutenção de redes de atores sociais. É neste processo que se integra a Ameixas D'Elvas (DOP), produto carregado de história e significado, que apesar dos investimentos e da ligação direta à cidade Património da Humanidade, não consegue impor-se no mercado global.

Este trabalho tem como objetivo compreender o porquê deste fenómeno. Para tal, realizámos entrevistas semiestruturadas a representantes de vários *stakeholders*, que submetemos a análise temática de conteúdo.

Os resultados deste estudo apontam para a consciência da importância da certificação e da ligação ao território, mas simultaneamente a impotência face à capacidade de implementação, devido aos custos, à falta de conhecimento e apoio e a uma cooperação mais desejada do que efetiva.

Palavras-chave: Ameixa D'Elvas; Ameixa Rainha Cláudia; Denominação de Origem Protegida; Produtos Tradicionais; Desenvolvimento Rural.

ABSTRACT

Globalization presents two contradictory but complementary trends, the mass production and the sale of goods in the global market, and differentiation to operate market integration.

However, producing value requires its own approach, both in strategic and organizational terms. Strategically, it involves the construction of narratives that operate the linkage to the territory. Organizationally, it involves the construction and maintenance of networks of social actors.

The Ameixa D'Elvas (PDO) is a product full of history and significance, but despite investments and direct connection to the World Heritage city of Elvas, it couldn't until now impose itself on the global market.

The objective of this study is to understand the reason for this phenomenon. In order to do so, we have applied semi-structured interviews to representatives of the various stakeholders, followed by thematic content analysis.

The results indicate an awareness of the importance of certification and connection to the territory, but simultaneously, impotence in the face of implementation capacity, due to cost, lack of knowledge and support, and more desired than effective cooperation.

Keywords: Territory; network; differentiation; communication; cooperation

ABREVITURAS

AGRO – Programa Operacional de Agricultura e Desenvolvimento
CEE – Comunidade Económica Europeia
DOP – Denominação de Origem Protegida
ETG – Especialidade Tradicional Garantida
FAME – Fundo de Apoio a Micro e Pequenas Empresas do Concelho
FINICIA – Soluções Financeiras para Pequenas Empresas
GAL – Grupos de Ação Local
GPP – Gabinete de Planeamento e Política
IAPMEI – Instituto de Apoio a Pequenas e Médias Empresas e à Inovação
IGP – Indicações Geográficas Protegidas
INE – Instituto Nacional de Estatística
LEADER – Programa Ligações entre Ações de Desenvolvimento da Economia Local
OMC – Organização Mundial de Comércio
OP – Organização de Produtores
PAC – Política Agrícola Comum
PIB – Produto Interno Bruto
PME – Pequenas e Médias Empresas
PRODER – Programa de Desenvolvimento Rural
RPU – Regime de Pagamento Único
SAU – Superfície Agrícola Utilizada
UE – União Europeia

Índice Geral

EPÍGRAFE	i
AGRADECIMENTOS	ii
RESUMO	iii
ABSTRACT	iv
ABREVITURAS	v
Índice Geral	vi
Índice de Anexos	x
Índice de Figuras	xi
Índice de Tabelas	xii
Índice de Gráficos	xiii
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – REVISÃO LITERÁRIA	5
1. A PRODUÇÃO AGRÍCOLA NACIONAL	5
1.1. AS REGIÕES AGRÁRIAS	5
1.1.1. Estrutura das Explorações Agrícolas	6
1.1.2. Natureza Jurídica do Produtor por Região	8
1.2. COMPOSIÇÃO DA SUPERFÍCIE AGRÍCOLA UTILIZADA (SAU) POR REGIÕES	9
1.3. POPULAÇÃO AGRÍCOLA	11
1.4. OS JOVENS AGRICULTORES - A MUDANÇA DE PARADIGMA NA ATIVIDADE AGRÍCOLA	11
1.4.1. Distribuição Geográfica dos Jovens Agricultores	13
1.4.2. A representação dos Jovens Agricultores no Setor Agrícola	14
1.4.2.1. A Qualificação dos Jovens Agricultores	14
1.4.2.2. A Importância Regional dos Jovens Agricultores	14
1.5. A RELEVÂNCIA DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS E GÉNEROS ALIMENTÍCIOS DE QUALIDADE	15
1.5.1. Os Produtos DOP/IGP e a Produção Nacional	16

1.5.2.	A Distribuição Regional dos Produtos Protegidos por Região Agrária.....	19
1.5.3.	A Evolução dos Produtos Protegidos de 2005 a 2009	19
1.5.4.	O Mercado de Destino – 2009	21
1.6.	A POLÍTICA AGRÍCOLA COMUM - UMA PARCERIA ENTRE OS AGRICULTORES E A EUROPA.....	22
1.6.1.	Cinquenta Anos de História Viva	22
1.6.2.	Marcos na História da Política Agrícola Comum	23
1.6.3.	A PAC e o Espaço Rural.....	27
1.6.4.	A PAC e o Ambiente	27
1.6.5.	A Dependência da Economia e Modo de Vida Rural da Agricultura	28
1.6.6.	A PAC como Motor de Produtividade e Inovação	29
1.6.7.	Fatores de (In)Sucesso nos Negócios Agrícolas	30
1.6.8.	A Europa, Grande Exportador de Alimentos de Qualidade	31
1.6.9.	O Quadro Financeiro da PAC	32
1.6.10.	Os Apoios à Agricultura	32
1.6.11.	A Reforma em Curso da PAC.....	33
1.7.	O DESENVOLVIMENTO DO TERRITÓRIO E A VALORIZAÇÃO DOS RECURSOS ENDÓGENOS.....	34
1.8.	A MULTIFUNCIONALIDADE AGRÍCOLA, UM CONTRIBUTO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL	36
1.9.	TURISMO EM ESPAÇO RURAL: UM TURISMO ALTERNATIVO E COMPLEMENTAR NUMA SOCIEDADE EM MUDANÇA	39
1.10.	A CERTIFICAÇÃO DA “QUALIDADE PARTICULAR” COMO IDENTIDADE TERRITORIAL	40
1.11.	PRODUTOS ALIMENTARES DE QUALIDADE – PRODUTOS DE VALOR ACRESCENTADO	42
1.12.	SISTEMA DE PROTEÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTARES DE QUALIDADE E O RECONHECIMENTO ADOTADO PELA UE	44
1.13.	ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS NO SETOR AGROALIMENTAR	45
1.14.	INOVAÇÃO E COOPERAÇÃO – UMA ESTRATÉGIA DE COMPETITIVIDADE	47
CAPITULO II – AMEIXA D’ELVAS – PRODUTO TRADICIONAL SECULAR DE ELVAS		52
2. ELVAS - CONTEXTO HISTÓRICO, GEOGRÁFICO E SOCIAL		52

2.1.	INDICADORES ESTATÍSTICOS	54
2.2.	TERRITÓRIO E DEMOGRAFIA	54
2.3.	EMPREGO E ATIVIDADE ECONÓMICA.....	56
2.4.	EDUCAÇÃO	59
2.5	CULTURA.....	60
2.6	TURISMO.....	61
2.7	A AMEIXA “FRUTO DOCE” E A “AMEIXA D’ELVAS (DOP)	63
2.7.1.	Caracterização da Ameixa “Rainha Cláudia Verde”	63
2.7.2.	Introdução Histórica – Cultura no Alentejo	65
2.7.3.	Características ecológicas da região	66
2.7.3.1.	Características do solo	66
2.7.3.2	Recursos hídricos.....	67
2.7.3.3	Características do Clima	67
2.7.3.4	Evolução da área cultivada. Cadastro atual	68
2.7.4.	Transformação	69
2.7.5.	Indústria	69
2.7.6.	Embalagem.....	71
2.7.7.	Mercados	72
2.7.7.1.	Mercado Nacional	72
2.7.7.2.	Mercado Internacional.....	73
2.7.8.	Certificação de Denominação de Origem Protegida (DOP)	73
2.7.8.1	Ameixa D’Elvas - Denominação de Origem Protegida	73
2.7.8.2	Descrição dos produtos.....	74
2.7.8.3	Delimitação geográfica da região de produção	75
2.7.9.	Evolução da produção, preços, calendário de produção e canais de comercialização de 2005 a 2014	75
2.7.9.1.	Elementos envolvidos e respetivas produções	75
2.7.9.2.	Preços mais frequentes	78
2.7.9.3.	Calendário de comercialização 2005-2014	79
2.7.9.4.	Modalidades de Escoamento (canais de comercialização).....	81
2.8	ANÁLISE ESTRATÉGICA – SWOT.....	83

CAPÍTULO III – METODOLOGIA.....	85
3. INTRODUÇÃO	85
3.1. O PLANO DE INVESTIGAÇÃO	85
3.2. ENTREVISTAS.....	86
3.3. CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPÍTULO	88
CAPÍTULO IV – ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	90
4. INTRODUÇÃO	90
4.1. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	90
4.1.1. Descrição da árvore temática	90
4.1.2. Produção.....	92
4.1.3. Comercialização.....	94
4.1.4. Certificação	97
4.1.5. Estratégia.....	99
4.1.6. Colaboração	101
4.1.7. Comunicação.....	103
4.2. DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	105
CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
CONCLUSÕES	109
RECOMENDAÇÕES.....	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113

Índice de Anexos

ANEXO I – Lista de Prémios.....	120
ANEXO II – Fruteiras (ha).....	121
ANEXO III – Guião de entrevistas – Ameixas D'Elvas	122

Índice de Figuras

Figura 1 - Importância da Ruralidade no Território Nacional	6
Figura 2 - Mapa Representativo da Distribuição de Jovens Agricultores por NUTs 3.....	13
Figura 3 - Comércio agrícola da União Europeia (em milhões de euros).....	31
Figura 4 - Algumas vantagens da multifuncionalidade agrícola.....	38
Figura 5 - Configuração em Rede – Teias vs Hub	49
Figura 6 - Aqueduto da Amoreira	53
Figura 7 - Número de dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por Localização Geográfica (NUTS 2002: Elvas) – Hotéis	62
Figura 8 - Evolução do número de Hóspedes por NUTS II	62
Figura 9 - Ameixa Rainha Cláudia Verde	64
Figura 10 - Papel recortado	72
Figura 11 - Ameixa Confitada (em calda).....	75

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Número de Explorações e SAU, por Região (Variação de 1999-2009)	7
Tabela 2 - Produtos DOP/IGP e respetivo Volume de Negócios	17
Tabela 3 - Distribuição Regional por Região Agrária.....	19
Tabela 4 - A evolução dos Produtos Protegidos: 2005-2009	20
Tabela 5 - Mercado de Destino – 2009 (%)	21
Tabela 6 - As Reformas da PAC	23
Tabela 7 - População residente.....	55
Tabela 8 - População Residente por Grupos Etários.....	56
Tabela 9 - População Ativa, Empregada e Desempregada e evolução da Atividade Económica por Setor	56
Tabela 10 - Elementos envolvidos e respetivas produções	76
Tabela 11 - Preços mais frequentes de Ameixa D'Elvas – Fresca e Confitada	79
Tabela 12 - Calendário de comercialização de Ameixa D'Elvas - Confitada – Escorrida (%)	80
Tabela 13 - Calendário de comercialização de Ameixa D'Elvas – Confitada-Calda (%)	80
Tabela 14 - Calendário de comercialização de Ameixa D'Elvas – Fresco (%)	81
Tabela 15 - Modalidades de escoamento - Canais de Comercialização (%)	81
Tabela 16 - Modalidades de escoamento - Canais de Comercialização (%)	82
Tabela 17 - Linhas de Orientação Estratégica - Análise SWOT.....	83
Tabela 18 - Características dos entrevistados	87
Tabela 19 - Árvore Temática	91

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Repartição Regional de SAU (2009)	9
Gráfico 2 - Composição de SAU (1999-2009).....	10
Gráfico 3 - Desemprego Taxa Etária 25-34 anos/Candidaturas PRODER 2007-2003.....	12
Gráfico 4 - DOP/IGP Portugueses	17
Gráfico 5 - Estrutura Etária da População Agrícola Familiar, por Região (2009).....	29
Gráfico 6 - População Residente em Elvas	55
Gráfico 7 - Empresas registadas na AEE por Ramo de Atividade.....	57
Gráfico 8 - Níveis de Escolaridade da População Residente	60
Gráfico 9 - Produção de Ameixa D'Elvas – Confitada, comercializada como DOP.....	77
Gráfico 10 - Produção de Ameixa D'Elvas – Fresco, comercializada como DOP	77
Gráfico 11 - Tema: Produção	92
Gráfico 12 - Tema: Comercialização	94
Gráfico 13 - Tema: Certificação.....	97
Gráfico 14 - Tema: Estratégia	99
Gráfico 15 - Tema: Colaboração	101
Gráfico 16 - Tema: Comunicação	103

INTRODUÇÃO

A “Ameixa D’Elvas” (DOP) é uma fruta confitada elaborada a partir da ameixa Rainha Cláudia Verde, que pertence à espécie *Prunus domestica L.*, fruto característico da região de Elvas e Estremoz, no Alto Alentejo, onde esta doçaria se desenvolveu, tendo a receita sido transmitida entre gerações ao longo de séculos, sobretudo de forma verbal.

Pelas raras referências escritas mais antigas chegadas até aos dias de hoje, parecem ter sido os conventos de Elvas os principais e primeiros responsáveis pela transformação da ameixa. Acredita-se que terão disso as freiras do Convento da Nossa Senhora da Consolação, ou Dominicanas, no século XVI, as artesãs precursoras daquelas que seriam conhecidas como “Frutas de Elvas”, em particular as “Ameixas Cobertas”, feitas por encomenda nos conventos, e que se destinavam quase exclusivamente a consumo próprio ou a obsequiar famílias protetoras e amigas dos conventos ou importantes personagens que visitavam a região.

Mais tarde, a doçaria Elvense passou a fazer parte quase obrigatória dos mais requintados banquetes de Reis e Príncipes, Fidalgos e Cabos de Guerra, ilustres homens de Ciência e Literatura, que visitavam a região ou eram alvo de deferência. Conta-se que entre outros ilustres, Lord Wellington, durante a sua permanência como comandante do exército Luso-Inglês empenhado na guerra peninsular no início do século XIX, exigia que à sua mesa, no quartel-general montado na herdade da Gramicha (São Vicente, Concelho de Elvas), estivessem sempre presentes as “Ameixas de Elvas”. Do que se conhece através dos referidos raros escritos, a primeira indústria desta doçaria, de dimensão naturalmente modesta, terá surgido em 1834, em Elvas.

Desde então, as Ameixas de Elvas participaram em diversas feiras e concursos nacionais e internacionais, tendo conquistado mais de 200 prémios, o primeiro dos quais um primeiro prémio em 1855, em Paris, destacando-se ainda as medalhas de ouro atribuídas em 1896 no Concurso de Higiene e Alimentação da Cidade de S. Luís nos E.U.A, e em 1929 na Exposição Internacional de Barcelona.

Nos anos cinquenta, após a crise da indústria de transformação que se seguiu à Segunda Grande Guerra, a área de cultivo foi diminuindo, passando o fabrico de passas a ser o principal destino de produção. No entanto, sem um sistema forte e bem implantado junto dos

agricultores, a comercialização das passas de ameixa que, chegasse a todo o país, nunca chegou a entusiasmar os produtores, que foram abandonando a plantação de novas árvores.

Surgiu então como alternativa a comercialização e o consumo em fresco da Ameixa Rainha Cláudia, que conseguiu conquistar a preferência dos consumidores, não só na região, mas também nos grandes mercados de Lisboa e Porto. No entanto, a alternância da produção da variedade, associada à completa dependência dos produtores relativamente aos intermediários, impediram que esta via sustentasse por si própria o interesse pela cultura. Assim se chegou ao início dos anos oitenta, com um património pomológico muito degradado, que se resumia a uns milhares de árvores dispersos em zonas marginais das explorações familiares.

No entanto, os produtores sempre tiveram consciência do potencial da cultura, e a partir de 1986, quando se começou a falar da procura de produtos com vantagem competitiva para a região, motivados pelo apoio dos fundos estruturais da CEE, foi retomada a plantação de novos pomares (Barroso, et. al., 1992). O mérito conseguido pela Ameixa junto dos exigentes mercados nacionais e internacionais, a confiança no valor do produto por parte dos agricultores, resultado das particulares condições ecológicas da região e da experiência de séculos daqueles que continuaram a aperfeiçoar velhas receitas conventuais, serviram de justificação para a proteção deste produto, cuja origem se encontra associada a uma região delimitada no Alentejo.

Em 1994, este mérito foi reconhecido, tendo sido atribuído a estas ameixas a Denominação de Origem Protegida (DOP) com a designação “Ameixa D’Elvas”, seguida das designações complementares: em fresco; passas; e confitadas, conforme a tipologia do produto em causa. Esta DOP foi criada com a finalidade de, por um lado, revalorizar o cultivo da Ameixa Rainha Cláudia no Alentejo e, por outro, valorizar a autenticidade do saber-fazer de quase dois séculos. Com esta atribuição, a ameixa passou a ser produzida de acordo com as regras do livro das especificidades (conhecido também por caderno de encargos), que inclui as condições de produção; condução dos pomares; colheita dos frutos; secagem; transformação e do acondicionamento/embalamento do produto (Carvalho, 2001). Com a promoção das Ameixas D’Elvas a DOP, iniciou-se a segunda fase de valorização do produto - a comercialização.

A nível nacional, existe apenas uma “Denominação de Origem Protegida” (DOP) relativamente à ameixa – a “Ameixa D’Elvas” – Rainha Cláudia Verde, sendo a entidade gestora a FRUTECO – Fruticultura Integrada, Lda., com sede em Estremoz, e o Organismo

Certificador (OC) a AGRICERT – Certificação de Produtos Alimentares, Lda., que tem como objetivo, garantir o cumprimento das regras consagradas no caderno de encargos da DOP. De acordo com os estatutos da FRUTECO, é objeto social desta, entre outros, a divulgação e promoção dos produtos produzidos no Alentejo, sendo o objetivo principal desta sociedade, desde 1994, a concentração e tratamento da produção local da variedade de ameixa tradicional da região – a Rainha Cláudia – bem como a sua comercialização junto dos modernos canais de distribuição.¹

A comercialização da ameixa efetua-se, na sua grande maioria, através das Organizações de Produção (OP), armazenistas e produtores com alguma dimensão. Os pequenos produtores individuais, não tendo capacidade de concentração de oferta, abastecem normalmente os mercados locais. As maiores empresas e as OP, para além de venderem a ameixa para consumo em fresco, sobretudo às centrais de compras das superfícies comerciais, vendem-na também a empresas de transformação. No caso da ameixa Rainha Cláudia, cerca de 20% da produção é canalizada para a indústria (confitagem).

A Confibor - Transformação Agro-Alimentar, Lda, com sede em Estremoz, é atualmente a maior indústria de confitagem da Ameixa D'Elvas, em calda e escorrida. Existem ainda em Elvas três unidades de transformação da Ameixa Rainha Cláudia que, por não terem o produto certificado, não podem utilizar a designação “Ameixa D'Elvas”, embora todas elas utilizam o mesmo método tradicional de fabrico.

Cada vez mais, com a integração e a globalização das economias, se exige um esforço redobrado no sentido da promoção e valorização das capacidades endógenas das regiões, entendendo essas capacidades como um conjunto de recursos e das múltiplas especificidades locais, traduzíveis em programas e projetos de desenvolvimento (Alves, 2003).

Assim, as economias regionais, alicerçadas numa forte identidade histórica e cultural, onde os seus recursos e especificidades são reconhecidos como fatores de qualidade e genuinidade, podem constituir uma importante vantagem competitiva, *“a globalização não representa o fim das distinções e singularidades territoriais, mas sim um conjunto adicional de influências nas identidades económicas locais e capacidades de desenvolvimento”* (Amin, et. al , 1994:2)

Ao abordar a Ameixa D'Elvas, pretende-se inseri-la nesse complexo e multifacetado processo de mundialização e no fenómeno que lhe é inerente de valorização global, por necessidade de “sobressair na multidão”, algo que apenas se consegue, ou através da

¹ <http://www.gpp.pt/pbl/Diagnosticos/SubFileiras/Ameixa.pdf>

submersão quantitativa (como é o caso da produção em massa), ou por diferenciação qualitativa (Gomes, 2010). É esta última hipótese que se pretende investigar com este estudo, analisando o fenómeno quer da sua estrutura interna, quer da sua dinâmica inserida no dispositivo de desenvolvimento agrícola incentivado pela PAC.

Numa primeira fase, no Capítulo I, foi feita uma recolha de informação e revisão literária, de forma a projetar a importância dos produtos de origem protegida no âmbito do desenvolvimento territorial, traçando as linhas gerais da situação atual da agricultura nacional, avaliando o seu peso na economia, bem como a evolução, os efeitos e resultados da Política Agrícola Comum, a importância da valorização dos recursos endógenos numa perspetiva de valorização territorial, e as estratégias de competitividade utilizadas. No Capítulo II, é feita uma contextualização ao concelho de Elvas e uma descrição do objeto de estudo da investigação, assim como a caracterização histórica e da evolução económica da Ameixa D'Elvas (DOP). No Capítulo III, é descrita a metodologia utilizada, e no Capítulo IV é feita a Análise e Discussão de Resultados às entrevistas semiestruturadas realizadas a representantes de vários *stakeholders*, que submetemos a análise temática de conteúdo. No Capítulo V apresentamos as Considerações Finais.

CAPÍTULO I – REVISÃO LITERÁRIA

Para projetar a importância de um produto de origem protegida (DOP) no âmbito do desenvolvimento territorial, importa primeiramente traçar as linhas gerais da situação atual. Interessa, pois, conhecer a dimensão do território agrícola nacional e avaliar o respetivo peso na economia, bem como a evolução e os efeitos e resultados da Política Agrícola Comum (PAC).

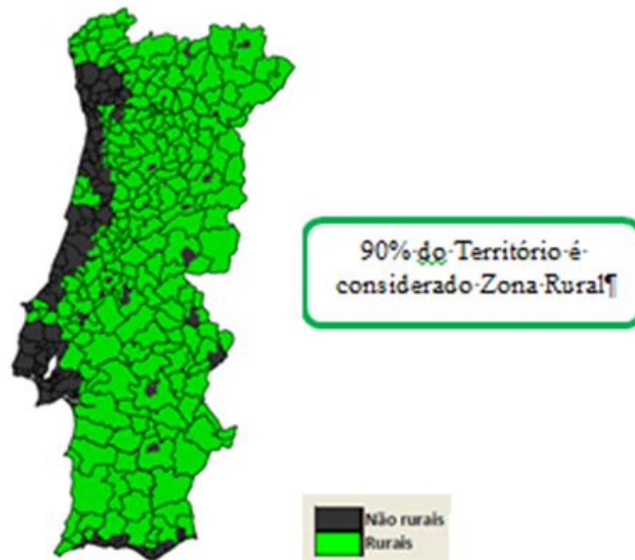
1. A Produção Agrícola Nacional

Para melhor entender o papel desempenhado pela agricultura portuguesa é necessário analisar a sua realidade recente, o que faremos com recurso aos dados estatísticos de 2009, ano do último recenseamento geral da agricultura nacional.

1.1. As Regiões Agrárias

O território português, incluindo as regiões autónomas dos Açores e da Madeira, ocupa uma superfície de 92.391 Km². Cerca de 90% da superfície continental é considerada zona rural, conforme ilustra a figura seguinte.

Figura 1 - Importância da Ruralidade no Território Nacional



Fonte: GPP

A pequena dimensão nacional contrasta com a grande heterogeneidade geofísica e climática da conjuntura dos fatores de precipitação pluviométrica anual (entre 400 e 2000 mm), de insolação (com variação de 2000 a 3000 horas/ano) e da diversificação de solos, que proporcionam microclimas favoráveis a um vasto leque de produções agrícolas.

Esta diversificação levou à divisão do território continental em sete Regiões Agrárias: Entre Douro e Minho (EDM); Trás-os-Montes (TM); Beira Litoral (BL); Beira Interior (BI); Região do Oeste (RO); Alentejo (ALT); e Algarve (ALG).

1.1.1. Estrutura das Explorações Agrícolas

No território nacional predominam as explorações de pequena dimensão. No entanto, cerca de 2/3 da Superfície Agrícola Utilizada (SAU) é gerida por explorações de dimensão superior a 50 ha de SAU. As explorações agrícolas nacionais apresentam em média 15,2 mil

euros de Valor de Produção Padrão Total² e representam 3% das explorações e 2% da SAU da União Europeia (INE, 2011).

A dimensão das explorações agrícolas em Portugal é, em média, 5 ha inferior à da UE. Localizam-se maioritariamente em Trás-os-Montes (20%), Entre Douro e Minho (16%) e Beira Litoral (16%). No Alentejo, existem apenas 10% das explorações, que no entanto exploram 53% da SAU. As regiões com menor número de explorações são o Algarve e as regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, com apenas 4% cada região.

Tabela 1 - Número de Explorações e SAU, por Região (Variação de 1999-2009)

Regiões	Explorações		SAU		Variação 1999-2009	
	Nº	(%)	(ha)	(%)	Nº Expl. (%)	SAU (%)
Portugal	305 266	100	3 668 145	100	-27	-5
Continente	278 114	91	3 542 305	97	-27	-5
EDM	49 037	16	211 154	6	-27	-2
TM	61 804	20	432 873	12	-12	-5
BL	49 424	16	125 436	3	-38	-26
BI	33 763	11	337 031	9	-30	-20
RO	39 875	13	391 006	11	-35	-13
ALE	31 828	10	1 956 508	53	-11	2
ALG	12 383	4	88 297	2	-35	-13
Açores	13 541	4	120 412	3	-30	-1
Madeira	13 611	4	5 428	0	-6	-4

Fonte: INE-Recenseamento Agrícola 2009

Na leitura da figura anterior constata-se que a redução do número de explorações entre 1999 e 2009 foi generalizada. No entanto, o abandono da atividade agrícola foi menos acentuado em Trás-os-Montes e no Alentejo assistiu-se mesmo a um aumento da SAU em cerca de 2%, embora o número de explorações tenha diminuído, o que indicia concentração de propriedade.

Segundo Carvalho (2011), a redução do número de explorações deve-se ao abandono das terras agrícolas, como consequência da falta de viabilidade económica da agricultura em muitas áreas rurais, e ao reflexo duma emigração seletiva, que leva ao desequilíbrio na composição da população, em termos de idade e sexo. Os aspetos demográficos, como o envelhecimento dos produtores agrícolas, estão também relacionados com o abandono da SAU, assumindo particular importância no Algarve.

² Valor de Produção Padrão Total (VPPT) corresponde à soma dos diferentes VPP obtidos para cada atividade, multiplicando os VPP pelo n.º de unidades (de área ou efetivo) existentes dessa atividade na exploração; Valor de Produção Padrão (VPP): é o valor monetário médio da produção agrícola numa dada região, obtido a partir dos preços de venda à porta da exploração.

Outro fator de risco do abandono da atividade agrícola, no litoral, tem sido a valorização das terras devido à pressão urbanística e ao desenvolvimento de infraestruturas rodoviárias e equipamentos sociais. No entanto, e embora sem grande viabilidade económica, a falta de alternativas profissionais e o apego à terra, em particular nalgumas regiões do interior, têm contribuído para a continuidade desta atividade. No Alentejo, a alteração do regime de ajudas no âmbito da PAC implementada em 2005, substituiu em parte ou totalmente os apoios diretos pelo Regime de Pagamento Único (RPU), desligando as ajudas da produção, o que favoreceu a melhoria dos sistemas produtivos.

1.1.2. Natureza Jurídica do Produtor por Região

A dimensão média³ por exploração apresenta uma grande variabilidade regional, ultrapassando os 50 hectares de SAU no Alentejo. Por outro lado, as cerca de 6.800 sociedades agrícolas existentes exploram cerca de 27% da SAU, que se concentram no Alentejo e no Ribatejo Oeste, onde detêm 38% da SAU regional.

Os responsáveis, quer do ponto de vista jurídico quer económico das explorações agrícolas, são esmagadoramente produtores singulares (97%), que utilizam principalmente mão-de-obra familiar.

No entanto, a elevada representatividade da agricultura familiar coexiste com a realidade da agricultura mais empresarial, formada pelas sociedades agrícolas que, apesar de constituírem apenas 2% do universo das explorações, têm um grande peso e importância na produção agrícola nacional.

O aumento em cerca de 23% do número de sociedades (empresas) agrícolas observado no período de 1999-2009, é mais expressivo nas explorações de maior dimensão. As outras formas de natureza jurídica aumentaram a sua importância relativa, devido sobretudo ao melhor reconhecimento das áreas de baldios.⁴

³ Classificação de Explorações segundo a Dimensão Económica (DE): Explorações Muito Pequenas <8.000€; Explorações Pequenas 8.000€ a <25.000€; Explorações Médias 25.000€ a <100.000€; Explorações Grandes >= 100.000€.

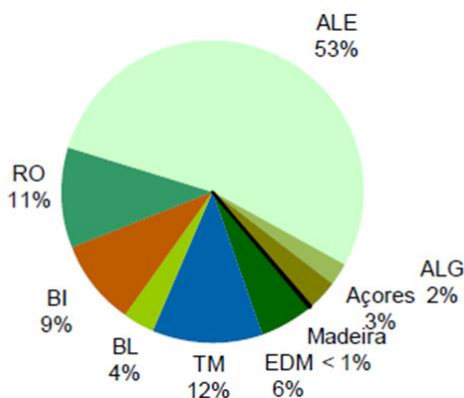
⁴ Baldios: terrenos possuídos e geridos por comunidades locais, que para o efeito se designam por universo de contrapartes que, segundo os costumes, têm direito ao uso e fruição do baldio.

1.2. Composição da Superfície Agrícola Utilizada (SAU) por Regiões

Em 2009, a SAU era de 3.668 mil hectares, sendo a maior fração ocupada pelas pastagens permanentes (49%), seguindo-se as terras aráveis (32%) e as culturas permanentes (19%).

Em termos regionais, a distribuição da SAU pelo país manteve-se semelhante a 1999, com mais de metade da SAU localizada no Alentejo (53%), como ilustra o gráfico seguinte

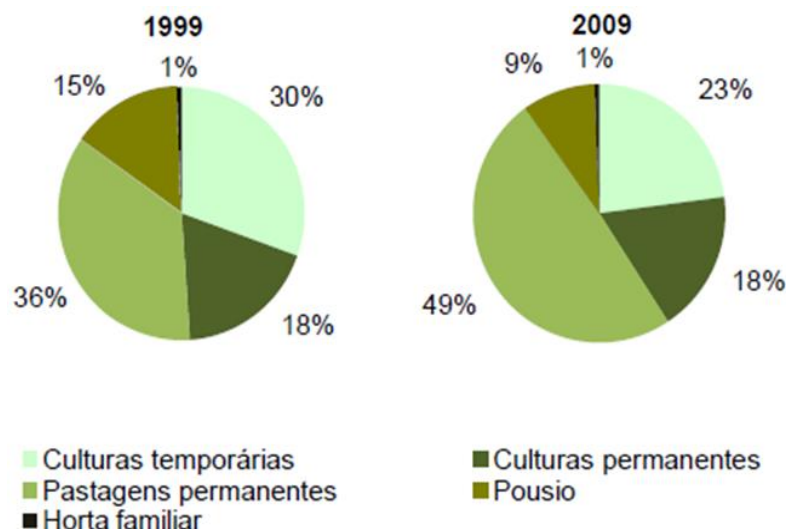
Gráfico 1 - Repartição Regional de SAU (2009)



Fonte: INA: Recenseamento Agrícola 2009

No entanto, a ocupação cultural alterou-se profundamente durante o período em análise, com a diminuição de terras aráveis e o aumento das superfícies das pastagens e prados permanentes.

Gráfico 2 - Composição de SAU (1999-2009)



Fonte: INA: Recenseamento Agrícola 2009

As causas desta alteração, para além da volatilidade das culturas arvenses, em particular os cereais, e do aumento dos preços dos meios de produção, prendem-se com a gradual desproteção do mercado das culturas arvenses, que culminou com a profunda revisão da Política Agrícola Comum decorrente da reforma de 2003.

Esta revisão estabeleceu as regras para uma agricultura sustentável na Europa, com preocupações quer ao nível da segurança alimentar e do respeito pelo ambiente, quer ao nível da estabilização do rendimento dos produtores agrícolas, com a cessação das ajudas à produção e a aplicação do Regime de Pagamento Único. Este regime desincentivou a exploração de terrenos pouco adequados à produção de culturas temporárias e teve um claro impacto na superfície de terras aráveis⁵, muitas das quais, em particular no Alentejo, foram convertidas em pastagens e prados permanentes.

⁵ Terras aráveis: constituídas pelas terras cultivadas destinadas à produção vegetal, mantidas em boas condições agrícolas e ambientais, nos termos do n.º 5 do Regulamento (CE) n.º 1782/2003, e pelas terras ocupadas por estufas ou cobertas por estruturas fixas ou móveis.

1.3. População Agrícola

De acordo com os resultados dos Censos 2011, a população empregada com atividade económica na agricultura, produção animal, caça e silvicultura, era de 120.230 indivíduos, o que representa cerca de 2,8% da população empregada em Portugal. Em termos evolutivos, face aos Censos de 2001, o emprego nesta atividade económica sofreu uma redução de 44,2%, equivalente a uma perda de 95.368 efetivos durante a década que mediou entre os dois Censos.

A maior parte da população empregada nesta atividade económica, cerca de 51,9%, trabalha por conta de outrem, seguindo-se os trabalhadores por conta própria, com 23,1%, sendo 18,1% dessa população os empregadores.

Em termos regionais, a atividade económica na agricultura, produção animal, caça e silvicultura assume maior importância no Alentejo, com 9,2% da população empregada nestas áreas, e na Região dos Açores, com 6,8%.

1.4. Os Jovens Agricultores - A Mudança de Paradigma na Atividade Agrícola

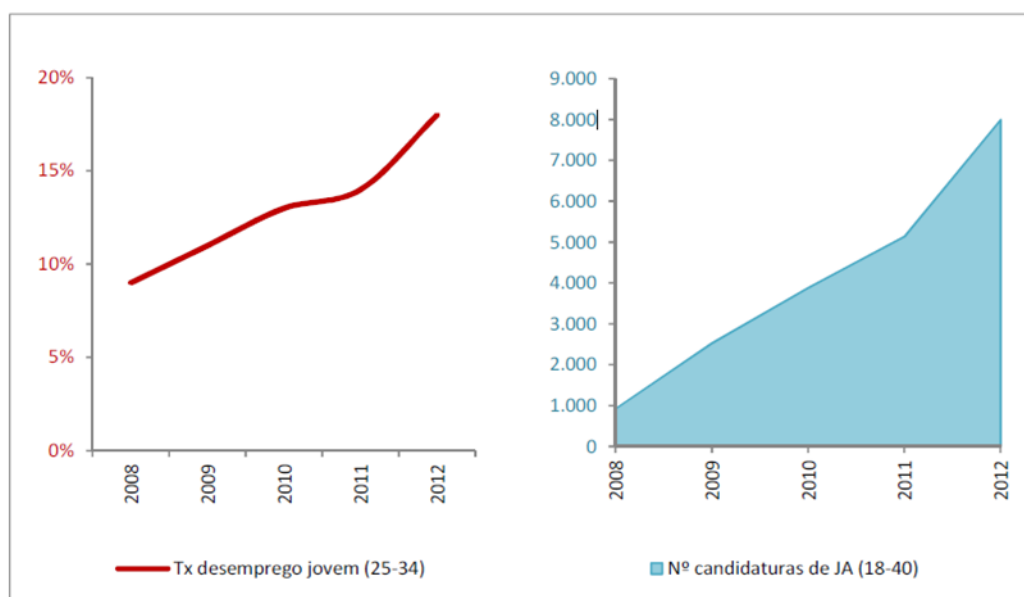
A estrutura fundiária de várias regiões, a baixa produtividade do trabalho agrícola e o elevado grau de envelhecimento dos agricultores, configuram um inevitável desaparecimento de muitas explorações agrícolas, dando origem a problemas cujas repercussões sociais, económicas, culturais e ambientais não podem ser ignoradas, sobretudo nas regiões mais desfavorecidas.

Em Portugal, pese embora a atual recessão económica, existem alguns indicadores encorajadores que indiciam uma possível alteração desse paradigma.

A crise económica dos últimos anos provocou um aumento vertiginoso de desemprego, sobretudo entre a população jovem. No 2.º trimestre de 2014, face a uma taxa de desemprego nacional de 13,9%, e apesar de se verificar um decréscimo de cerca de 17% face ao período homólogo em 2013, a população jovem desempregada (entre 25 e 34 anos de idade) no 2.º trimestre de 2014 era de 179.400 pessoas, o que corresponde a cerca de 23% da população desempregada.⁶

⁶ Fonte: INE, Inquérito ao Emprego – 2.º trimestre de 2014

Gráfico 3 - Desemprego Taxa Etária 25-34 anos/Candidaturas PRODER 2007-2003



Fonte: Sistema de Informação dos Pedidos de Apoio: Ação 1.1.3 - Instalação de Jovens Agricultores-Programa de Desenvolvimento Rural do Continente (ProDeR) no período 2007-2013.

Estes dois gráficos estabelecem uma análise comparativa no período 2008-2012 entre as taxas de desemprego de jovens pertencentes ao grupo etário 25-34 anos e o número de candidaturas recebidas na Ação 1.1.3 – Instalação de Jovens Agricultores, no âmbito do PRODER.

A evolução das candidaturas apresentadas por Jovens Agricultores (idades entre os 18 e os 40 anos), apresentam um comportamento heterogéneo com um forte crescimento, de cerca de 129%, entre 2011 e 2012 (o valor registado em 2011 reflete a alteração do regime de apoio).

À Instalação de Jovens Agricultores estão associados cerca de 10 mil postos de trabalho, correspondentes à criação, em média, de 1,7 empregos por Jovem Agricultor apoiado pelo PRODER.

1.4.2. A representação dos Jovens Agricultores no Setor Agrícola

Em Portugal, o número de Jovens Agricultores apoiados no âmbito do Programa PRODER ascende a mais de seis mil, o que corresponde a um terço dos beneficiários com projetos de investimento apoiados, mas a sua expressão em relação ao total de agricultores recenseados em 2009 era de apenas 2%. Tendo como comparação o apoio concedido a esta franja da população entre o Programa AGRO (2000-2006) e o PRODER (2007-2013), a procura pela atividade agrícola por parte das camadas mais jovens, registou um acréscimo de 42% (Área de Acompanhamento e Avaliação do PRODER-2013).

1.4.2.1. A Qualificação dos Jovens Agricultores

Existe uma grande diferença entre as qualificações dos Jovens Agricultores e o total dos agricultores recenseados. Os Jovens Agricultores possuem um grau de qualificação mais elevado: 100% têm o 9.º ano de escolaridade – mínimo obrigatório à candidatura – e destes 35% possuem Cursos Profissionais (pós-secundário) e Ensino Superior. Dos restantes agricultores recenseados, 62% possuem o ensino básico e apenas 16% do 9.º ano ao Ensino Superior. O nível de formação dos Jovens Agricultores, associado ao significativo fator de rejuvenescimento, potencia a transformação do setor agrícola, na medida em que eles possuem maior capacidade de risco e inovação, quer em termos de introdução de novas culturas, quer na utilização de novas técnicas e metodologias de trabalho.

1.4.2.2. A Importância Regional dos Jovens Agricultores

Organizando as sub-regiões em três grupos, podemos identificar três níveis de importância no que concerne à implantação dos Jovens Agricultores (PRODER, 2013):

Grupo 1 – Implantação forte

- Localização: sub-regiões de Alto Trás-Os-Montes, Douro, Tâmega, Dão-Lafões, Oeste, Alentejo Central, Baixo Alentejo e Algarve;
- Número: 64% dos Jovens Agricultores apoiados;

- SAL: 57% dos Jovens Agricultores detêm 57% da Superfície Agrícola Utilizada nestas Regiões
- Investimento: 53% do investimento;
- Emprego: 52% do emprego criado;
- Atividade dominante: os frutos são dominantes em 5 das 8 NUTS;

Grupo 2 – Implantação média

- Localização: sub-regiões de Cávado, Ave, Grande Porto, Beira Interior Norte, Cova da Beira, Beira interior Sul, Lezíria do Tejo e Alto Alentejo;
- Número: 22% dos Jovens Agricultores apoiados;
- SAL: 36% da SAU dos Jovens Agricultores;
- Investimento: 26% do investimento;
- Emprego: 26% do emprego criado;
- Atividade dominante: frutos e pecuária;
- As sub-regiões localizadas no interior junto ao espaço fronteiro são as mais importantes.

Grupo 3 – Implementação fraca

- Localização: sub-regiões de Minho-Lima, entre Douro e Vouga, Baixo Vouga, Baixo Mondego, Pinhal Litoral, Serra da Estrela, Pinhal Interior Norte e Sul, Médio Tejo, Grande Lisboa, Península de Setúbal e Alentejo Litoral;
- Número: 14% dos Jovens Agricultores apoiados;
- SAL: 7% da SAU dos Jovens Agricultores;
- Investimento: 21% do investimento;
- Emprego: 22% do emprego criado;
- Atividade dominante: frutos, hortícolas e flores;
- As sub-regiões localizadas predominantemente no litoral.

1.5. A Relevância dos Produtos Agrícolas e Géneros Alimentícios de Qualidade

Importa referir que os Produtos Agrícolas e Géneros Alimentícios de Qualidade, nomeadamente as Denominações de Origem Protegida (DOP)⁷, as Indicações Geográficas

⁷ Atribuição da designação “DOP” ao produto cuja produção, transformação e elaboração ocorrem numa área geográfica delimitada, como o “saber-fazer” reconhecido e verificado.

Protegidas (IGP)⁸ e as Especialidades Tradicionais Garantidas (ETG)⁹, têm sido um segmento de mercado em constante evolução.

Em Portugal, são produzidos mais de 120 produtos qualificados, que correspondem a cerca de 15% do número total de produtos qualificados da União Europeia. Cerca de 70% destes produtos estão presentes no mercado, traduzindo-se num volume de negócios de 70 milhões de euros, o que representa cerca de 0,5% do volume de negócios dos produtos DOP/IGP na UE e 0,56% do volume de negócios gerado pela indústria agroalimentar nacional. O tecido institucional nacional dos produtos é composto por setenta Agrupamentos de Produtores (Entidades Gestoras da Denominação) e onze Organismos Privados de Controlo e Certificação.¹⁰

Segundo Tibério (2011): *“Alguns produtos DOP/IGP em Portugal evidenciam tendências evolutivas positivas (carnes de bovino, mel, queijos, azeites e frutos frescos). No entanto, 32% dos produtos não registam presença no mercado. Associado ao baixo peso económico da generalidade dos produtos, e à fraca representatividade no seu mercado de referência, mostra o longo caminho a percorrer no sentido da sua afirmação no mercado.”*

1.5.1. Os Produtos DOP/IGP e a Produção Nacional

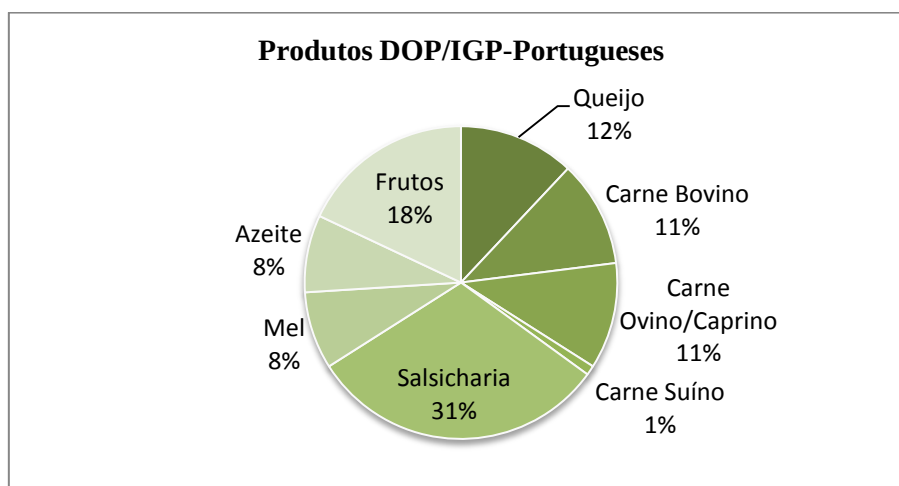
O gráfico seguinte mostra a representatividade de cada setor de Produtos Protegidos em relação ao total de Produtos DOP e IGP Nacionais.

⁸ Atribuição da designação “IGP” ao produto que tenha uma relação com o meio geográfico, em pelo menos uma das fases de produção, transformação ou elaboração.

⁹ Atribuição ao produto da designação “ETG”, distinguido por resultado de uma composição ou modo de produção tradicional, embora não fazendo referência a uma origem geográfica.

¹⁰ Luís Tibério: Workshop: Rede Rural Nacional-Produtos Locais e Comercialização. Lamego (2011).UTAD.

Gráfico 4 - DOP/IGP Portugueses



Fonte: Tibério (2011)

O sector da Salsicharia detém o maior número de produtos protegidos, seguido do setor dos Frutos e do Azeite.

Tabela 2 - Produtos DOP/IGP e respetivo Volume de Negócios

Setores	N.º DOP/IGP (%)	%Produção DOP Nac.	Volume Negócios (milhões €)
Queijo	12%	19,0%	13,3
Carne Bovino	11%	16,0%	11,2
Carne Ovino/Caprino	11%	1,7%	1,19
Carne Suíno	1%	0,1%	0,07
Salsicharia	31%	3,0%	2,1
Mel	8%	1,2%	0,84
Azeite	8%	15,0%	10,5
Frutos	18%	45,0%	31,5

Fonte: Tibério (2011)

O setor do Queijo detém 12% dos produtos de nome protegido, o que representa 2,3% da Produção nacional de Queijo e 19% do valor da produção DOP nacional (13 milhões de euros), tornando-o um dos setores mais importantes no nicho dos produtos qualificados. A internacionalização é claramente uma aposta. (Tibério, 2011).

As Carnes de Bovino representam 11% dos nomes protegidos e 16% do valor da produção DOP nacional (11 milhões de euros), sendo equivalente a cerca de 2,3% da produção nacional de carne de bovino. O mercado nacional e regional absorve a totalidade desta produção, sendo a Carnealentejana (60%) o produto líder no mercado.

Ambos os setores de Carnes de Ovino e Caprino representam 11% dos produtos de nome protegido, e apenas 1,7% do valor da produção DOP/IGP nacional (1 milhão de euros). O Borrego do Nordeste Alentejano (58%) e o Cabrito de Barroso (60%) lideram os respetivos mercados.

No que se refere à Carne de Suíno, a evolução tem sido negativa, representando 0,1% do mercado DOP/IGP nacional e 0,01% do mercado nacional de carne de porco.

O setor de Salsicharia evidencia uma grande diversidade de produtos, representando 31% do total nacional de produtos DOP/IGP, mas representa apenas 3% do volume de negócios, com cerca de 2 milhões de euros.

No que concerne ao Mel, o setor representa 8% do total dos produtos DOP/IGP, sendo o seu valor comercial de 1,2%, o que equivale a 2,5% da produção de mel nacional. Apesar da pequena dimensão, este setor tem evoluído positivamente.

A par dos Queijos, o setor do Azeite é dos mais importantes segmentos nesta área, representando 7% da produção nacional de azeite e 15% do total do valor da produção DOP/IGP. Segundo Tibério (2011) os Agrupamentos de Produtores revelam menor intervenção na cadeia de valor do produto. Apesar da importância económica regional e nacional, a internacionalização é ainda incipiente. O Azeite de Moura (60%) lidera o mercado.

No que concerne aos Frutos, é um setor internacionalizado, que tem evoluído positivamente, sendo o líder do mercado do segmento DOP/IGP em Portugal, com 45% do volume de negócios (31 milhões de euros) e 18% do número de produtos DOP nacionais. A Pera Rocha do Oeste lidera o setor (92%) e representa 7% da produção nacional de frutas frescas.

1.5.2. A Distribuição Regional dos Produtos Protegidos por Região Agrária

Tabela 3 - Distribuição Regional por Região Agrária

Setores	EDM + TM	BL + BI	RO	ALE	ALG	AÇO	MAD
Produtos com nome protegido (n.º)	40	20	7	43	3	6	1
Produtos com nome protegido efetivamente comercializados como tal (n.º)	17	10	4	23	1	6	0

Fonte: GPP-Estatísticas (2013)

O Alentejo detém o maior número de Produtos Certificados de Qualidade, seguindo-se as Regiões de Entre Douro e Minho e Trás-os-Montes. Refira-se, no entanto, que o número de produtos protegidos é geralmente significativamente superior ao número de produtos efetivamente comercializados como tal. Excetuando os Açores, na maioria das regiões, inclusive no Alentejo, só cerca de metade dos produtos certificados são efetivamente comercializados como tal, o que denota uma discrepância assinalável entre o esforço de certificação e a respetiva valorização pelo mercado.

1.5.3. A Evolução dos Produtos Protegidos de 2005 a 2009

A tabela seguinte mostra a evolução dos Produtos Protegidos e o valor da respetiva produção.

Tabela 4 - A evolução dos Produtos Protegidos: 2005-2009

Setores	Produção Certificada (t)					Valor da Produção Certificada (Milhares€)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Queijo	1297	1315	1417	1470	1410	11066	12525	12969	12929	12675
Carne de Bovino	2479	2134	2168	2536	2438	11786	10314	10948	10458	9813
Carne de Ovino	225	99	155	74	58	1567	568	949	557	492
Carne de Caprino	16	7	16	5	6	186	77	194	65	75
Carne de Suíno	230	54	20	9	0	761	132	46	19	0
Produtos de Salsicharia	171	159	190	243	672	1826	1326	2048	3170	5255
Mel	129	146	174	41	51	524	703	825	280	376
Azeite	13069	17245	23123	15724	15920	8995	8447	10107	6584	6170
Frutos	41508	36060	56560	68293	82144	45343	19295	31592	32615	40708

Fonte: GPP-Estatísticas (2013)

Da análise dos dados desta tabela, observamos um aumento gradual entre 2005 e 2007 no setor do Azeite, nas quantidades produzidas e no respetivo valor.

No setor das Carnes: Bovino, a produção não tem sofrido grandes alterações; Ovino, nota-se uma descida a partir de 2007; enquanto nas Carnes de Caprino e Suíno a descida é muito acentuada.

No que se refere ao setor de Salsicharia, verifica-se um crescimento substancial a partir de 2007, aumentando essa tendência ao longo dos anos.

Os setores de Mel e Azeite tiveram um aumento relevante em 2007 seguida de redução significativa, sobretudo no caso do Mel.

A produção de Frutos tem tido um aumento constante, à exceção da quebra sentida em 2006 motivada por uma grave doença que atingiu os pomares de Pera Rocha do Oeste, produto que claramente domina a produção e venda de frutos certificados.

A tendência instável e até mesmo regressiva na produção e venda de produtos agrícolas e pecuários certificados, à exceção dos frutos, pode estar relacionada com a falta de poder negocial dos produtores, já que o único setor em que este fenómeno não se verifica é precisamente aquele em que os produtores se encontram mais organizados (Gomes, 2010; Gomes, 2011). Este setor é igualmente o mais internacionalizado, como se pode constatar pelos dados sobre mercados de destino.

1.5.4. O Mercado de Destino – 2009

Os Produtos Certificados têm como principal destino o Mercado Nacional. Apenas 28,10% da produção total dos Frutos tem como destino o Mercado Internacional, assim como o Azeite; os Produtos de Salsicharia; os Queijos e a Carne de Bovino, com 13,5%, 2,8%, 1,6% e 0,30%, respetivamente.

Mais uma vez, o caso dos Frutos destaca-se, não só pelo facto de ser o setor mais internacionalizado, mas porque a esmagadora maioria dos mercados externos de destino se situam na UE. Este facto permite inferir um maior reconhecimento da qualidade, em detrimento de outros fatores na decisão de compra, como é frequentemente o caso das exportações para fora da UE, normalmente restritas a espaços com relações históricas e culturais fortes com os produtos portugueses.

Tabela 5 - Mercado de Destino – 2009 (%)

Setores	Mercado Local ou Regional	Mercado Nacional	Mercado Internacional UE	Mercado Internacional fora da EU
Queijo	27,60	70,80	1,60	0,00
Carne de Bovino	32,30	67,40	0,30	0,00
Carne de Ovino	33,30	66,70	0,00	0,00
Carne de Caprino	38,40	61,60	0,00	0,00
Carne de Suíno	0,00	0,00	0,00	0,00
Produtos de Salsicharia	21,80	75,40	0,00	2,80
Mel	56,00	36,00	8,00	0,00
Azeite	53,50	33,00	7,70	5,80
Frutos	13,60	58,30	24,60	3,50

Fonte: GPP-Estatísticas (2013)

1.6. A Política Agrícola Comum - Uma Parceria Entre os Agricultores e a Europa

1.6.1. Cinquenta Anos de História Viva

A política agrícola comum (PAC) teve início em 1962 e constitui uma parceria entre a agricultura e a sociedade, entre a Europa e os agricultores europeus. Os seus principais objetivos são: melhorar a produtividade agrícola, para que os consumidores disponham de um abastecimento estável de alimentos a preços acessíveis; garantir um nível de vida razoável aos agricultores da União Europeia (UE). A PAC divide-se em três vertentes: apoio ao mercado, apoio ao rendimento e desenvolvimento rural. Estas três dimensões estão interligadas e a sustentabilidade global do sistema depende da sua capacidade de ação conjunta. (Comissão Europeia, 2014)¹¹

A PAC atravessou três períodos principais: em 1962 levou a Europa da escassez alimentar à abundância; em 1992 foi alterada e adaptada para fazer face a novos desafios ligados à sustentabilidade e ao ambiente; e em 2000 alargou o papel dos agricultores no desenvolvimento rural para além da produção alimentar. Atualmente, a PAC está a ser novamente reformada. Desta vez, o objetivo consiste em reforçar a competitividade e a sustentabilidade da agricultura e das zonas rurais na UE. A nova política responde aos desafios económicos, ambientais e políticos que a Europa enfrenta nos dias de hoje. (Comissão Europeia, 2014)¹²

¹¹ Agricultura, uma parceria entre a Europa e os agricultores, Comissão Europeia, 2014

¹² Idem

1.6.2. Marcos na História da Política Agrícola Comum

Tabela 6 - As Reformas da PAC

Época	As Reformas da PAC
1957	O Tratado de Roma institui a Comunidade Económica Europeia.
1962	Nasce a Política Agrícola Comum, tendo como objetivo principal assegurar bons preços aos agricultores.
1970-1980	Gestão de abastecimento. Introdução de medidas específicas para adaptar a produção às necessidades do mercado.
1990	A PAC centra-se na qualidade dos alimentos. Investimento nas explorações agrícolas, formação, melhor processamento e marketing.
1992	A PAC passa de um apoio de mercado a um apoio ao produtor. Estimula a proteção ambiental e lança princípio de desenvolvimento sustentável.
2000	O âmbito da política é alargado, de modo a incluir o desenvolvimento rural.
Meados de 2000	A PAC abre-se ao mundo. A UE torna-se o maior importador mundial de produtos agrícolas oriundos de países em vias de desenvolvimento.
2003	Uma reforma suprime o vínculo existente entre subvenções e produção.
2007	A população agrícola europeia duplica, na sequência do alargamento a 12 novos Estados-Membros.
2011	Negociações para uma nova reforma da PAC destinada a reforçar a competitividade económica e ecológica do setor agrícola.

Fonte: Comissão Europeia (2012)

Em 1957, aquando das restrições alimentares do pós-guerra, os signatários do Tratado de Roma definiram os objetivos gerais de uma política agrícola comum. Os principais mecanismos foram aprovados pelos seis membros fundadores da Comunidade Económica Europeia e a PAC entrou em vigor em 1962, com o objetivo principal de garantir a autossuficiência da Europa na produção de géneros alimentares, para além de garantir um bom nível de vida à população agrícola, estabilizar os mercados e garantir preços razoáveis no abastecimento ao consumidor.

Estes princípios básicos permaneceram durante décadas, garantindo a atribuição de subsídios baseados na quantidade da produção, o que acabou por levar a uma situação de sobreprodução, nas décadas de 70 e 80.

Em 1985, num documento da então designada “Comissão das Comunidades Europeias” intitulado “Perspetivas para a Política Agrícola Comum” (green paper), concluía-se que os objetivos fixados foram atingidos, a produtividade da agricultura aumentou

consideravelmente e foi garantido um padrão de vida adequado à população agrícola, assim como o abastecimento dos consumidores a preços acessíveis. Para uma série de produtos importantes, o nível de autossuficiência foi alcançado e mesmo ultrapassado. A vantagem mais visível desta política agrícola europeia traduziu-se para o consumidor na oferta crescente de mercadorias provenientes de toda a Europa, mas também, em diversos setores, numa situação de superprodução prejudicial à atividade económica.

No entanto, Marques (1993) considerou que os objetivos de uma distribuição de transferências justa do ponto de vista social, isto é, que proporcione um nível equitativo às populações agrícolas e preços razoáveis aos consumidores, foram pouco conseguidos, ainda que os instrumentos de política agrícola usados fizessem com que os restantes objetivos da PAC acabassem por ser plenamente alcançados. Esta política foi particularmente eficaz no aumento da produtividade, e com ele um rápido aumento da oferta, que depressa ficou desajustada face ao lento crescimento da procura.

Ainda segundo o mesmo autor, a manutenção de instrumentos de política agrícola de apoio ao rendimento, baseados em grande parte em garantias de preço, provocaram: um aumento de excedentes; dificuldades orçamentais (fruto das necessidades de subsídios à exportação e do aumento do custo de armazenamento dos produtos); conflitos comerciais com os países exportadores; e crescente intensificação da utilização de métodos de produção com efeitos poluentes.

Neste contexto, e sobretudo com o intuito de equilibrar a oferta e a procura, a Comunidade Económica Europeia procedeu em 1992 à reforma da PAC, que assentou num conjunto de orientações e medidas que visaram atingir vários tipos de objetivos: assegurar a competitividade do maior número possível de sistemas de agricultura no contexto de concorrência e preços mundiais; contribuir para a viabilização daqueles sistemas cuja manutenção se justificasse por razões de natureza social, ambiental e/ou regional, e conter a produção na medida do necessário ao equilíbrio dos mercados, a fim de evitar a acumulação de existências e consequente aumento das despesas agrícolas.

Segundo Avillez (1993), se por um lado era necessário aproximar os preços agrícolas comunitários aos mundiais, por outro havia que contrariar a crescente desintegração do mundo rural, bem como os problemas ambientais provocados pelo apoio a modelos de agricultura intensiva.

Foi também com a reforma de 1992 que se lançou o princípio do desenvolvimento sustentável, atribuindo aos agricultores a responsabilidade de zelar pelo meio natural e pela

biodiversidade, bem como a gestão de uma forma prudente dos recursos naturais. Estas medidas promoveram a diversificação de colheitas, a manutenção de pastagens permanentes e uma produção menos intensiva. Atendendo a que os agricultores não podiam transferir o custo do fornecimento desses bens públicos (gestão dos recursos naturais e a conservação de paisagens e património culturais) para os seus preços, por forma a serem compensados, o apoio foi escalonado e substituído por pagamentos diretos de auxílios aos agricultores.

Em meados dos anos 90, a PAC passa a centrar-se na qualidade dos alimentos, introduzindo novas medidas de apoio ao investimento nas explorações agrícolas, formação, melhor processamento e marketing. São dados passos com vista à proteção dos produtos alimentares regionais e tradicionais, e é implementada a primeira legislação europeia em matéria de agricultura biológica. Para a Comissão Europeia (1996), a política da qualidade tem um papel vital enquanto instrumento de realização dos objetivos da reforma da PAC, na medida em que pode contribuir para a adaptação da produção às necessidades do mercado, para a proteção do ambiente e dos recursos naturais, e para a manutenção de sistemas agrícolas mais diversificados.

Esta reforma alterou o modo de aplicação dos regimes de apoio, prevendo diferentes níveis de compensação para diferentes regiões da comunidade, e fazendo que os agricultores fossem chamados a desempenhar um papel de desenvolvimento de diferentes atividades, propondo soluções alternativas como o Turismo Rural, artesanato e pequenas indústrias, por forma a manter as heranças dos antepassados e ao mesmo tempo introduzir uma diversificação na oferta dos produtos agrícolas, não devendo o agricultor dedicar-se somente à produção de géneros alimentares, mas tornar-se num organizador e animador do mundo rural, criando novas atividades.

Como refere Fischler “... é assim conveniente adotar uma política coerente que faça desaparecer progressivamente as fraquezas das zonas rurais. É preciso desenvolver e consolidar os espaços e as comunidades rurais viáveis. Com esse objetivo, devem ser tomadas medidas no setor agrícola, reforçar as estruturas de produção, de comercialização e de transformação, promovendo a produção de qualidade e adotando fórmulas regionais de comercialização pelo produtor e o melhoramento de competitividade dos agricultores, a reflorestação e o Turismo Rural. Não basta apoiar a agricultura, é também necessário envolver outros setores para poder criar postos de trabalho, qualidade de vida e prosperidade (...) Trata-se de manter a estrutura do habitat herdado da história, não no sentido conservador, mas numa lógica de desenvolvimento orientado para o futuro, que

corresponda às necessidades do mundo moderno e permita obter o desenvolvimento autónomo...”(Fischler, 1996:2)

Em 2002, novos fatores obrigaram a uma nova revisão da política da UE para a agricultura, entre os quais se destacam a planeada expansão da UE para leste, as objeções da Organização Mundial do Comércio (OMC) à PAC, e a estratégia de desenvolvimento sustentado definida na Cimeira de Göteborg (junho de 2001).

Franz Fisher, o então Comissário para a Agricultura, Pescas e Desenvolvimento Rural, apresentou em 2003 um pacote de reformas da PAC, descrevendo-as como o mais radical melhoramento de sempre da política agrícola da UE: separação entre subsídios e produção; elevadas exigências ambientais, de segurança alimentar e de padrões de instalação animal como pré-requisitos de candidatura a subsídios; mais dinheiro para o desenvolvimento rural, em vez de subsídios diretos ao mercado; e cortes nos preços intervencionados em diversos setores. O âmbito da PAC é alargado, de modo a incluir o desenvolvimento rural, concentrando-se no desenvolvimento económico, social e cultural da Europa.

Contudo, esta reforma da PAC teve também como consequência tornar a União Europeia no maior importador mundial de produtos agrícolas oriundos de países em vias de desenvolvimento, com um volume de importações superior ao da Austrália, Canadá, Estados Unidos e Japão, em conjunto. Ao abrigo do acordo “Tudo exceto armas”, a UE deu livre acesso ao seu mercado interno a todos os países menos desenvolvidos.

De 2004 a 2007, a população da União Europeia duplicou, fruto da adesão de 12 novos Estados-Membros, passando para cerca de 500 milhões de cidadãos. Consequentemente, a PAC é novamente ajustada para continuar a ajudar os 27 Estados-Membros da UE na manutenção das suas atividades agrícolas, adaptadas às respetivas situações climáticas ou geográficas.

Na 1.^a Comissão presidida por Durão Barroso (2004/2009), coube a Mariann Fisher Boel a custódia da renovada Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural, na continuação da luta por uma maior qualidade e segurança alimentar, pela investigação e desenvolvimento, e pela aplicação eficiente do Programa de Desenvolvimento Rural 2007-2013, uma reforma destinada a reforçar a competitividade económica e ecológica do setor agrícola, a promover a inovação, a combater as alterações climáticas, e a apoiar o emprego e o crescimento nas zonas rurais.

1.6.3. A PAC e o Espaço Rural

A agricultura não se limita à produção de alimentos. Diz respeito às comunidades rurais e às pessoas que aí vivem, bem como ao espaço rural e os recursos naturais preciosos que este possui (Comissão Europeia, 2012).

Em todos os Estados membros da União Europeia, os agricultores mantêm o espaço rural vivo e contribuem para a conservação do modo de vida rural. Sem explorações agrícolas e sem agricultores, as aldeias, vilas e pequenas cidades seriam profundamente afetadas, e o meio rural tenderia inexoravelmente para a desertificação.

A agricultura, a produção e transformação de alimentos são elementos essenciais da economia e sociedade. Para além dos empregos nas regiões rurais diretamente ligados à exploração e produção agrícola, muitas pessoas têm emprego a jusante neste setor, nomeadamente na preparação, transformação e embalagem de alimentos, e na armazenagem, transporte e venda dos produtos alimentares. Por outro lado, a agricultura depende e simultaneamente contribui para o desenvolvimento de outras indústrias e serviços, como por exemplo adubos, maquinaria agrícola e combustíveis, bem como de alimentação e cuidados sanitários para os seus animais.

Os 27 estados membros da UE têm cerca de 14 milhões de agricultores, e outros 4 milhões de pessoas trabalham diretamente no setor alimentar. Em conjunto, os setores agrícola e alimentar fornecem 7% do emprego e geram 6% do Produto Interno Bruto (PIB) europeu.

1.6.4. A PAC e o Ambiente

Ao longo dos séculos, o espaço rural foi modelado pela agricultura, e constitui o habitat de uma fauna e flora de grande diversidade. A biodiversidade é fundamental para o desenvolvimento sustentável do espaço rural, cabendo aos agricultores a gestão desse espaço em benefício de todos, fornecendo bens públicos como a proteção e manutenção dos solos. Por forma a evitar efeitos colaterais negativos, tais como os decorrentes das alterações climáticas, por exemplo, a UE fornece aos agricultores incentivos para que trabalhem de modo sustentável e ecológico. Deste modo, os agricultores enfrentam um duplo desafio: por

um lado, produzir alimentos; por outro, e em simultâneo, proteger a natureza e salvaguardar a biodiversidade.

Uma agricultura sustentável em termos ambientais, que utilize de forma prudente e sustentável os recursos naturais, é essencial, quer para a produção alimentar, como para a qualidade de vida de todos.

Como afirma Dacian Ciolos¹³: *“A agricultura situa-se numa encruzilhada de desafios da nossa sociedade. Em primeiro lugar está, evidentemente, o desafio alimentar, mas também existe o desafio dos recursos naturais, que temos de utilizar com respeito e responsabilidade face às gerações futuras”* (Comissão Europeia, 2012:1).

1.6.5. A Dependência da Economia e Modo de Vida Rural da Agricultura

A agricultura é a principal atividade económica na grande maioria das zonas rurais. Contudo, muitos agricultores dedicam-se a outras atividades, como a preparação de produtos alimentares e o turismo rural, sendo esta diversificação apoiada por incentivos da UE, através dos respetivos programas de desenvolvimento rural.

A assistência financeira prestada aos agricultores destina-se a garantir que estes continuem a lavrar as suas terras e a criar empregos suplementares através da renovação de infraestruturas industriais e residenciais, de projetos de preservação da paisagem e de conservação do património cultural e de muitas outras tarefas direta e indiretamente ligadas à agricultura e à economia rural, contribuindo assim de forma decisiva para evitar o êxodo rural, face à relativamente reduzida possibilidade de emprego e às taxas de desemprego elevadas que normalmente se verificam nas zonas rurais. (Comissão Europeia, 2012)

Portugal é um exemplo deste paradigma, sobretudo nos últimos anos, onde a desertificação do meio rural está efetivamente a contribuir para o fecho de serviços públicos que se tem vindo a assistir, nomeadamente ao nível da educação, saúde e justiça.

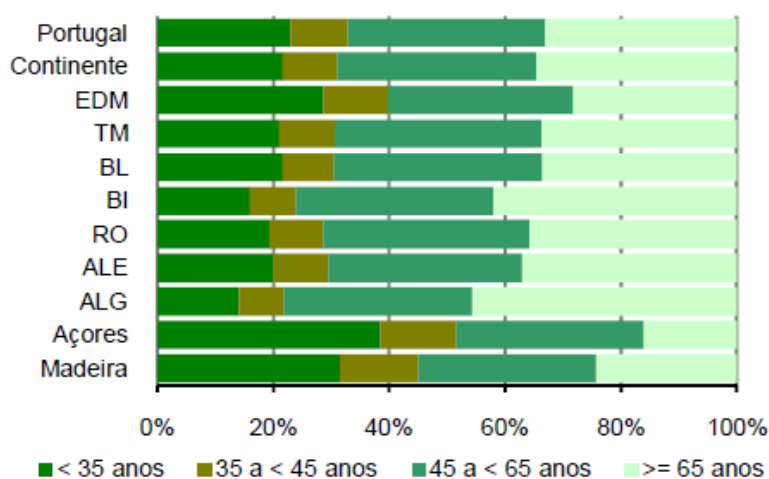
Com o povoamento rural, mantêm-se e melhoram-se também os serviços públicos como as escolas, os serviços de saúde, entre outros. Neste contexto, verifica-se a necessidade de reforçar o dinamismo das pequenas explorações familiares.

Os agricultores são um parceiro económico essencial nas zonas rurais, em que o conhecimento fundamental e instintivo das práticas agrícolas é passado de geração em

¹³ Dacian Ciolos, Comissário Europeu da Agricultura e do Desenvolvimento Rural

geração. No entanto, a UE reconhece que a estrutura etária dos agricultores se tornou uma questão preocupante. No caso de Portugal, a larga maioria dos agricultores tem mais de 45 anos, dos quais cerca de metade tem mais de 65 anos, ou seja, já em idade de reforma. O crescente interesse de pessoas mais jovens pela agricultura, que se traduz no número crescente de pedidos de apoio para instalação de Jovens Agricultores no âmbito do PRODER poderá contribuir, nos próximos anos, para a inversão desta tendência.

Gráfico 5 - Estrutura Etária da População Agrícola Familiar, por Região (2009)



Fonte: INE: Recenseamento Agrícola 2009

Para que as zonas rurais possam enfrentar com êxito os desafios que se lhes deparam, é necessário reforçar os meios de apoio à instalação de jovens agricultores (Ciolos, 2012).

1.6.6. A PAC como Motor de Produtividade e Inovação

Nos primeiros anos de implementação da PAC, a produtividade agrícola aumentou muito significativamente, a par dos rendimentos obtidos pelas culturas. No entanto, devido aos excedentes alimentares que foram gerados, as ajudas da PAC aos agricultores passaram sobretudo a incentivar:

- A prática de uma agricultura com menos emissões de gases com efeito estufa;
- A utilização de técnicas agrícolas ecológicas;

- O respeito pelas normas de saúde públicas, ambientais e de bem estar-animal;
- A produção e comercializarem das especialidades alimentares da região;
- A busca de novas utilizações para os produtos agropecuários em setores como a cosmética, medicamentos, artesanato, entre outros.

A UE financia atividades de investigação no domínio de novos sistemas agrícolas, para que os agricultores consigam enfrentar os novos desafios, criando parcerias para a inovação, promovendo a comunicação e cooperação entre as partes interessadas (agricultores, agroindústria, distribuidores, cientistas e investigadores, administração pública, entre outros) (Comissão Europeia, 2012). No entanto, promover a comunicação e a cooperação entre entidades e indivíduos com interesses frequentemente divergentes e sem tradição de colaboração pode ser particularmente difícil, sobretudo em contextos culturalmente adversos, como é o rural, de uma forma geral (Saxena & Ilbery, 2008), e o português em particular (Hofstede, 1991).

1.6.7. Fatores de (In)Sucesso nos Negócios Agrícolas

A grande maioria das explorações agrícolas são relativamente pequenas, os agricultores possuem em média 12 ha de terra, e cerca de 70% das explorações europeias têm menos de 5 ha.

Esta reduzida dimensão das explorações impossibilita a produção em quantidade, numa escala que permita reduzir significativamente os custos de produção, o que implica um esforço acrescido dos agricultores na melhoria da qualidade e em acrescentar valor aos seus produtos, o que pode não ser recompensado em termos de preço no mercado. É precisamente neste contexto que a questão da organização dos produtores se faz sentir de forma mais premente.

De forma a reforçar a posição negocial dos agricultores face aos restantes intervenientes na cadeia do setor alimentar, a PAC ajuda os agricultores incentivando-os:

- Na constituição de organizações de produtores, que permitam aos agricultores agrupar-se de modo a venderem os seus produtos em conjunto exercendo maior poder comercial na cadeia de valor do setor alimentar;
- Noutras formas de cooperação que confirmem aos agricultores maior peso no mercado e aumentem as margens de lucro e competitividade;

- Na criação de fundos e de seguros que permitam uma maior resposta a instabilidades do mercado ou quebras bruscas de preços;
- No estabelecimento de relações contratuais na cadeia setorial;
- Em tipos especializados de produção, tais como a agricultura biológica (Comissão Europeia, 2012)

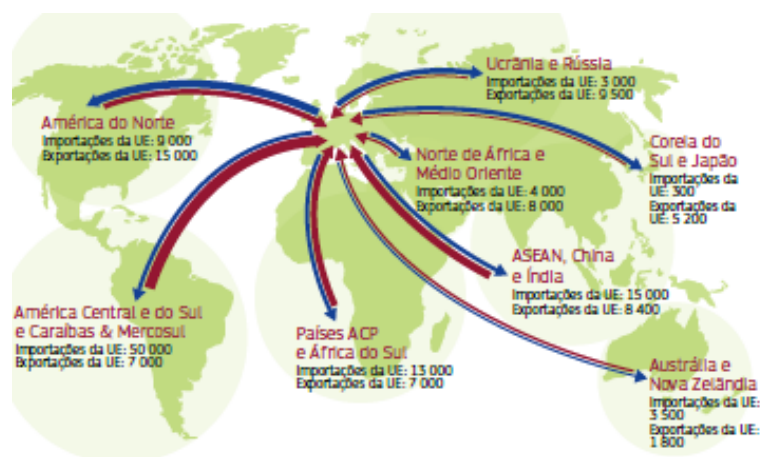
1.6.8. A Europa, Grande Exportador de Alimentos de Qualidade

O clima favorável, a fertilidade dos solos e o conhecimento técnico dos agricultores, permitem uma produção agrícola na Europa de elevada qualidade, diversidade e em quantidade, o que a torna num dos maiores exportadores mundiais destes produtos, sobretudo de produtos agrícolas transformados de elevado valor acrescentado.

Para conseguir alimentar 9,6 mil milhões de pessoas que constituirão a população mundial estimada pela ONU para 2050, a produção alimentar mundial atual terá de duplicar. A UE, através da PAC, tem um papel muito significativo a desempenhar neste campo, razão pela qual se considera fundamental que se continue a investir no setor agrícola.

A figura seguinte ilustra os montantes e fluxos das importações e exportações agrícolas da União Europeia.

Figura 3 - Comércio agrícola da União Europeia (em milhões de euros)



Fonte: *International aspects of agricultural policy* (2012) - Dados correspondem à média no período de 2008-2010

1.6.9. O Quadro Financeiro da PAC

O orçamento plurianual da PAC para o período 2007-2013 foi de 413 mil milhões de euros¹⁴, ou seja 42,3% das dotações globais para a UE 27. A regulamentação dos mercados agrícolas e os pagamentos diretos representaram 33,8% (330 mil milhões de euros), sendo 8% (78 mil milhões de euros) afetos às medidas de desenvolvimento rural.

Neste período, Portugal recebeu um vasto conjunto de apoios às atividades do mundo rural e da conservação da natureza, financiados pelo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER).

1.6.10. Os Apoios à Agricultura

O Programa de Desenvolvimento Rural do Continente (PRODER), divide-se em quatro eixos prioritários de apoio: Competitividade; Sustentabilidade do espaço rural; Dinamização das zonas rurais; e Conhecimento e competências (PRODER, 2013)¹⁵.

O eixo 1 - Competitividade, apoia a inovação e o desenvolvimento empresarial, promovendo a renovação do tecido empresarial agrícola; o desenvolvimento de sinergias entre os *stakeholders* do setor; a inovação e orientação para o mercado.

O eixo 2 – Sustentabilidade do Espaço Rural – apoia a atividade agrícola nas zonas de montanha, zonas desfavorecidas e nas áreas de Rede Natura. As ajudas, atribuídas ao hectare, pretendem compensar os agricultores da perda de rendimento e dos custos adicionais resultantes das desvantagens para a produção agrícola nas referidas zonas.

O eixo 3 – Dinamização das zonas rurais – apoia os investimentos que promovam a diversificação e desenvolvimento de atividades económicas geradoras de riqueza, aproveitando os recursos endógenos, transformando-os em fatores competitivos e criação de emprego, contribuindo para a fixação da população. Este eixo, numa abordagem LEADER, visa captar novas formas de competitividade para as zonas rurais, utilizando estratégias de resolução de problemas locais, contribuindo para a melhoria de qualidade de vida dos territórios. Para alcançar esses objetivos, é essencial o envolvimento de todos os parceiros

¹⁴ Jornal Oficial da União Europeia, C 139, PT, 14.06.2006

¹⁵ <http://www.proder.pt/homepage.aspx>

locais. É através do conhecimento das especificidades de cada território, que se saberá conduzir o destino do desenvolvimento dessa região.

O eixo 4 – Conhecimento e competências, integra três medidas: a medida “*informação e formação especializada*” integra apoios à formação e à constituição de redes temáticas de informação e divulgação com o intuito de difundir a informação do setor e promover a cooperação e organização setorial.

1.6.11. A Reforma em Curso da PAC

Na atual conjuntura económica, a PAC foi de novo objeto de profundas reformas com o intuito de melhor satisfazer as necessidades das sociedades, e de dispor de uma política que seja mais ecológica, mais justa e mais eficiente, de forma a aumentar a competitividade tanto do ponto de vista económico como ecológico (Comissão Europeia, 2012).

No final de 2013, na sequência da apresentação da Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões intitulada "A PAC no Horizonte 2020: Responder aos desafios do futuro em matéria de alimentação, recursos naturais e territoriais", que define os desafios potenciais, os objetivos e as orientações da política agrícola comum (PAC) após 2013, foi aprovada uma nova reforma da PAC, a vigorar no período 2014-2020. Esta reforma tem como principal objetivo reforçar a competitividade e a sustentabilidade da agricultura e das zonas rurais em todo o território da União Europeia, dando resposta aos desafios económicos, ambientais e territoriais que a Europa enfrenta.¹⁶

Desta deliberação resultou a aprovação do Regulamento Europeu n.º 1305/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013, relativo ao apoio ao desenvolvimento rural pelo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER), que revogou o Regulamento (CE) n.º 1698/2005 do Conselho, sobre a mesma matéria.

Foi igualmente aprovado o documento de transição - Regulamento Europeu n.º 1310/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013¹⁷ que vai permitir prolongar as medidas de investimento, as medidas agroambientais e as medidas de

¹⁶ Jornal Oficial da União Europeia, L 347/487, PT, 20.12.2013

¹⁷ Jornal Oficial da União Europeia, L 347/866, PT, 20.12.2013

apoio às zonas desfavoráveis com as regras do programa de Desenvolvimento Rural atual (PRODER), mas já com o orçamento do novo quadro comunitário.

O orçamento total da PAC para o período 2014-2020 é de 408,31 mil milhões de euros, 76,6% (312,73 mil milhões de euros) dos quais serão destinados ao 1.º Pilar (pagamentos diretos e organização do mercado), e 95,58 mil milhões de euros ao 2.º Pilar (Desenvolvimento Rural). Neste período, Portugal irá receber 4,5 mil milhões de euros para o 1.º Pilar, dos quais 3,9 mil milhões serão destinados aos pagamentos diretos (passando de 186€/ha para 200€/ha) e 0,6 mil milhões de euros para medidas de mercado. O 2.º Pilar conta com 3,6 mil milhões, a que acresce um envelope de 500 milhões de euros isentos de cofinanciamento. (Ministério da Agricultura e do Mar, 2013)¹⁸

Nos termos do supracitado regulamento europeu n.º1305/2013, o Governo Português, submeteu em maio à Comissão Europeia o “ Programa de Desenvolvimento Rural do Continente para 2014-2020”¹⁹ para aprovação.

O PDR, é um instrumento que contempla as ferramentas fundamentais (ações e medidas), para direcionar a agricultura, potenciando o aumento da produção e estimulando a concentração da oferta para equilibrar as relações da cadeia alimentar. Pretende-se que tenha uma componente de apoio ao investimento, com especial enfoque na organização da produção, promova práticas amigas do ambiente, apoie o desenvolvimento de regiões desfavorecidas e estimule o apoio ao território através da reorientação da iniciativa Leader para a agricultura. Reforça também o apoio à inovação e prevê, pela primeira vez, a possibilidade de financiamento de um sistema de seguros e de gestão de risco, que será mais universal e financeiramente sustentável.

No entanto, até à aprovação da proposta nacional e respetiva produção de efeitos, continuam a aplicar-se as normas em vigor no quadro anterior (2007-2013).

1.7. O Desenvolvimento do Território e a Valorização dos Recursos Endógenos

A crescente globalização teve repercussões muito positivas ao nível do desenvolvimento económico e social, mas simultaneamente evidenciou grandes assimetrias regionais. O território deixou de ser um elemento neutro e constituiu-se como uma variável

¹⁸ <http://www.portugal.gov.pt/pt/os-ministerios/ministerio-da-agricultura-e-do-mar/mantenha-se-atualizado/20131120-pac-aprovacao.aspx>

¹⁹ <http://www.gpp.pt/pdr2020/>

estratégica fundamental ao desenvolvimento, definido em função das necessidades de bem-estar das populações (Natário, et.al., 2010).

Contudo, o desenvolvimento só é possível através da integração das diversas dimensões territoriais, económica, técnica, social, cultural, histórica e ambiental, valorizando os vários recursos numa perspetiva dinâmica e inovadora, apoiada numa economia flexível, normalmente de pequena escala.

A força dinâmica de uma abordagem endógena (territorial) de desenvolvimento rural assenta sobretudo no crescimento pelo aproveitamento de recursos específicos da região (naturais, humanos e culturais) e em empresas e iniciativas locais.

A baixa densidade populacional nas regiões rurais, a idade avançada da população e o relativo afastamento urbano originam um conjunto de dificuldades com impacto na atividade económica e no bem-estar do indivíduo, gerando níveis de disparidade entre regiões (OECD, 2006). Contudo, as regiões rurais não devem ser encaradas como sinónimo de declínio. Estas possuem um potencial económico diverso, frequentemente não aproveitado que pode ser explorado, contribuindo para melhorar o bem-estar do cidadão, para atrair população e para o desenvolvimento nacional como um todo.

Com efeito, constata-se atualmente uma realidade diferenciada, com zonas rurais ricas em matéria-prima, em atividades de lazer, novas paisagens, novas redes de negócio e novos atores²⁰, que podem traduzir-se em novas oportunidades. Por outro lado, noutras regiões, nomeadamente as desertificadas, a redução da população irá por em causa a preservação das paisagens, das tradições, atividades e culturas, e consequentemente o património social, económico, cultural e ambiental.

Neste contexto, torna-se premente a criação de um novo paradigma, onde a ruralidade surja como uma componente da pós-modernidade (Covas, 2007), paradigma que deve assentar numa lógica de competitividade das áreas rurais, e não apenas na agricultura, valorizando os recursos locais e explorando novos recursos, e de rentabilização de potencialidades normalmente não consideradas.

Todos os atores, nacionais, regionais e locais, públicos e privados, são chamados a intervir e a assumir um papel ativo e dinamizador, numa atitude pró-ativa de desenvolvimento de territórios (Covas, 2007).

²⁰ Os “atores” de desenvolvimento são todos os indivíduos, grupos e instituições públicas, privadas e associativas que contribuem direta ou indiretamente para a melhoria da qualidade de vida num determinado território. Podem contribuir para a afirmação dos pontos fortes no contexto de desenvolvimento local

O desenvolvimento é fundamental para a equidade e coesão dos territórios, na medida em que oferece um conjunto de oportunidades que permitirá fortalecer as regiões com novas dinâmicas, criação de parcerias e novas atividades integradas. Para que o território seja capaz de atrair pessoas e investimento, melhorando as condições de vida dos indivíduos, é essencial apostar no meio rural, implementando atividades que permitam gerar riqueza e emprego, mantendo o dinamismo da paisagem, cada vez mais procurada pelo turismo. (Covas, 2007)

Segundo Tibério (2008), é necessário valorizar os recursos e o saber-fazer local, (re)descobrir os produtos tradicionais como instrumento de desenvolvimento territorial e dinamizar os projetos regionais que estimulem o turismo e a procura de produtos tradicionais locais de qualidade, apostando na inovação, para que se possa atingir esse objetivo.

1.8. A Multifuncionalidade Agrícola, um Contributo para o Desenvolvimento Regional

Nos últimos dois séculos, a população urbana tem vindo a crescer exponencialmente face à população rural. Em 2012, segundo informação do Eurostat²¹, 23% da população da UE vivia em zonas rurais, 35% em zonas intermédias e 41% em zonas urbanas. Em Portugal a percentagem é de 49% (zonas rurais), 15% (zonas intermédias) e 36% (zonas urbanas).

Segundo Leal (2001), o abandono do meio rural pelos jovens em busca de emprego e de uma nova vida, ainda era uma constante no início do século XXI por toda a Europa. Países como Portugal, Espanha, sul de Itália, Irlanda, Escócia e algumas regiões francesas, registavam a saída crescente de jovens para as grandes cidades. Os meios rurais perdiam assim a capacidade de manter o nível de atividade económica necessário para a manutenção do dinamismo das atividades locais. O crescente declínio que o setor agrícola registava, a inexistência de infraestruturas modernas, o despovoamento contínuo e a falta de serviços adequados, comparativamente às zonas urbanas, formaram um conjunto de fatores que contribuíram para a manutenção do atraso do mundo rural, situação esta que as políticas europeias de desenvolvimento rural e a aposta na multifuncionalidade das explorações agrícolas, assim como na integração dos vários sectores de atividade, tem vindo a procurar contrariar na última década.

²¹ <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Desde 1992 que a União Europeia procura promover o desenvolvimento sustentável, seguir uma estratégia que permite ajudar o meio rural a contrariar a tendência de abandono, apoiando os agricultores que manifestem o desejo de permanecerem ligados à terra, procurando criar oportunidades para os jovens, através da promoção de novas atividades económicas, e através da promoção e concessão às comunidades locais de acesso a níveis adequados de tecnologia e serviços.

Segundo Leal (2001), *“O meio rural não deve ser encarado somente como um local de residência dos agricultores, e de atividade para a população que nele habita. Os seus espaços verdes, as montanhas, as florestas e os seus lagos e rios de uma extraordinária beleza, permitem ao homem incalculáveis possibilidades de lazer e de entretenimento dos tempos livres.”*

O espaço rural tem sofrido grandes transformações decorrentes da crescente interação com a dinâmica económica global e com o meio técnico-científico-informacional, alterando as funções e o conteúdo técnico e social do espaço rural (Santos, 1996)., Tem-se verificado um crescente interesse da população urbana pelas áreas rurais, seja para residência, lazer e descanso, ou por algo que para muitos se tornou quase exótico, como o gosto por animais, culturas, rios e florestas. A partir do interesse pelos espaços rurais para além dos modelos tradicionais baseados na agricultura e pecuária, surgem múltiplas funções não agrícolas, como a indústria alimentar, o artesanato, a paisagem, a biodiversidade, manifestações de cultura e de carácter simbólico (festas, gastronomia, propriedades) e serviços (ecoturismo, turismo rural, atividades ligadas à preservação ambiental), que são geradoras de valor e dinamizam o espaço rural. Além da referida pluriatividade, aspetos como a segurança alimentar, conservação de paisagens, ecossistemas, e agroecossistemas, passam a ser utilizados para justificar as múltiplas funções que o agricultor desempenha, reafirmando o seu papel na sociedade. (Schneider, 2003).

O novo paradigma de desenvolvimento dos territórios rurais passa assim pela capacidade dos seus atores em atrair atividades económicas e interesses sociais para além da produção agrícola.

Segundo Almeida & Nabarro (1998), a noção de multifuncionalidade procura reconhecer que o rural não se restringe à produção de matéria-prima e alimentos, à libertação de mão-de-obra para as atividades urbanas e à transferência de capital para outros setores económicos, mas também para destacar as suas outras funções, tais como a social, a ambiental, a patrimonial, a estética e a recreativa

O conceito de multifuncionalidade surgiu associado à agricultura (OECD, 2001). No entanto, este é um conceito bem mais abrangente, podendo ser explorado por muitos mais atores (Potter, 2005). Baseia-se na reinterpretação do papel da agricultura no desenvolvimento rural, e a mudança no papel dos responsáveis das explorações, integrados num vasto grupo de gestores de paisagens e num espaço rural que, para além do espaço de produção, é cada vez mais um espaço de consumo.

Figura 4 - Algumas vantagens da multifuncionalidade agrícola



Fonte: Vantagens da Multifuncionalidade (segundo Pinto-Correia, 2006, p.8)

A figura representa algumas das vantagens da multifuncionalidade agrícola, em que a dinâmica das áreas rurais pode basear-se noutras atividades. Algumas áreas podem perder capacidade competitiva a nível de produção, no entanto essas mesmas áreas podem desenvolver outras funções, como a conservação da natureza, a qualidade ambiental, a preservação do património e suportes de recreio, as quais são progressivamente mais valorizadas. Nem todos os espaços rurais serão no futuro espaços produtivos, mas as outras funções podem justificar a manutenção da própria agricultura.

Considerando como empreendedor não apenas aquele que inova, a criação de empresas em setores tradicionais como a atividade agrícola, permite identificar oportunidades em redor dessa atividade, utilizando todos os recursos disponíveis e transformando-os num negócio lucrativo e sustentável.

1.9. Turismo em Espaço Rural: Um Turismo Alternativo e Complementar numa Sociedade em Mudança

Atualmente a atividade agrícola depara-se com novas atividades e novos desafios. A globalização do comércio mundial, as exigências qualitativas dos consumidores e o alargamento da UE, são algumas das mudanças que vão afetar os mercados agrícolas, as economias locais e das zonas rurais. Como complemento da atividade agrícola, surge a oportunidade por parte dos agricultores de diversificar as suas atividades, sendo a atividade turística uma potencial opção. (Leal, 2001)

O turismo tem vindo a desenvolver-se não apenas como um comportamento social, mas também como uma atividade económica. O mundo rural tem conhecido alterações significativas nos últimos anos, com a globalização das sociedades pós-modernas, mas no entanto é nele que se encontram muitos refúgios de fauna e flora, que proporcionam o “regresso às origens” e o contacto com a natureza. É neste contexto que se tem vindo a desenvolver o turismo em espaço rural, considerado como uma boa estratégia que contribui para a fixação da população nas áreas rurais. Confrontadas com processos sucessivos de desertificação, essas áreas encontraram no turismo um fator de criação de emprego e de promoção do desenvolvimento socioeconómico.

“This type of tourism is developed for its economic benefits of supplementing farm income with little investment required and represents a successful symbiotic relationship for areas where neither farming nor tourism could be independently justified” (Inskkeep, 1991:251)

Este tipo de turismo destina-se a pequenos grupos, que permite a oferta de um tratamento personalizado, proporcionando ao turista uma inserção no meio rural com uma proximidade do quotidiano de quem vive no campo, com participação nas atividades, costumes e modo de vida dos habitantes. O turismo rural implica o gosto pela busca de um contacto direto com o meio rural, de duração curta, tendo como objetivo principal proporcionar tranquilidade e momentos de lazer. Existem vários tipos de turismo rural: férias numa quinta; ecoturismo, passeios de bicicleta e/ou a cavalo; turismo étnico; turismo baseado no património (visitas históricas); e aventura, entre outros.

O Turismo Rural é um ramo da economia rural em pleno e contínuo crescimento. Do lado da oferta: o êxodo rural registado levou a um despovoamento crescente contribuindo para um atraso económico, social e cultural. Para contrariar este quadro e contribuir para um

desenvolvimento endógeno, há que tirar partido da representatividade dos recursos naturais, transformando-os em atividades económicas atrativas e competitivas. Do lado da procura: desde há muito tempo que a procura de atividades recreativas e de lazer no meio rural, aliadas à tranquilidade que o meio rural é capaz de oferecer, como alguma saturação por parte do consumidor pelo turismo de massas, tem contribuído para um crescente aumento da procura pelo Turismo Rural, definido por Valdés (1996), citado por Vera, J. (1997:128) como *“la actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación”*.

Se o Turismo Rural for concebido como parte do desenvolvimento integrado do meio rural, poderá funcionar como meio de desenvolvimento e arranque das zonas rurais, e ao mesmo tempo cumprirá uma função estruturante e de articulação para outros setores intervenientes.

Pode ainda o Turismo Rural influenciar de forma positiva a recuperação do meio rural, contribuindo para limitar as diferenças de desenvolvimento. No entanto, é necessário monitorizar e controlar o crescimento da atividade turística no meio rural, pois um excessivo êxito poderia colocar em causa o próprio produto e as possibilidades de recuperação a curto prazo, ao mesmo tempo que impediria a sua incorporação na dinâmica rural. No entanto, as vantagens têm conseguido ultrapassar os inconvenientes, e daí a sua expansão. O aumento dos rendimentos das pessoas que vivem no meio rural e a animação da região, através da diversidade de atividades, têm levado à motivação das pessoas em iniciarem projetos de Turismo Rural. (Leal, 2001).

1.10. A Certificação da “Qualidade Particular” como Identidade Territorial

A identidade territorial é um conceito inovador, complexo e controverso, centrado na originalidade e singularidade de realidades geográficas físicas e humanas de localidades e regiões, e que tem sido crescentemente reconhecido como um fator de competitividade, perante as forças da globalização económica e cultural.

Segundo Roca (1999), a valorização da ‘adaptabilidade’, ‘autenticidade’, ‘estabilidade e/ou “diversidade” da identidade territorial, presentes ou potenciais, tornou-se quase uma

panaceia das políticas de desenvolvimento local e regional na União Europeia e em Portugal, particularmente nas áreas rurais periféricas e outras menos desenvolvidas.

A ideia geral do conceito de identidade territorial é a de que as características específicas de determinados lugares e regiões são elementos constitutivos da sua identidade. As características (materiais e imateriais) dos territórios são mutáveis, mas é a sua identidade que confere originalidade e singularidade aos lugares e regiões e *vice-versa.*, que os distingue de outros territórios, vizinhos ou distantes. A identidade revela o espectro, as formas e a intensidade de integração económica e cultural dos lugares e regiões, no passado e no presente, no âmbito de redes e sistemas socioeconómicos e espaciais hierarquizados (Zoran, 1999). É, portanto, evidente que *“a globalização não representa o fim das distinções e singularidades territoriais, mas sim um conjunto adicional de influências nas identidades económicas locais e capacidades de desenvolvimento”* (Amin, Thrift, 1994:2)

As regiões começam a preocupar-se com a identidade regional com o intuito de usufruírem de vantagens competitivas que lhe são inerentes. Contudo, para criar condições nas quais essa dinâmica territorial avance, é necessário investir em estratégias que proporcionem aos empreendedores, regionais e mesmo externos, o interesse em conhecer melhor as potencialidades do local em causa. Segundo Oliveira (2003) citado por Trentin, I. (2009:5), *“ a construção de marcas territoriais não pode ser vista como simples intenção protecionista, mas como parte de um complexo mecanismo institucional de transmissão de confiança entre atores de segmentos sociais e de interesses muito diversificados. As experiências bem-sucedidas de desenvolvimento territorial caracterizam-se pela ampliação do círculo de relações sociais nos planos político, económico e social”*

A descentralização do crescimento económico tem sido uma prioridade de alguns territórios, porém implica uma constante articulação entre as forças dinâmicas de uma determinada região aliadas à valorização dos atributos locais, sendo também necessária a interação social com indivíduos empreendedores que promovam ligações dinâmicas que permitam a valorização de conhecimentos e tradições que se construíram durante a história (Oliveira, 2003).

Ao analisar a literatura sobre os produtos protegidos pelo Regulamento 2082/92²², muitos adjetivos são encontrados para os descrever: regionais, tradicionais, de qualidade, genuínos e locais.

²² Regulamento (CEE) 2082/92 de 14.07.92 (JOCE N.L208/9 de 24.07.92), relativo aos Certificados de Especialidade de Produtos Agrícolas e Géneros Alimentícios.

Analisando o regulamento, podemos constatar que estes atributos, ou certificados, se aplicam a produtos cujas características ou qualidade os distinguem dos outros, o que se deve ao meio específico de onde são originários (incluindo fatores humanos e naturais), ou são resultado de processos tradicionais. Isto é, para além de uma forte ligação ao território, devida quer às suas condições edafo-climáticas quer ao saber-fazer das populações, a reputação do nome consagrada pela utilização, ou seja a sua tradicionalidade e “autenticidade”, é determinante para o reconhecimento oficial destes produtos.

Já em 1991, a Comissão Europeia afirmava que “em cada meio humano, cada cultura alimentar, encontramos determinados aspetos dos produtos que não estão apenas relacionados com a sua composição intrínseca. Um Porto não é só um vinho, existem inúmeras variedades mas que não são “Porto”. O essencial “*ser Porto*” é uma “*qualidade de estado*”, exemplo de “*qualidade particular*” cuja notoriedade foi adquirida e que é reconhecida bem longe do território nacional, mesmo até antes de qualquer codificação ou certificação.

Como afirma Barjolle (1997), a origem geográfica e a tradição servem de base para a diferenciação dos produtos típicos regionais.

A tradição pode ser vista como uma dimensão dinâmica da origem. A tradição é um conjunto de ações que nasceram numa origem, e que foram transmitidas, melhoradas, modificadas sem nenhuma quebra ou revolução. Uma tradição tem de ser coletiva e partilhada por vários atores. (Fabrice, 1997)

Segundo Luarca (1995) as condições necessárias para que se produza o reconhecimento de Denominação de Origem, só acontece quando um produto tem características e qualidade diferenciadas e uma tipicidade devida principalmente ao meio natural e aos processos de elaboração, que com o passar do tempo se tornam inseparáveis do nome da região. Os conceitos básicos em torno do qual se pode articular essa tipicidade são três: diferenciação, qualidade e território. Trata-se de valorizar o local relativamente ao global, o rural relativamente ao urbano, o endógeno relativamente ao exógeno, o artesanal relativamente ao industrial, na sua dimensão tripla geográfica, histórica e cultural. (Munõz, 1997).

1.11. Produtos Alimentares de Qualidade – Produtos de Valor Acrescentado

A capacidade inovadora dos agricultores permitiu desenvolver produtos a partir de técnicas produtivas, com base em processos simples e naturais muito apreciados, numa altura

em que a produção em massa, intensiva, com base em processos tecnológicos desenvolvidos, originou a redução de custos, mas correndo grande risco de se traduzirem em crises alimentares. É nesta altura que os Produtos Tradicionais reforçam a sua posição no mercado, conquistando o gosto dos consumidores (Gomes, Branco, Sá, 2005).

Segundo os mesmos autores, considera-se um produto de valor acrescentado, aquele que apresenta vantagens qualitativas ou funcionais para o consumidor. Acrescentar valor a um produto implica uma intervenção dirigida sobre a qualidade do produto, melhorando-o ou transformando-o num produto diferente. Em alguns casos de produtos alimentares, é necessário que a respetiva intervenção se inicie na fase de produção das matérias-primas.

O valor acrescentado constitui o fator determinante para que muitos produtos se consigam impor no mercado, tais como: a castanha de Trás-os-Montes; a maçã de Alcobaça; a Pera Rocha do Oeste; o presunto de Barrancos; o Azeite de Moura; e a Ameixa D'Elvas, entre muitos outros, são símbolos alimentares, aos quais os consumidores associam, de imediato, a ideia de produtos com qualidade superior.

Portugal é um país rico no que concerne à variedade de produtos alimentares tradicionais e à sua gastronomia ímpar.

“A diversificação dos alimentos processados industrialmente, o alargamento dos mercados e a produção em larga escala, poderão deixar antever a aniquilação das pequenas produções de cariz artesanal. Porém, de uma grande ameaça, resulta frequentemente, uma boa oportunidade. Tudo depende da utilização da imaginação e da capacidade inovadora”. (Gomes *et.al* 2005)

Os sistemas de produção de produtos tradicionais, mantendo o seu carácter artesanal, permitiram em muitas regiões criar um “saber fazer” relativo aos métodos de produção, singularizando e enobrecendo alguns desses produtos.

Alguns produtores, individualmente ou associados, que exploraram esta atividade, identificaram importantes segmentos de mercado e detetaram novas necessidades dos consumidores. Por intermédio de ações de valorização e de melhoria de qualidade dos seus produtos, conquistaram novos mercados e implementaram as suas marcas.

Segundo Gomes *et al* (2005), para se conseguir uma boa dinâmica e sustentabilidade nestas iniciativas é importante o envolvimento do setor institucional como meio de apoio, promoção e regulamentação desses mercados. Para um adequado desenvolvimento rural, é essencial que a valorização de produtos tradicionais se realize de forma articulada com a conservação e sustentação do ambiente e do património histórico e cultural de cada região.

1.12. Sistema de Proteção de Produtos Alimentares de Qualidade e o Reconhecimento Adotado pela UE

A expressão “produto tradicional” é percebida pelo consumidor como produto de “valor”, com um “sabor especial” e/ou específico de uma região.

A integração dos diversos países europeus no espaço da União Europeia, ao promover a abolição de fronteiras alfandegárias, deu origem ao incremento de trocas comerciais entre estes países. Contudo, facilitou diversas práticas que poderão ser consideradas como eticamente condenáveis sob o ponto de vista comercial, tais como a utilização abusiva da expressão “produto tradicional”, o que implicou a perda de confiança por parte do consumidor de alguns produtos alimentares e o desencorajamento de diversos produtores. Perante esse cenário e por forma a restabelecer a confiança dos consumidores, tornou-se imprescindível controlar o mercado e melhorar a qualidade dos produtos, tendo-se instituído em 1992, na União Europeia, os Sistemas de Proteção e Valorização dos Produtos Agroalimentares, que visavam incentivar a produção agrícola diversificada, protegendo os nomes dos produtos contra imitações e utilizações fraudulentas e defendendo os interesses dos consumidores. (Gomes *et.al*, 2005)

A União Europeia deu sinais claros do seu empenho na preservação e proteção dos produtos específicos e na preocupação com o desenvolvimento das áreas onde as ações são implementadas, com a publicação dos seguintes regulamentos:

- Regulamento (CEE) 2081/92 de 14.07.92 (JOCE N.º L208/1 de 24.07.92), modificado pelo Regulamento (CEE) 537/97 de 17.03.97 (JOCE N.º L83 de 25.3.97), relativo à proteção das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas dos Produtos Agrícolas e Géneros Alimentícios;
- Regulamento (CEE) 2082/92 de 14.07.92 (JOCE N.L208/9 de 24.07.92), relativo aos Certificados de Especialidade de Produtos Agrícolas e Géneros Alimentícios.

De acordo com Dinis (1999) a União Europeia assume assim que o sucesso de uma política baseada na qualidade implica a integração de mecanismos de proteção dos produtos agrícolas e dos géneros alimentares com características particulares, identificáveis quer pela sua proveniência geográfica, quer pelo modo particular de produção ou de elaboração.

Atualmente assiste-se a uma reorientação do modelo de desenvolvimento agrário, atribuindo-se uma importância crescente aos produtos agrícolas tradicionais locais no desenvolvimento das regiões rurais mais frágeis. As políticas de promoção e valorização de

produtos agroalimentares tradicionais de qualidade têm sido, nos últimos anos, objeto de atenção constante em diferentes documentos comunitários e apontadas como uma das alternativas ao desenvolvimento do meio rural.

O crescente interesse pelos produtos agrícolas tradicionais e o papel que lhes é atribuído no desenvolvimento de algumas zonas rurais situa-se no cruzamento de um conjunto de tendências de natureza diversa (Dinis, 1999). Por um lado assiste-se à necessidade de atenuar os efeitos negativos provocados pelos modelos de desenvolvimento dominantes, aliado à perceção de que a agricultura de tipo produtivista não é a solução para zonas estruturalmente débeis, enquadráveis nas designações de "zonas em declínio rural" e "marginalizadas" (CCE, 1988). Simultaneamente constata-se a apetência por produtos naturais e tradicionais por parte de vários segmentos da população, resultado de alguma desconfiança relativamente à qualidade dos produtos industriais e à crescente importância atribuída à revalorização do património rural nas suas vertentes natural e cultural, como ligação nostálgica a um passado e um pretenso regresso às raízes e à tradição.

1.13. Estratégias Empresariais no Setor Agroalimentar

A concorrência do lado da oferta tem tendência a aumentar, consequência da consolidação do mercado único, decorrente dos acordos de comércio internacional, pelo que as empresas são obrigadas a adotar estratégias que as tornem competitivas.

Segundo Guitart (1994), em face desta situação, parecem perfilar-se duas alternativas para as empresas agrícolas. A primeira é a orientação agrícola para a obtenção de produtos homogêneos, a baixo preço, destinados ao abastecimento da indústria transformadora e da grande distribuição. A segunda consiste na diferenciação dos produtos, para que as empresas possam aproveitar os diferentes “vazios ou oportunidades de mercado”, que os grandes distribuidores deixam. Este tipo de estratégia é orientada para segmentos pequenos, ainda que rentáveis, no mercado alimentar.

Para Kotler (1997), não existe uma estratégia ótima para todos os concorrentes de mercado. A empresa deve determinar o que faz mais sentido à luz da sua posição na indústria, dos seus objetivos, oportunidades, capacidades e recursos.

Embora se possam listar muitos tipos de estratégias, Porter (1991) condensou-as em três tipos genéricos, que providenciam um bom ponto de partida para o pensamento estratégico e que são em tudo semelhantes às apontadas por Guitart para o setor agrícola:

- Liderança pelos custos: a empresa trabalha arduamente para atingir o mais baixo custo de produção, de forma a poder ter preços mais baixos que os seus concorrentes e ganhar uma maior quota de mercado;
- Diferenciação: a empresa concentra-se em atingir uma *performance* superior num importante benefício para o consumidor, valorizado por uma grande parte do mercado. Ela pode lutar por ser líder nos serviços, na qualidade, no estilo, ou mesmo na tecnologia. A empresa “cultiva” estas forças, que lhe darão uma vantagem competitiva num ou mais benefícios.
- Nicho: a empresa concentra-se num ou mais segmentos de mercado. A empresa procura conhecer as necessidades desses segmentos e persegue ou uma liderança pelos custos ou uma diferenciação no mercado alvo.

Segundo o mesmo autor, as estratégias genéricas refletem o posicionamento da empresa. No entanto, a simples análise de posicionamento não permite captar qual a vantagem competitiva dessa empresa, e para tal, a cadeia de valor é a forma sistémica de classificação e avaliação das inter-relações das atividades da empresa. A vantagem competitiva depende do valor acrescentado nos produtos/serviços, pelo que a cadeia de valor permite a avaliação do impacto de cada atividade no acréscimo de valor, identificando a atividade de maior valor agregado, denominada de atividade distintiva (Porter, 1985).

A análise de cadeia de valor não é isolada, as atividades de uma determinada cadeia de valor estão ligadas a outras atividades de valor produzidas em cadeias de valor de outros atores a montante e a jusante, leia-se fornecedores, canais de distribuição, clientes e a corporação a que pertence a indústria em causa. Esta relação interdependente de cadeias de valor é denominada sistema de valor (Porter, 1985).

Para Perez (1995) as atividades alimentares prestam-se particularmente à diferenciação, já que é possível variar a natureza e as características dos produtos consumidos, em função dos hábitos e das formas e estilos de vida. Em termos estratégicos, isto traduz-se no desenvolvimento prático de políticas de gama ou de estratégias de nicho. As primeiras dizem respeito, principalmente, às grandes empresas que procuram estar presentes em todos os segmentos do mercado alimentar, correspondendo ao seu potencial de produção, e baseiam-se em meios de comunicação de massas e inovações constantes. As segundas correspondem

mais à possibilidade das PME que, estando limitadas no seu confronto com as grandes empresas nos mercados de grande consumo, podem escolher procurar a excelência num único segmento de mercado, constituindo, se ele é relativamente específico, um nicho de competitividade.

Para aquele autor, marcas comerciais e certificados de qualidade constituem as alavancas principais dessas estratégias. Os certificados de qualidade podem abranger um conjunto de empresas, normalmente pequenas e médias, que frequentemente partilham o mesmo território e estão ligadas por uma organização comum de produtores.

Segundo Barjolle (1997), a estratégia de diferenciação permite a distinção dos produtos substitutos, comunicada aos consumidores através de meios adequados. Se o produto, com uma identidade específica satisfaz as expectativas de certos segmentos de consumidores, estes podem aceitar pagar mais por ele do que pelos produtos substitutos. De facto, não é suficiente a um produtor diferenciar o produto do dos seus concorrentes, os consumidores devem perceber as diferenças e o seu valor. Diferenciação do produto e preferências são indistinguíveis.

Uma forma de diferenciação utilizada pelas empresas agrícolas é a qualidade ligada ao seu *know-how* ou a uma região, ou seja, o que foi definido como qualidade particular e que é consistente com uma lógica de consumo onde o parâmetro preço é mais flexível (Barjolle, 1997).

A Visão Baseada em Recursos (VRIO) aborda a estratégia por uma perspetiva alternativa da economia tradicional que tem foco na análise de produtos e mercados. Uma visão baseada nos seus recursos, em detrimento da análise baseada nos produtos. (Barney, 1991). O modelo VRIO é uma ferramenta analítica que tem o objetivo de avaliar quais os recursos que são fontes de vantagem competitiva, pela avaliação de quatro atributos do recurso: valor; raridade; dificuldade de imitar; e organizacional (capacidade em desempenhar as atividades).

1.14. Inovação e Cooperação – Uma Estratégia de Competitividade

No atual contexto económico, caracterizado quer pelas incertezas de mercado e elevada competitividade em todos os setores de atividade, quer pelas contínuas mudanças

tecnológicas, as empresas nacionais²³ enfrentam grandes desafios. Por um lado, as pressões competitivas internas têm aumentado, com a entrada de concorrentes internacionais, reduzindo as quotas de mercado que viabilizam os respetivos negócios e, por outro lado, a dinâmica da integração europeia e da globalização dos mercados, constituem um desafio as empresas no sentido da internacionalização. Há ainda que ter em conta as consequências da crise económica e financeira que tem restringido drasticamente o mercado interno e aumentado os custos de contexto, nomeadamente em termos de carga fiscal e custos energéticos.

As micro, pequenas e médias empresas desempenham um papel importante enquanto criadoras de emprego e agentes-chave para o desenvolvimento e incremento do bem-estar das comunidades locais e regionais. No entanto, elas necessitam de incentivos e motivação para enfrentar os obstáculos com o intuito de se desenvolverem de forma sustentável, devendo procurar estratégias para se diferenciarem e se tornarem mais competitivas. Muitas vezes são confrontadas com dificuldade na obtenção de capital ou crédito, designadamente na fase de arranque, e os seus escassos recursos reduzem o acesso a novas tecnologias e à inovação, motivo do fraco investimento em I&D (Story, 1994), assim como fraca capacidade de atração de recursos humanos qualificados e dificuldades a nível organizacional que impedem a implementação de soluções criativas capazes de operar uma diferenciação eficaz e tirar partido da criação de valor.

Segundo Keasey & Watson (1993) os fracos recursos financeiros e as reduzidas competências reduzem significativamente a capacidade competitiva deste tipo de empresas.

A globalização de mercados e da produção compromete a competitividade das micro, pequenas e médias empresas, restando-lhes a tarefa de implementarem e reorganizarem a sua atuação de forma a conseguirem sobreviver num mercado progressivamente mais competitivo (Casarotto & Pires, 1999). Neste contexto, a formação de alianças pode contribuir para a obtenção de sinergias e diminuição dos riscos, já que isoladamente enfrentam maiores dificuldades e limitações para competir.

Através de relações de cooperação, as empresas podem trabalhar concomitantemente com o propósito de melhorar o seu desempenho, partilhando recursos e comprometendo-se com objetivos comuns. A configuração em rede promove um ambiente favorável à partilha de informação, de conhecimentos de técnicas e de recursos essenciais aos processos de inovação

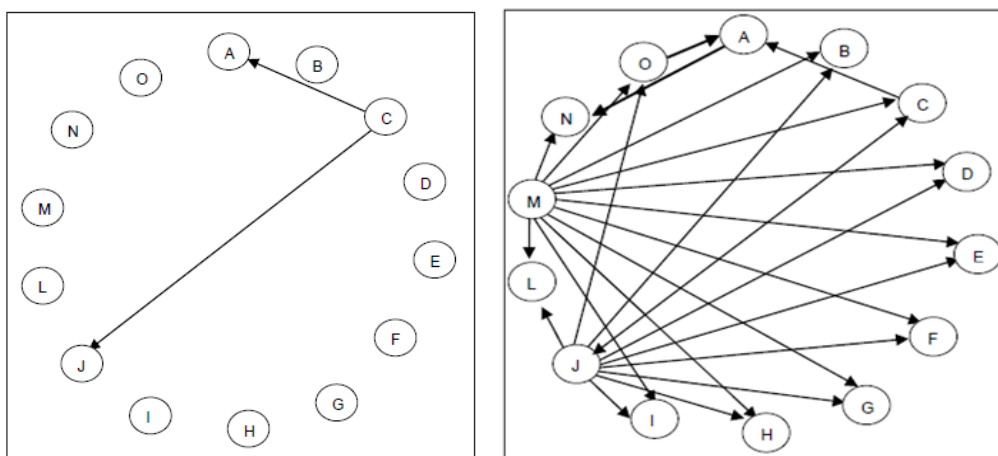
²³ O Tecido Empresarial Português é constituído por Micro, Pequenas e Médias Empresas, que representam 99,9% do total de empresas e são responsáveis por 53,4% do volume de negócios, e pelas Grandes Empresas, que correspondem a 0,1% do total de empresas e representam 46,60% do volume total de negócios (181.612,3 milhões de euros)- segundo informação do INE (2011)

(Balestrin & Vargas, 2004). Desta forma as empresas podem minimizar as dificuldades individuais e tornarem-se mais hábeis em alcançar competitividade nos mercados onde atuam, por meio de redes de cooperação.

Segundo Casarotto e Pires (1999) as empresas, ao reunirem-se em rede, tornam-se mais competitivas, reduzem custos, podem partilhar recursos de produção e atualizarem-se mais rapidamente, conseguindo desta forma concentrar seus esforços em atividades nas quais são mais eficientes.

Para Gulati, Nohria e Zaheer (2000) as empresas organizadas em redes de cooperação têm maior acesso à informação, recursos e tecnologias que contribuem para a vantagem competitiva, bem como a partilha de riscos, *outsourcing* de cadeias de valor e funções organizacionais.

Figura 5 - Configuração em Rede – Teias vs Hub



Fonte: Sousa, C (2008)

A inovação e cooperação desempenham um papel fundamental na competitividade empresarial. A inovação é um processo complexo que requer interação entre vários agentes económicos. Consequentemente, as empresas devem desenvolver a sua capacidade de cooperar com outros atores, de modo a reduzir a incerteza e obter novos conhecimentos.

Segundo Szeto (2000), a criação de redes de cooperação leva à criação de conhecimento contribuindo para o estímulo e reforço de atitudes inovadoras nas empresas participantes.

Segundo vários autores (Seufert, et, al, 1999, Akkermens, 2001), as redes tendem a reduzir os custos de transação com a partilha de informação entre empresas e o benefício de canais de comunicação comuns, em que a informação relevante sobre os melhores parceiros económicos (clientes, fornecedores e concorrentes) é partilhada. Estas redes funcionam como mecanismo de redução de incerteza, aspeto intimamente relacionado com o reforço de confiança e de reciprocidade entre os participantes na rede.

Por outro lado, as redes facilitam o acesso à informação e ao conhecimento estratégico, designadamente no que respeita a mercados, tecnologias, novos produtos, materiais e processos. A troca de informação entre atores maximiza a eficiência do processo, pois as empresas divulgam os seus produtos e serviços e a partilha de competências e de outros recursos permite a criação de valor e aumento de benefícios que individualmente não conseguiriam atingir.

Por último, as redes podem levar à racionalização da produção, na medida em que estruturam a cadeia de fornecimento, beneficiando tanto as economias de escala e de diversidade de produção, como a variedade de competências dos atores envolvidos, nitidamente maior que as competências de cada um dos atores individualmente. Estes processos levam à criação de sinergias.

Considerando a sua configuração e o compromisso que representam para cada uma das organizações envolvidas, as redes respondem à necessidade de aprender interagindo. (Morgan, 1997).

No entanto as culturas de rede são particularmente frágeis, especialmente quando o contexto cultural mais amplo não contribui de forma positiva (Gomes e Souza, 2013). Tomando a definição de organização em rede como uma estrutura organizacional que se baseia em relações de cooperação multilateral entre as pessoas através de fronteiras estruturais, temporais e geográficas, com base na existência de densas redes de comunicações flexíveis, então é fácil entender que isso se torna impossível em contextos de conflito e desconfiança.

Segundo as mesmas autoras, a própria tecnologia que permite o estabelecimento de empreendedores nas áreas rurais favorece também o perpetuar do desprendimento territorial e de uma "identidades de espaço fluido". Aqui reside um dos aspetos da contradição entre a necessidade de coordenar atores sociais heterogéneos e estabelecer redes de organizações com vista a valorizar os territórios e criar as condições empresariais para a plena utilização da presença de empreendedores em áreas rurais, e as dificuldades que surgem devidas à falta de

comunicação, a uma certa desconfiança, à distância dos centros do poder e conflitos de objetivos.

A verdade é que o desenvolvimento territorial depende em grande medida da coordenação entre os atores sociais, e esta continua a ser uma tarefa difícil, quando a comunicação e a cooperação entre os atores locais e empreendedores externos simplesmente não ocorre.

CAPITULO II – AMEIXA D'ELVAS – PRODUTO TRADICIONAL SECULAR DE ELVAS

2. Elvas - Contexto histórico, geográfico e social

Com a integração e a globalização das economias, especialmente no contexto da União Europeia, é cada vez exigido um maior esforço no sentido da promoção e valorização das capacidades endógenas das regiões, entendendo essas capacidades como o conjunto dos recursos e das múltiplas especificidades locais, traduzidas em programas e projetos de desenvolvimento. As economias regionais, alicerçadas numa forte identidade histórica e cultural, onde os seus recursos e especificidades são reconhecidos como fatores de qualidade, podem constituir uma importante vantagem competitiva. (Alves, 2003). A região de Elvas integra-se claramente nesta tendência, dispondo de um grande potencial de valorização, de forma integrada, dos seus recursos.

Cidade raiana situada num ponto estratégico junto à fronteira com Espanha, Elvas pertence ao distrito de Portalegre e à sub-região do Alto Alentejo. Tem cerca de 16 mil habitantes e é a sede de um município com cerca de 630 Km² e um total de mais de 25 mil habitantes ²⁴. Em 16 de setembro de 2013, foi assinado um protocolo de união entre Elvas e Badajoz, convertendo-se ambas numa Euro-cidade, com um total de cerca de 200 mil habitantes.

Elvas possui um extraordinário património histórico²⁵. As suas muralhas seiscentistas, consideradas como o maior conjunto de fortificações abaluartadas do mundo, foram classificadas pela UNESCO em 30 de junho de 2012, juntamente com o centro histórico da cidade, como Património Mundial da Humanidade.

Os primeiros vestígios da presença humana na região remontam ao Paleolítico, tendo no entanto os sinais mais visíveis, as antas, sido datadas do período Neocalcolítico, entre 4.000 a.C. e 1.800 a.C. Os Godos e os Celtas terão sido os primeiros povos que se fixaram na região, tendo o povoado que hoje é Elvas sido conquistado pelos Romanos cerca de 155 a.C. A implantação visigótica atingiu o seu auge em meados do século VI, entrando depois numa lenta decadência, que culminou com a conquista islâmica em 714.

²⁴ <http://www.cm-elvas.pt/pt/caracterizacao-do-concelho/localizacao-do-concelho>

²⁵ <http://www.cm-elvas.pt/pt/caracterizacao-do-concelho/historia>

Em 1166 D. Afonso Henriques conquistou Elvas pela primeira vez aos Mouros, que a reconquistaram pouco tempo depois, sendo no entanto definitivamente integrada em território português por D. Sancho II em 1229, após um cerco infrutífero em 1226. O primeiro foral foi outorgado por D. Sancho II em 1229, a que se seguiu um outro em 1513, concedido por D. Manuel I, através do qual Elvas foi elevada à categoria de cidade.

Durante os séculos XIII a XVI, a localização estratégica e importância militar da praça de Elvas foi sendo confirmada com a sucessiva construção de fortificações, que culminou com o importante papel defensivo desempenhado pelas suas linhas de muralhas e os fortes de Santa Luzia e da Graça no desfecho da Guerra da Restauração, em 14 de janeiro de 1659, naquela que ficou conhecida como a Batalha das Linhas de Elvas, efeméride que é comemorada como o Feriado Municipal da cidade.

Figura 6 - Aqueduto da Amoreira



Fonte: Fotografias do Município de Elvas

Elvas é uma cidade com um forte carácter turístico, visitada anualmente por milhares de pessoas, sobretudo espanhóis, mas também de outros países europeus e muitos portugueses de outras regiões, atraídos pela sua monumentalidade, que ficou significativamente mais conhecida após o reconhecimento pela UNESCO. Ao longo do ano realizam-se na cidade

inúmeros eventos e certames culturais, musicais e religiosos, designadamente exposições, feiras e romarias.

A região é também conhecida pelo seu riquíssimo artesanato, de onde se salientam as rendas de papel recortado, o vestuário tradicional (samarra e capote alentejano), as rendas e bordados, os trabalhos em madeira e cortiça, a olaria e pintura em barro e também a ronca²⁶, instrumento musical popular característico da região. Elvas é ainda famosa pelo seu património gastronómico, de onde se destacam a Ameixa D'Elvas e a Sericaia, e diversos doces conventuais de origem secular.

Considerando a forte identidade sociocultural que lhe é reconhecida, bem patente no discurso político e mediático e no ponto de vista da população, Elvas reúne um conjunto de valores e especificidades potencialmente geradoras de desenvolvimento e sustentabilidade do seu território e das suas populações, no entanto subsistirem algumas dificuldades de ordem demográfica, económica e de qualificação dos recursos humanos, que se traduzem em fragilidades competitivas.

2.1. Indicadores Estatísticos

Por forma a consubstanciar os dados da contextualização referidos anteriormente, apresentam-se de seguida cinco dimensões de análise: Território e Demografia; Emprego e Atividade Económica; Educação; e Cultura e Turismo, em relação às quais se procede a uma descrição interpretativa de vários indicadores, recorrendo-se sobretudo aos dados dos dois Censos nacionais mais recentes (2001 e 2011).

2.2. Território e Demografia

Apesar de ocupar aproximadamente 30% do território do país, a região do Alentejo concentra apenas cerca de 7% da população nacional, com tendência para decrescer, sobretudo no Alto Alentejo, como se pode constatar na tabela seguinte.

²⁶ A ronca é um instrumento de música popular (uma espécie de púcaro de barro com uma membrana no bucal atravessada por uma cana; o som resulta do movimento dessa cana) com raízes muito profundas na tradição e cultura elvenses. Existem alguns grupos que se juntam para tocar ao Menino pelas ruas da cidade durante a quadra Natalícia.

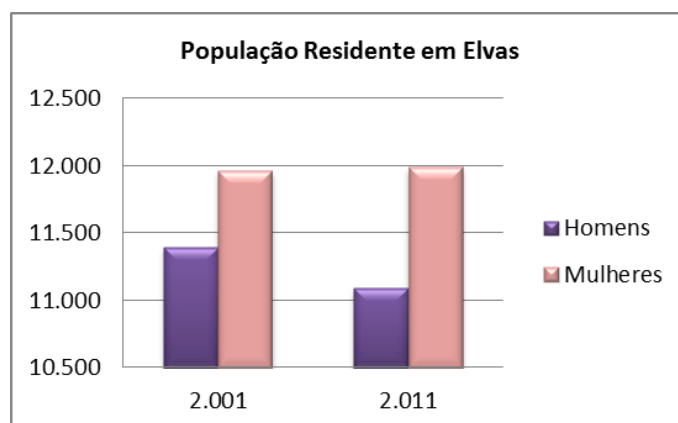
Tabela 7 - População residente

Regiões	População Residente		Tx.Var2001-2011(%)
	2001	2011	
Portugal	10.356.117	10.562.178	1,9
Alentejo	776.585	757.302	-2,5
Alto Alentejo	127.026	118.410	-6,8
Alentejo Central	173.646	166.822	-3,9
Baixo Alentejo	135.105	126.692	-6,2
Alentejo Litoral	99.976	97.925	-2,1
Elvas	23.361	23.078	-1,2

Fonte: INE: Censos 2011 – Alentejo

O concelho de Elvas tinha em 2011 uma população de 23.078 habitantes, o que indica uma variação negativa na população residente de -1,2%, entre 2001 e 2011. Este decréscimo incide principalmente na população masculina, o que revela simultaneamente dois fenómenos, a emigração e o envelhecimento.

Gráfico 6 - População Residente em Elvas



Fonte: INE: Censos 2001 e 2011 - Alentejo

De referir que o decréscimo mais significativo corresponde à população jovem, no escalão etário dos 15 aos 24 anos, que registou uma variação negativa de -16,68% comparativamente a 2001. A contrastar com essa tendência de diminuição, o escalão da

população mais idosa (65 anos ou mais) cresceu 3,57%, o que, juntamente com o decréscimo da população jovem, se traduz num efetivo envelhecimento da população.

Tabela 8 - População Residente por Grupos Etários

População Residente Segundo Grupos Etários				
	0 - 14	15 - 24	25 - 64	65 ou >
2001	3754	3147	11533	4927
2011	3571	2622	11782	5103
Tx.Var.%	-4,87	-16,68	2,16	3,57

Fonte: INE-Censos 2001 e 2011 – Alentejo

2.3. Emprego e Atividade Económica

No capítulo do emprego e da atividade económica, importa referir alguns dados e tendências de evolução do concelho.

Tabela 9 - População Ativa, Empregada e Desempregada e evolução da Atividade Económica por Setor

População										Por Atividade Económica (Setores)					
População Economicamente Ativa				População Empregada				População Desempregada		Primário	Secundário	Terciário			
2001		2011		2001		2011		2001		2011	CAE 0	CAE 1 - 4	CAE 5 - 9		
H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	2001	2011	2001	2011
5584	4425	5293	4887	5291	3917	4370	3933	293	508	923	954	883	680	1815	1193
Taxa de atividade 2011 - 44,11%				Taxa de atividade				Taxa de Desemprego				883	680	1815	1193
Taxa de desemprego 2011 - 18,44%				49%	37%	47%	40%	5%	11%	17%	19%	6510	6430		

Fonte: INE – Censos 2001 e 2011 - Alentejo

Em 2011 assiste-se a uma diminuição da taxa de atividade (proporção da população ativa face à população total) em relação a 2001, ao mesmo tempo que esta se torna mais feminina, já que diminui de dois pontos percentuais nos homens, verificando-se no entanto um aumento de três pontos percentuais da referida taxa na população feminina.

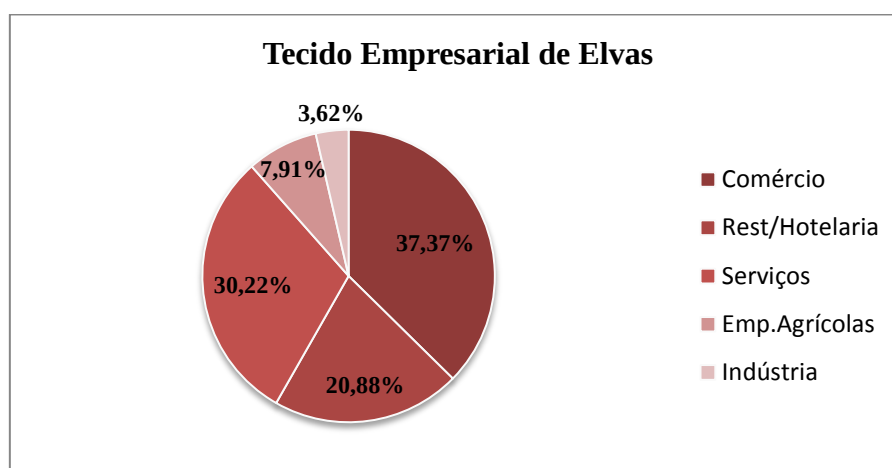
Regista-se uma variação em sentido crescente do indicador de desemprego (proporção de desempregados face à população ativa), verificando-se um aumento na população de sexo masculino e feminino de 12% e 7% respetivamente, entre 2001 a 2011, e que se estima se tenha agravado, como resultado da crise económica sentida nos últimos anos a nível nacional.

Os setores que sentiram maior diminuição da taxa de atividade foram os setores: primário²⁷ e secundário²⁸, com uma redução de 23% e 34%, respetivamente. Sendo o setor terciário²⁹ o menos afetado, com uma diminuição cerca de 1,2% na mesma década.

Os valores apresentados na tabela 3, bem como as tendências de evolução que lhe estão subjacentes, encontram explicação nos processos de mudança que têm vindo a atingir de forma transversal a sociedade portuguesa. Uma dessas tendências, acentuada nas últimas décadas, prende-se com o fenómeno da terciarização da atividade económica, o que se traduz num aumento da população empregada nas atividades associadas aos serviços, nomeadamente na área das atividades financeiras, imobiliárias e de aluguer e serviços prestados às empresas.

De acordo com os dados disponibilizados pela Associação Empresarial de Elvas (AEE), existem 1.049 empresas registadas na Associação, divididas pelas seguintes atividades:

Gráfico 7 - Empresas registadas na AEE por Ramo de Atividade



Fonte: Associação Empresarial de Elvas, 30 de dezembro de 2013

²⁷ Sector Primário: Agricultura, destacam-se os cultivos de azeitona, cereais para grão, de prados temporários e culturas forrageiras, de culturas industriais, de pousio, de olival e de prados e pastagens permanentes. A pecuária: criação de aves, ovinos e bovinos.

²⁸ Sector Secundário: Indústria Alimentar, nomeadamente descasque de arroz, conservas de tomate e azeitonas, azeite e carnes; Indústria extratora; Indústria de cabos elétricos; Indústria de plásticos; indústria de Curtumes

²⁹ Sector Terciário: Serviços médicos, de educação; Atividades Imobiliárias; Construção Civil; Seguradoras; Transportadoras; Serviços publicitários.

O Ramo de Atividade do Comércio tem 392 empresas registadas, seguindo-se os Serviços com 317 empresas (empresas de Construção Civil; Imobiliárias, Serviços Médicos e Farmacêuticos; Seguradoras; Bancárias; Transportadoras; entre outras empresas de Conservação e Reparação), e a Restauração e Hotelaria contam com 219 empresas. Estão registadas na AEE 83 empresas na atividade Agrícola, na Indústria Extratora 7, e na Indústria Alimentar 31.

A Câmara Municipal de Elvas (CME), em parceria com a Agência de Desenvolvimento Regional do Alentejo (ADRAL), o Banco Espírito Santo (BES), o Centro de Desenvolvimento Empresarial do Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) e a GARVAL, no âmbito do Programa FINICIA³⁰ coloca à disposição das Micro e Pequenas Empresas do Concelho, um instrumento de apoio financeiro inovador – FAME - com o objetivo de promover o investimento produtivo.

Este Fundo de Apoio às Micro e Pequenas Empresas tem como principais vantagens: um prazo alargado de reembolso (até 6 anos incluindo 1 ano de carência); taxas de juro bonificadas; apoio até 100% do investimento (para empresas com mais de 3 anos); apresentação da candidaturas a qualquer momento; processos simplificados; inexistência de penalização de reembolso antecipado; apoio técnico gratuito na elaboração de candidaturas e acompanhamento pós-investimento.

De salientar também a importância para o desenvolvimento económico e social, do concelho e da região, do projeto da Plataforma Logística de Elvas (Caia), *“composto por dois terminais intermodais (ferroviário e rodoferroviário) e áreas logísticas especializadas e multifunções”*. *“Esta Plataforma constitui um projeto de referência regional e nacional de cariz transfronteiriço que poderá funcionar como uma âncora de desenvolvimento empresarial, nó fundamental na relação dinâmica com o tecido empresarial espanhol. Trata-se de uma aposta essencial para a atração de investimentos e empresas a instalar no Alto Alentejo e proporcionar uma abertura da Região ao mercado global através da intensificação dos fluxos comerciais com recurso ao transporte marítimo. A existência desta Plataforma permitirá, igualmente, o funcionamento em rede com as restantes Áreas de*

³⁰ O programa FINICIA enquadra um conjunto de instrumentos de capital e dívida para corresponderem às necessidades de financiamento de iniciativas empresariais reconhecidas como socialmente meritórias, economicamente sustentáveis e que revelem potencial de desenvolvimento.

Localização Industrial do Alentejo, facilitando o acesso das empresas ao mercado ibérico alargado e internacional (Loureiro, 2014).³¹³²

A Plataforma de Elvas é uma das prioridades de intervenção referida no “Plano de Ação Regional - Alentejo 2020”, aprovado em Reunião do Conselho Regional em setembro de 2013, por solicitação do Governo à CCDR-Alentejo, com vista à programação do novo ciclo de fundos comunitários para o período 2014-2020, no âmbito do Programa Horizonte 2020, da Comissão Europeia.

A autarquia de Elvas tem cooperado ativamente com a sua congénere de Badajoz no desenvolvimento do projeto desta Plataforma, na sequência também da recente criação da Euro-cidade Badajoz/Elvas, ao abrigo do AECT-Agrupamento Europeu de Cooperação Transfronteiriça³³. A proximidade física das duas cidades, a boa relação entre Portugal e Espanha, o crescente interesse cultural e linguístico recíproco, demonstrado nomeadamente pela adesão dos alunos ao ensino do português nas escolas em Badajoz, bem como no domínio do espanhol pelos elvenses e pelos frequentes certames e visitas culturais e de lazer, que potenciam claramente a projeção comercial e cultural desta Euro-cidade.

2.4. Educação

Considerando agora a dimensão da educação, duas importantes tendências sobressaem no panorama do Concelho: a diminuição da taxa de analfabetismo, por um lado, e o aumento de indivíduos com ou a frequentar o ensino superior, por outro.

A taxa de analfabetismo de 8,2% registada em 2011 representa um decréscimo de mais de cinco pontos percentuais em relação a 2001. No que se refere ao nível de ensino superior, verifica-se um aumento de 6,8% em relação a 2001³⁴, do número de indivíduos com ou a frequentar o ensino superior, com destaque para os indivíduos do sexo feminino.

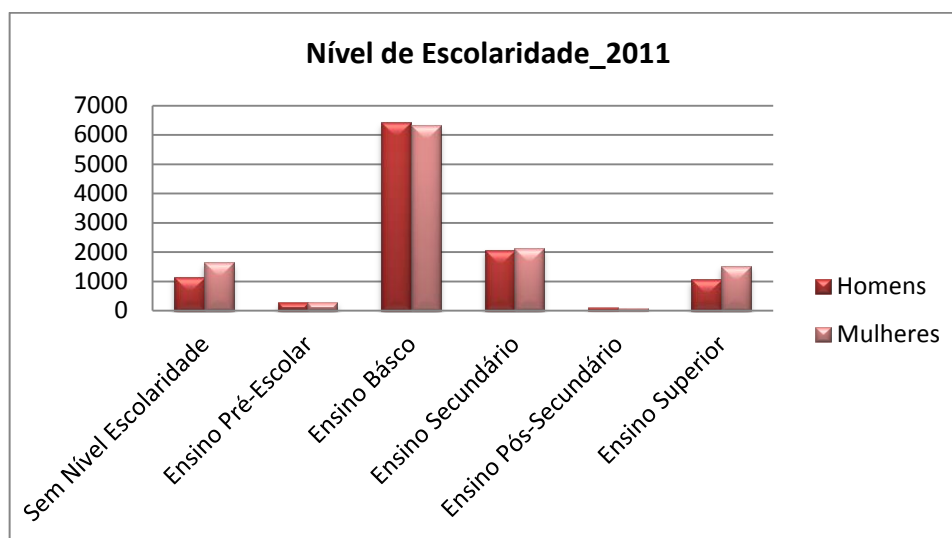
³¹ Alentejo 2020 – Plano de Ação Regional

³² http://www.correioalentejo.com/?=10161&page_id=36 -Segundo declarações do Presidente da REFER, Rui Loureiro ao Diário “Público” em 12 de fevereiro de 2014, a obra da linha ferroviária de ligação da fronteira do Caia a Évora pode iniciar-se em 2017, de valor de mil milhões de euros com previsão de conclusão em 2019

³³ Publicado a 5/7/2006 no *Jornal Oficial da União Europeia* através do Regulamento n.º 1082/2006 do Parlamento Europeu do Conselho. Instrumento de cooperação criado com o objetivo de reforçar a coesão económica e social, eliminando os obstáculos à cooperação territorial.

³⁴ 2.584 homens e mulheres em 2011 possuem o nível de ensino superior (11,2% da População Residente), comparativamente a 1074 em 2001 (4,6% da População Residente)

Gráfico 8 - Níveis de Escolaridade da População Residente



Fonte: INE: Censos 2001 e 2011 - Alentejo

Estes números refletem um esforço significativo na melhoria dos índices de qualificação da população, continuando no entanto o ensino básico a ter a maior expressão. Apesar de tudo, regista-se ainda um valor considerável de pessoas que não atingiram qualquer nível de ensino.

2.5 Cultura

No domínio da Cultura salienta-se o significativo conjunto de eventos realizados no Coliseu Comendador Rondão Almeida, assim como as exposições no Museu de Arte Contemporânea, no Museu da Fotografia e no Museu Militar.

O Museu de Arte Contemporânea de Elvas, inaugurado em 2007, possui no seu acervo permanente mais de quatro centenas de peças da Coleção António Cachola³⁵. Apresenta artistas portugueses contemporâneos, como Joana Vasconcelos, Fernanda Fragateiro, Adriana Molder, Gabriel Abrantes, Susana Guardado, José Pedro Croft, entre outros, com obras que

³⁵ António Cachola, empresário natural de Elvas, detentor de uma extensa coleção de arte portuguesa contemporânea, representativa dos principais movimentos e autores das últimas três décadas. Motivado pela proximidade do MEIAC (*Museo Extremeño y Iberoamericano de Arte Contemporanea de Badajoz*), o colecionador estabeleceu um acordo com a Autarquia para criar um espaço especificamente consagrado à arte atual, fora dos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto.

vão desde os anos oitenta do século XX até à atualidade, no âmbito do desenho, pintura, escultura, vídeo e fotografia.

O Museu da Fotografia João Carpinteiro insere-se na política cultural que a Câmara Municipal definiu para a cidade, e que se traduz na criação de museus temáticos com vista à preservação e divulgação da cultura e da história elvenses. Trata-se de uma política cultural integrada que procura tornar a cidade mais atrativa no ponto de vista turístico e contribuir para o desenvolvimento económico do Concelho. O Museu resulta de uma parceria entre a Câmara Municipal de Elvas e a Fundação João Carpinteiro, que cedeu ao Município o espólio, apresentado em regime de comodato, por um período de 30 anos.

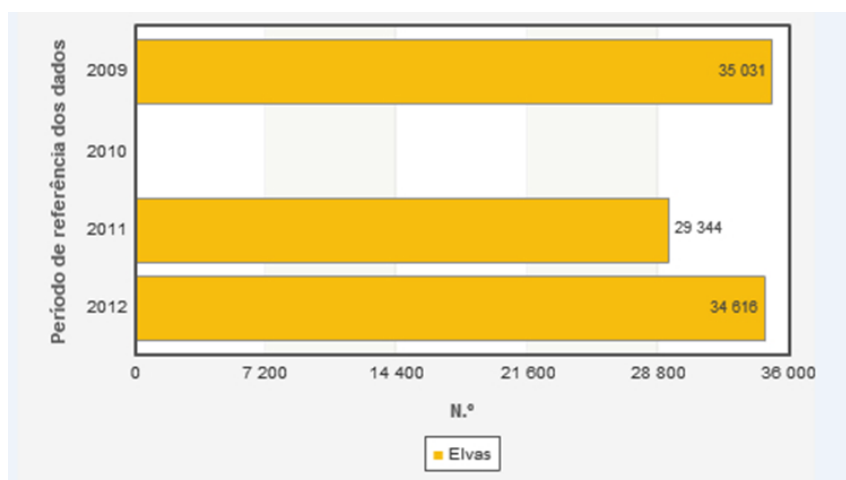
Situado no antigo edifício do Cinema Central, possui salas de exposições, nomeadamente a sala da *História da Fotografia*, a sala do *Colecionador* e a sala da *Coleção*, um laboratório para revelação de fotografia a preto e branco, e uma pequena biblioteca com temática da fotografia. O banco de imagem conta com cerca de 2.750 fotografias (digitalizadas) de Elvas Militar, Religiosa, Monumental e de outras atividades e eventos ligados à cidade.

O Museu Militar de Elvas, instalado nas antigas dependências do Regimento de Infantaria n.º 8, tem parte substancial da muralha e fortificações visitáveis, e tem atualmente abertas ao público as seguintes temáticas museológicas: História do Serviço de Saúde do Exército (salas dedicadas à ortopedia, oftalmologia e cirurgia, sala de veterinária e farmácia); Arreios Militares do Exército (salas dedicadas ao cavalo e arreios de infantaria, cavalaria e artilharia); Hipomóveis (com salas dedicadas ao armamento rebocado por animais, na sua quase totalidade artilharia); e Viaturas (táticas e blindadas).

2.6 Turismo

Depois da quebra que se seguiu à recente crise económica, o Concelho de Elvas tem recuperado o nível da atividade de turismo, verificando-se um acréscimo de cerca de 20% no indicador de medida “dormidas nos estabelecimentos hoteleiros”, entre 2011 e 2012, como mostra a figura seguinte.

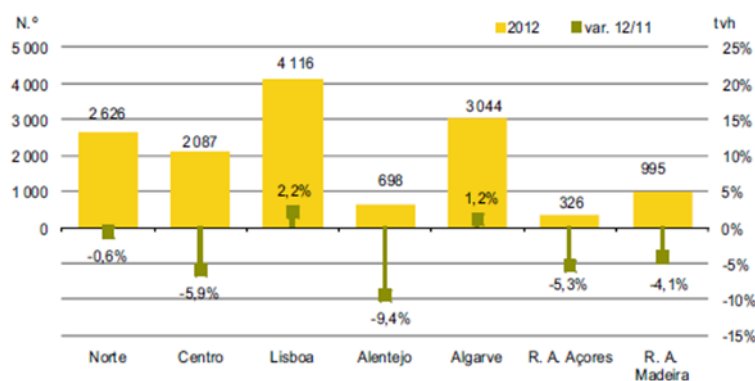
Figura 7 - Número de dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros por Localização Geográfica (NUTS 2002: Elvas) – Hotéis



Fonte: INE: Inquérito Anual à Permanência de Hóspedes e outros dados de Hotelaria (ultima atualização: 18 de novembro de 2013)

Este acréscimo contraria o cenário verificado no Alentejo no período homólogo, em que se assistiu a uma contração de atividade do turismo na ordem dos -9,4%.

Figura 8 - Evolução do número de Hóspedes por NUTS II



Fonte: INE: Estatística de Turismo 2012

2.7 A Ameixa “Fruto Doce” e a “Ameixa D’Elvas (DOP)”

2.7.1. Caracterização da Ameixa “Rainha Cláudia Verde”

As “Ameixas D’Elvas” são elaboradas a partir dos frutos da variedade de ameixeira “Rainha Cláudia Verde”, fruto característico da região de Elvas e Estremoz.

A ameixeira é considerada uma das mais antigas fruteiras conhecidas, tendo sido descobertos caroços de frutos desta espécie em cavernas da Idade da Pedra. O género *Prunus* constitui um grupo geneticamente muito complexo, com diferentes descrições morfológicas. Segundo Barroso (1990), desenvolveram-se três centros de origem: Europa, Ásia e América, dando lugar às espécies atuais. Segundo a sua origem, existem muitas cultivares de ameixa, com cores e formas diversas, que vão do amarelo ao negro e das esféricas às ovais. Os sabores e aromas são igualmente distintos, desde o ácido adstringente até ao muito doce.

A grande variabilidade das suas características torna-as adequadas para diferentes utilizações. As ameixas do tipo japonês empregam-se essencialmente para fruta de mesa, destinando-se apenas uma pequena percentagem para a secagem (passas). As ameixas do tipo europeu utilizam-se maioritariamente para o processamento industrial, e também para a secagem (passas), conservas, compotas, doces e para o consumo em fresco. O sumo de ameixa é também utilizado como laxante e as ameixas trituradas como alimento para bebés.

A cultivar “Rainha Cláudia” pertence à espécie *Prunus Domestica L*, do tipo Europeu. É um fruto de tamanho médio e pequeno, de forma esférica e achatada nos polos. A sua epiderme é lisa e verde, coberta por uma cera de proteção, característica de alguns frutos, que os torna impermeáveis à água, passando a uma cor amarela na plena maturação (Fig. 1).

Figura 9 - Ameixa Rainha Cláudia Verde



Fonte: Elaboração própria

Segundo Ribeiro (2009), a Ameixa “Rainha Cláudia Verde”, é um alimento rico em compostos antioxidantes, minerais e vitaminas. Possui características nutricionais únicas, essencialmente pelo seu conteúdo em fibras dietéticas e compostos fenólicos.

Os compostos fenólicos, para além do seu contributo no sabor e cor destes frutos, são benéficos para a saúde, designadamente pela sua atividade antioxidante (que reduz ou bloqueia o efeito nocivo dos radicais livres envolvidos em muitos processos degenerativos), ação antimicrobiana, ação anticarcinogénica e atividade anti-inflamatória (Kim et al., 2003). Estes compostos têm um papel relevante na prevenção de doenças cardiovasculares (Chun e Kim, 2004).

Como a maioria dos frutos do género *Prunus*, têm um baixo teor em gordura, são ricos em carbo-hidratos e em fibra, elemento de especial importância no normal funcionamento digestivo.

Num estudo realizado em 2003 sobre a capacidade antioxidante dos compostos fenólicos em diferentes cultivares de ameixa e das maçãs “Gala”, Kim et al. (2003) concluíram que a capacidade antioxidante das ameixas é muito superior ao das maçãs, sugerindo que o consumo desses frutos deveria ser incrementado para 2 a 4 por dia.

Segundo Byrne (2005), apesar da existência de várias cultivares de frutos de caroço no mercado, existe uma contínua necessidade de desenvolver novas cultivares que se adequem às mudanças da indústria, aumentando as zonas de produção, modernizando as técnicas de

cultivo, promovendo a utilização das melhores técnicas de pós-colheita e aumentando o conhecimento dos efeitos benéficos do consumo destes produtos.

2.7.2. Introdução Histórica – Cultura no Alentejo

Embora não seja possível calcular a data da introdução da ameixeira “Rainha Cláudia” na região do Alto Alentejo, parece ser certa a origem francesa do material cultivado na região (Pereira, 1970; Moraes, 1896; cit. por Barroso, 1990) e o facto de a cultura se ter expandido a partir da zona de Elvas para as regiões vizinhas. A cultura desta variedade na região realiza-se há centenas de anos, devido à associação com a doçaria regional, de que se conhecem relatos muito antigos.

De fácil propagação por pôlas, a cultura expandiu-se sobretudo pelas explorações familiares de pequena dimensão, constituindo em geral uma cultura secundária, que os agricultores aproveitavam sobretudo para o fabrico de passas e o consumo em fresco nas próprias explorações.

Segundo Barroso, *et.al.*, (1994), foi no início do séc. XX que se implantaram os primeiros pomares contínuos, sobretudo na região de Elvas. Embora não exista cadastro que confirme a área em cultura nesse período, a avaliar pela ordem de grandeza da produção de ameixa confitada e seca e de algumas das fábricas em funcionamento, existiriam largas dezenas de hectares cultivados.

Após a Segunda Guerra Mundial, a indústria de transformação entrou em crise, e a área de cultivo foi diminuindo, passando o fabrico de passas a ser o principal destino de produção. A inexistência de uma boa estratégia de comercialização provocou uma desvalorização das passas de ameixa, presentes em poucas quantidades em todo o mercado nacional, desmotivando os produtores e levando-os ao abandono gradual de plantação de novos pomares (Barroso, *et.al.*, 1994).

Segundo os mesmos autores, o consumo em fresco dos frutos “Rainha Cláudia” produzidos no Alentejo constituíam uma alternativa de escoamento, sendo uma preferência dos consumidores da região, e dos mercados de Lisboa e Porto. Contudo, a dependência dos produtores relativamente aos intermediários afetaram significativamente a sustentabilidade do produto e o interesse pela cultura. No início dos anos oitenta do século XX o património

pomológico ficou completamente degradado, resumindo-se a alguns milhares de árvores dispersos em zonas explorações marginais.

No entanto, a partir de 1986, quando a questão da vantagem competitiva de produtos regionais começou a ser encarada como economicamente rentável, foi retomada na região de Elvas a cultura dos produtos considerados com maior potencial, designadamente a vinha, o olival, e a ameixa “Rainha Cláudia”.

2.7.3. Características ecológicas da região

2.7.3.1. Características do solo

Não só pelas exigências específicas da espécie, mas sobretudo devido ao tipo de propagação antigamente utilizado – sem utilização de porta-excertos – o tipo de solo teve e continua a ter importância dominante na expansão da cultura. Em virtude da grande sensibilidade das árvores à má drenagem dos solos, a cultura foi-se associando principalmente aos solos sem problemas de maior nesse aspeto, o que acabou por beneficiar a própria qualidade dos frutos.

As manchas de solos onde a cultura hoje se caracteriza pela longevidade das árvores e sobretudo pela qualidade dos frutos, são as que correspondem às genericamente caracterizadas por Cary (1985) como as regiões dos Calcários e Barros do Alto Alentejo. Correspondem estas regiões a solos de razoável fertilidade, boa drenagem interna e bem providos de potássio e cálcio, elementos essenciais para uma boa qualidade dos frutos em prunóideas.

A região de calcários situada nos concelhos de Estremoz, Borba, Vila Viçosa e Sousel, corresponde a solos de tipo Vermelho Mediterrânico (Pvc e Vcc) derivados de rochas calcárias, em geral profundos, ainda com bastantes afloramentos rochosos, e constitui um autêntico solar para a Ameixeira Rainha Cláudia. Os frutos dos pomares aqui instalados sempre mereceram a preferência dos agricultores e industriais de Elvas, devido à sua excecional qualidade.

A Região dos Barros do Alto Alentejo, que se estende sobretudo pelos concelhos de Elvas, Campo Maior e Fronteira, corresponde a solos de muito boa fertilidade, profundos,

derivados de xistos, mas que devido à sua textura mais fina se apresentam mais compactos e com uma drenagem interna inferior à dos calcários. Nesta região, os pomares são em geral mais produtivos, mas a qualidade dos frutos é ligeiramente inferior.

2.7.3.2 Recursos hídricos

A disponibilidade de recursos hídricos nas regiões referidas é muito diferente. Na região de calcários e em virtude da sua geologia, a captação de águas superficiais é muito difícil, sendo forçoso o recurso à realização de poços ou furos artesianos, o que limita fortemente a expansão das áreas cultivadas, devido à escassez de água obtida por este meio.

Por outro lado, na região de barros, os solos são mais compactos, apresentando uma drenagem interna deficitária, mas no entanto na região de Elvas e Campo Maior a disponibilidade de água para rega é um problema menor, devido à existência do perímetro de rega do Caia.

2.7.3.3 Características do Clima

De um modo geral, pode classificar-se o clima da região como um clima mediterrânico de feição continental. Entre as características mais importantes, na medida que condiciona a adaptação da cultura da ameixeira Rainha Cláudia à região, importa referir o número anual de horas com temperatura abaixo de 7° C, que varia entre 600 na região de Borba, e 800 na região mais inferior de Campo Maior.

A data da última geada é também um importante registo climático, dado que, ao afetar a floração, influencia a regularidade da produção da variedade. No entanto, no início de abril, data da floração da Rainha Cláudia na região, o perigo de geadas é quase nulo, sobretudo na região de Borba.

A precipitação é outro fator que pode causar sérios problemas à cultura, não só por dificultar a polinização, mas também por ser responsável pelo aparecimento de doenças criptogâmicas de difícil combate. No entanto, observações de muitos anos permitem constatar que a probabilidade de ocorrência de chuvas neste período é bastante reduzida, não ultrapassando 10%.

As temperaturas nos meses de junho e julho, período de maturação dos frutos, são bastante altas, chegando a atingir 35° C na última quinzena de julho. As temperaturas altas neste período são essenciais para a acumulação de açúcar nos frutos, fator de qualidade muito importante desta cultura.

2.7.3.4 Evolução da área cultivada. Cadastro atual

No estudo de zonagem da ameixeira efetuada por A.M. Pereira em 1954, refere-se a existência de 70.372 árvores em produção nos concelhos de Elvas, Borba e Estremoz. Em 1986, o cadastro então efetuado pela Direção Regional de Agricultura do Alentejo só já dava conta de existência nos mesmos concelhos de cerca de 47.000 árvores. Isto corresponde a um decréscimo de cerca e 33%. Como anteriormente referido, este decréscimo ficou a dever-se sobretudo à crise que afetou a indústria da transformação nas décadas de cinquenta e setenta.

A partir de 1986, verificou-se um novo interesse na cultura, motivado sobretudo pelo interesse na potencial vantagem competitiva de produtos regionais, estimulada pelos incentivos dos fundos estruturais da CEE e pelo dinamismo da recém-criada Associação de Produtores, que se empenhou em divulgar as modernas técnicas de instalação e condução de novos pomares junto dos agricultores da região. Como resultado, a área de pomar aumentou em 6 anos de 80 ha para 300 ha, traduzindo-se na aposta de instalação de uma forte agro-indústria regional capaz de valorizar a cultura e criar uma boa alternativa para a agricultura da região.

Apesar deste sucesso, grande parte destas iniciativas no domínio agroindustrial na região estão mais uma vez, em vias de desaparecer. As razões que podem estar na base deste declínio e possíveis formas de o contrariar constituem o objetivo central deste trabalho.

Atualmente, existe um registo de 276,53 ha de várias cultivares de ameixa no Alto Alentejo. No entanto, constata-se que existem também muitos hectares dispersos em pequenas quintas, mas que não têm qualquer registo.

2.7.4. Transformação

As “Ameixas D’Elvas”, frutos confitados da Rainha Cláudia, produzidos na região de Elvas, têm desde há muito tempo contribuído significativamente para o conhecimento da região em todo o país e em diversas partes do mundo.

A região de Elvas foi o berço onde este tipo de doçaria se desenvolveu, tendo a receita sido transmitida ao longo de séculos entre gerações, sobretudo de forma verbal. Pelas raras referências escritas mais antigas chegadas até aos dias de hoje sobre a doçaria dos nossos antepassados nesta região, parecem ter sido os conventos de Elvas os principais e primeiros responsáveis pela transformação de ameixa.

Assim, tudo leva a crer terem sido as freiras do Convento da Nossa Senhora da Consolação ou Dominicanas, em 1528, as precursoras artesãs daquelas que décadas mais tarde viriam a ser conhecidas como “Frutas de Elvas”, em especial as “ameixas cobertas”, que eram feitas por encomenda nos conventos. Nessa distante época, o seu fabrico destinava-se quase exclusivamente a consumo próprio ou a obsequiar famílias protetoras e amigas dos conventos ou importantes personagens que visitavam a região.

Por outro lado, a célebre e afamada doçaria Elvense fazia parte obrigatória dos mais requintados banquetes de Reis e Príncipes, Fidalgos e Cabos de Guerra, ilustres homens de Ciência e Literatura, que visitavam a região ou eram alvo de deferência. Conta-se que entre outros ilustres, Lord Wellington durante a sua permanência, como comandante do exército Luso-Inglês empenhado na guerra peninsular, no início do século XIX, exigia que à sua mesa do quartel-general, montado na herdade da Gramicha (São Vicente, Concelho de Elvas), estivessem sempre presentes as “Ameixas D’Elvas”. No entanto, só no verão de 1834 se deu início, em modestas condições, a esta indústria, que viria anos mais tarde a projetar a nível mundial o nome de Elvas e de Portugal.

2.7.5. Indústria

Ficou na história de Elvas a figura ímpar de José da Conceição Guerra, iniciador desta atividade industrial no ano de 1834, que com apenas 23 anos de idade deu começo à atividade com 45 kg de ameixa numas improvisadas instalações na Rua João de Olivença. Através do progressivo aumento da capacidade produtiva e das soluções técnicas implementadas,

passados trinta anos a fábrica processava 27 toneladas de ameixa por ano, mantendo uma rigorosa política de qualidade, chegando a atingir, no princípio do século XX, 75 toneladas de ameixa confitada anualmente (Barroso, et. al., 1994).

A partir de 1892, a fabricação começou a ser menos artesanal e mais mecanizada, depois da instalação de uma unidade de vapor e de várias cubas de cobre com capacidade de 50 kg cada, que coziavam a ameixa em 10 minutos. A confitagem passou a ser feita através de um processo contínuo de “pontos” sucessivamente mais concentrados, permitindo uma maior laboração, incomparavelmente mais rápida.

Esta indústria transformou-se rapidamente num importante polo de emprego na região, contribuindo para o bem-estar social de um grande número de famílias elvenses, onde o emprego estava habitualmente confinado aos trabalhos agrícolas.

Contudo, as alterações no modo de fabricação não alteraram a qualidade do produto, e a confirmá-lo estão os numerosos prémios obtidos em exposições nacionais e internacionais ao longo de mais de 100 anos de existência, nas mais variadas partes do mundo. Tendo sido premiada pela primeira vez em 1855 em Paris, com a Medalha de cobre de Napoleão III, ainda em vida do seu fundador recebeu mais 17 medalhas, a que se juntaram outros 185 prémios e medalhas de ouro, prata e cobre, conforme ilustra o Anexo I (p. 120).

Como curiosidade e prova do interesse regional desta indústria, num período de algumas dezenas de anos, abriram e fecharam em Elvas, mais de 50 fábricas, que por falta de técnica e outras razões, não se tornaram competitivas. Um dos maiores problemas que podem justificar esta situação poderá ter a ver com a necessidade de um grande investimento inicial e da sazonalidade que a caracteriza: no Verão é necessário um grande investimento com a aquisição de matéria-prima e a mão-de-obra, que só começa a ter retorno 4 a 5 meses depois; por outro lado, é necessário encontrar soluções que rentabilizem as instalações fabris fora da época da transformação das “Ameixas D'Elvas”.

Em 1919, Manuel Candeias fundou a empresa “Frutas Doces”, que em 1970 passou para o seu afilhado Mário Renato Conceição, a quem sucedeu em 1999 o seu filho Luís Silveirinha da Conceição, que mantém atualmente a indústria de confitagem de ameixa com utilização do método tradicional.

Outra empresa em Elvas a transformar este produto é a “Artesanal Frutas”, cujo proprietário, um jovem elvense, seguiu a partir de 2010 a arte do pai. A APPACDM (Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental de Elvas), também fabrica as célebres ameixas.

No entanto, a única empresa a transformar a Ameixa certificada com Denominação de Origem Protegida é a “Confibor- Transformação Agro-Alimentar, Lda, com sede em Estremoz. Por outro lado, a Ameixa D'Elvas (DOP) em fresco é produzida e comercializada pelo Agrupamento de Produtores: “FRUTECO-Fruticultura Integrada S.A, com sede em Borba.

2.7.6. Embalagem

A embalagem, em caixas de cartão e também em madeira, valorizaram significativamente o produto, cativando o interesse do consumidor.

Até 1856, os forros das caixas eram simples, mas foram posteriormente sendo substituídos por forros em relevo, impressos a ouro sobre papéis de cor. Em 1867, iniciou-se a importação de forros, feitos por processo mecânico de impressão dos bordados numa casa em Paris.

Os modelos de embalagem foram-se modificando e multiplicando, conforme a apetência dos mercados. Desde os decorados com motivos e paisagens regionais, passando pelos mais variados e coloridos desenhos e pinturas de quadros célebres, naturezas mortas e diversas figuras, até à velha tradição conventual de recorte de papel, executado por artistas artesãos com uma grande sensibilidade artística, constituíram um fator de afirmação do produto no mercado, no qual os industriais se empenharam. Estas obras de arte artesanal, abertas à tesoura com embutidos de papel de cores eram quase exclusivamente exportados para os EUA. Esta via de exportação não permanece, por um lado porque deixou de se exportar ameixa para os EUA, por outro, porque o saber-fazer não foi transmitido às gerações seguintes, atualmente não existe ninguém com conhecimentos para dar continuidade a esta arte. A forma das caixas variava entre o redondo, o oval e o retangular. As caixas em madeira retangulares e distinguiam-se pelo tamanho e pelo maior ou menor luxo na sua confeção.

Figura 10 - Papel recortado



Fonte: A Arte do Papel Recortado (1967)

Atualmente, as ameixas são comercializadas em caixas de cartão ou madeira, redondas ou retangulares. Para as ameixas em calda, utilizam-se boiões de vidro com tampas cobertas com arrendado de pano ou tampas metálicas correntes.

2.7.7. Mercados

2.7.7.1. Mercado Nacional

A Ameixa D'Elvas (confitada) é vendida no comércio tradicional, e nas médias e grandes superfícies.

A Ameixa D'Elvas (fresco) é vendida para a grande distribuição (Pingo Doce, Jumbo, Pão de Açúcar e Continente, entre outros).

A Ameixa Rainha Cláudia (produto comercializado não certificado) é vendida para o mercado grossista (MARL- Mercado Abastecedor da Região de Lisboa, entre outros).

2.7.7.2. Mercado Internacional

O primeiro e principal mercado externo foi o do Reino Unido e a sua Casa Real, seguindo-se os EUA, Brasil e outros países da América Latina, países Europeus e Asiáticos, conforme se pode observar pelos prémios internacionais obtidos. Atualmente a exportação é feita sobretudo para o Reino Unido e Espanha, e ocasionalmente para França.

Segundo informação da FRUTECO-Fruticultura Integrada S.A, em 2012 foram exportadas 40 toneladas de Ameixa Rainha Cláudia e em 2013, 35 toneladas. Da quantidade referida, parte foi faturada diretamente pela FRUTECO ao estrangeiro, tendo a restante sido vendida a um intermediário português, que efetuou a sua exportação, em conjunto com outros frutos.

2.7.8. Certificação de Denominação de Origem Protegida (DOP)

2.7.8.1 Ameixa D'Elvas - Denominação de Origem Protegida

Em 1994, a Ameixa D'Elvas, recebeu o Certificado de Denominação de Origem Protegida (DOP)³⁶, pela sua especificidade quer ao nível das condições de produção da Rainha Cláudia Verde na Região, quer ao nível das tecnologias de transformação, tanto de secagem como de confitagem, e o facto de a mesma matéria-prima ter três destinos diferentes: consumo em fresco, passas e frutos confitados, todos eles com características particulares tornando-os diferentes dos provenientes de outras regiões.

Determinante para a atribuição da Certificação DOP, para além da tradição da cultura e das condições ecológicas da região, foi também o fator humano e a longa experiência dos artesãos, que souberam conservar até à atualidade tão valiosas “receitas”, património de valor incalculável, que é o saber-fazer de umas quantas pessoas em matéria de secagem e sobretudo de confitagem da ameixa.

A denominação Ameixa D'Elvas apenas poderá ser utilizada pelos Produtores ou Transformadores autorizados pelo Agrupamento de Produtores detentor da denominação,

³⁶ Produto reconhecido de Denominação de Origem Protegida (DOP), pelo decreto n.º 49/94 de 20/01/94 e registado no regulamento CE n.º 1107/96 de 12/06/96.

tendo como contrapartida a obrigação do cumprimento das regras estipuladas no caderno de especificações, designadamente as condições de produção; condução de pomares, colheita de frutos, secagem, transformação e acondicionamento do produto.

A rotulagem da Ameixa D'Elvas deve cumprir os requisitos da legislação em vigor, mencionando a Denominação de Origem e ostentar a marca de certificação aposta pela respetiva entidade certificadora – Agricert - Certificação de Produtos Alimentares, Lda.

2.7.8.2 Descrição dos produtos

Os produtos comercializados com a designação “Ameixa D'Elvas são todos obtidos a partir dos frutos de clones regionais da variedade de ameixeira “Rainha Cláudia Verde”, cultivada na região de produção definida no ponto 2.2.8.3, e apresentam-se da seguinte forma:³⁷

- **“Ameixa D'Elvas” (em fresco)** – Frutos arredondados, ligeiramente achatados nos polos, de cor verde podendo apresentar leves tons amarelados e rosados, com diâmetro mínimo de 30mm, com teor de pelo menos 18% Brix na pré- maturação, completamente revestido de pruína de consistência na polpa de pelo menos 13lb/cm2. Polpa muito succulenta e de aroma intenso característico. O caroço é pequeno, não ultrapassando 1,1 gr.
- **“Ameixa D'Elvas” (passas)** – Frutos desidratados não apresentando mais de 23% de humidade, de cor castanho escura, sem feridas e com caroço, de consistência média a dura, ligeiramente ácidos, com pelo menos 67% de açúcares totais, sem vestígios de pedúnculo do fruto. Carnudos, inteiros e isentos de odores e sabores estranhos.
- **“Ameixa D'Elvas” (confitada)** - Frutos confitados contendo pelo menos 70% Brix, apresentando-se inteiros, com caroço, de cor verde escura, de forma arredondada podendo apresentar restos de pedúnculo do fruto. Na forma final podem apresentar-se secos, em calda e com cobertura de açúcar à superfície.

³⁷ Informação retirada do Pedido de Registo da Denominação de Origem. Proponente: Coabo-Cooperativa Agrícola de Borba, com a colaboração do Prof. João Mora Barroso (Universidade de Évora); Eng.º Carlos Guerra (DRAA) e Eng.º Joaquim Cortes (APAAA)

Figura 11 - Ameixa Confitada (em calda)



Fonte: Elaboração própria

2.7.8.3 Delimitação geográfica da região de produção

Devido à localização de pomares de “Rainha Cláudia Verde”, as condições de clima e de solo a que estão associadas, assim como a cultura da variedade e a qualidade dos frutos que se entende como características da região, a área de produção demarcada é delimitada pelos Concelhos de Elvas, Borba, Estremoz, Vila Viçosa, Sousel, Monforte, Alandroal e Campo Maior.

2.7.9. Evolução da produção, preços, calendário de produção e canais de comercialização de 2005 a 2014

2.7.9.1. Elementos envolvidos e respetivas produções

Através de uma consulta efetuada à Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural e à Agricert-Certificação de Produtos Alimentares, Lda, foi possível obter informação

do número de elementos envolvidos na produção, hectares e quantidades produzidas de Ameixa d'Elvas, de 2005 a 2014, conforme a tabela que se segue:

Tabela 10 - Elementos envolvidos e respetivas produções

Campanhas			2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
N.º Explorações			2	4	7	7	10	12	11	10	7
Área (ha)			17	29	40	40	65	65	59	50	39
Produção (Kg)	Confita da	Escorrida	5436	8734	7398	6028	5361	4094	4317	3832	3702
		Calda	10167	12323	13252	13604	14853	16120	14296	10116	12731
	Fresco		0	6671	52301	43230	44760	124610	57090	0	0

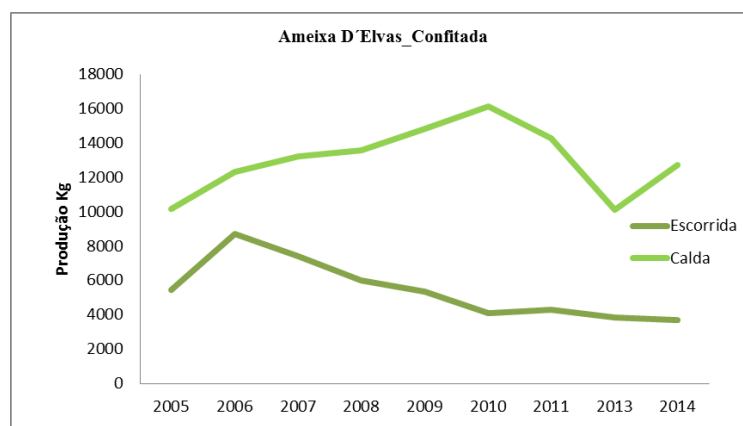
Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

Embora não seja possível determinar a área total de Ameixeiras Rainha Cláudia, a área máxima deste quadro (65ha) representa 23,5% da área de Ameixeiras registada na DRAP Alentejo (Anexo II, p. 121). As áreas referidas na tabela 1 representam os hectares de pomar certificados, em que parte da produção foi comercializada como DOP.

Da análise destes dados, verifica-se a partir de 2005 um aumento gradual do número de explorações de pomares de ameixa Rainha Cláudia, do qual resultou o alargamento dos hectares de produção controlada e certificada (só assim foi possível a comercialização dos produtos DOP). A partir de 2011, por determinações técnicas (onde se inclui, em alguns casos, o incumprimento do estabelecido nos cadernos de encargos), algumas áreas não foram submetidas a controlo de certificação.

No que se refere às quantidades da produção de Ameixa d'Elvas – comercializada como (DOP), observa-se um aumento substancial em Fresco a partir de 2006, aumentando também a Ameixa Confitada desde 2005, sem alterações significativas até 2010, sofrendo uma ligeira diminuição a partir de 2011, com perspectivas de crescimento do volume de vendas em 2013, atendendo que os valores apresentados se referem a março (valores reais na data em que foi facultada a informação) e a campanha 2013/2014 termina no mês de junho.

Gráfico 9 - Produção de Ameixa D'Elvas – Confitada, comercializada como DOP

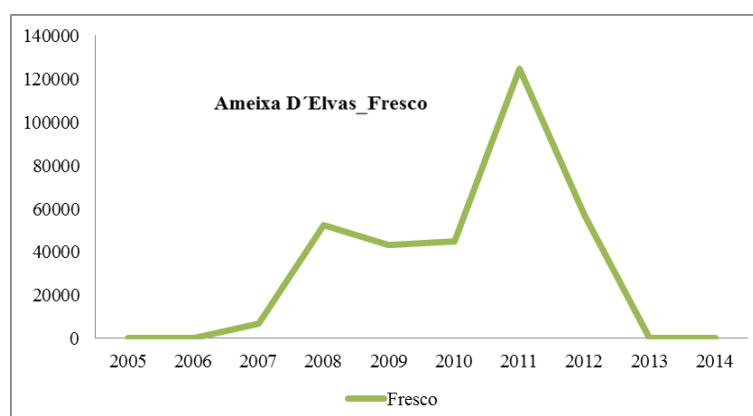


Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

Conforme demonstra o gráfico 1, a Ameixa D'Elvas Confitada é comercializada em maior quantidade em Calda que Escorrida. Essa preferência mantém-se ao longo dos anos.

As vendas não têm sofrido oscilações significativas desde a campanha de 2006/2007 à campanha de 2011/2012, com uma média de vendas anuais de 20.355 Kg, constatando-se uma redução de 25,08% na campanha de 2012/2013 em relação ao ano anterior.

Gráfico 10 - Produção de Ameixa D'Elvas – Fresco, comercializada como DOP



Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

O gráfico 10 reflete a evolução da produção de Ameixa D'Elvas em Fresco comercializada como DOP. A brusca redução em 2012 não significa a inexistência de produção de ameixa ou alguma adversidade agrícola, mas sim o facto da comercialização, por questões de interesse comercial, privilegiar os frutos não certificados. Este fenómeno está relacionado com várias questões: por um lado, existe por parte do Agrupamento de Produtores o objetivo de conseguir o melhor preço possível e um escoamento rápido da totalidade da produção, uma vez que não dispõe de equipamento de frio que garanta a longevidade do produto; por outro, os próprios produtores terem de recuperar o capital investido; e, finalmente, porque os grandes distribuidores têm interesse em vender ao menor preço possível, esmagando as margens da produção.

Segundo informação do Agrupamento de Produtores FRUTECO-Fruticultura Integrada S.A, a produção de Ameixa Rainha Cláudia na campanha 2012/2013 foi de 377.990 kg, e de aproximadamente 150.000 kg na campanha de 2013/2014. Esta redução deve-se essencialmente à chuva intensa da primavera de 2013, alteração climática anómala para a época, que prejudicou a produção.

Os Produtores acionistas do Agrupamento, cumprem com todas as regras exigidas pelo caderno de especificações da DOP, com o intuito de manterem as suas unidades de produção controladas e certificadas. No entanto, o Agrupamento de Produtores tem como objetivo certificar-se que essas regras são cumpridas, e garantir o escoamento de toda a produção a um melhor preço. O facto de os pomares reunirem as condições para que o produto seja certificado não obriga a que o produto seja vendido como tal, tudo depende da negociação com o cliente, no entanto, o processo de certificação tem custos que, no caso da venda ser feita como produto simples, não são compensados em termos de preço.

2.7.9.2. Preços mais frequentes

Na Tabela seguinte podemos comparar os preços praticados no mesmo período:

Tabela 11 - Preços mais frequentes de Ameixa D'Elvas – Fresca e Confitada

Ano	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Preço/ Kg	Confitada	10,00	9,03	9,21	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	???
	fresco	10,00	1,68	1,47	1,50	1,35	1,40	1,38	1,35 1,70	??? ???

Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

Entre 2005 e 2013, o preço de Ameixa D'Elvas confitada oscilou entre 10€ e 9€, por quilograma. No entanto, a partir de 2008, o preço por kg da ameixa confitada não tem sofrido alterações

Por outro lado, o preço de Ameixa D'Elvas foi mais alto em 2006, ano de início da comercialização em fresco e em que a produção foi menor. (Tabela n.º1). A partir daí, e acompanhando o aumento da produção, os preços por kg têm vindo gradualmente a diminuir. A diminuição do preço revela que não tem havido estratégia no sentido de acrescentar valor ao produto, estando o preço exclusivamente dependente da lei da oferta e da procura e da pressão da distribuição.

Os valores indicados para o produto em fresco, para 2012 e 2013, correspondem ao Preço de Venda da FRUTECO para a Ameixa Rainha Cláudia, ou seja, ameixa em fresco não comercializada como DOP. O aumento do preço em 26% no ano de 2013, relativamente a 2012 deveu-se sobretudo à diminuição da oferta em cerca de 40% devido às condições climáticas anómalas que se verificaram nesse ano.

A Campanha de 2014 teve início em junho, pelo que os valores apresentados são apenas previsionais, não havendo qualquer referência formal.

2.7.9.3. Calendário de comercialização 2005-2014

A produção de Ameixa Rainha Cláudia é sazonal, sendo o período de colheita de julho a setembro. No entanto, a produção de Ameixa Confitada é efetuada durante todo o ano. A calendarização da Campanha de Produção não é coincidente com a Campanha de Negócio, e por este motivo a Agricert – Certificadora de Produtos Alimentares, Lda, estipulou que o período de cada Campanha vai de junho de um determinado ano (início da produção desse

ano) até maio do ano seguinte (quando termina o negócio referente à produção iniciada no ano anterior).

Tabela 12 - Calendário de comercialização de Ameixa D'Elvas - Confitada – Escorrida (%)

Meses/Campanha		jun	jul	ago	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai
Ameixa D'Elvas Confitada _ Escorrida	2005/2006	2	3	6	20	16	8	24	6	3	5	0	7
	2006/2007	5	0	1	16	20	5	21	16	8	3	3	2
	2007/2008	4	12	1	15	19	22	13	4	2	3	5	2
	2008/2009	2	3	3	5	29	25	21	3	2	3	5	2
	2009/2010	3	2	4	14	13	30	24	2	0	2	4	1
	2010/2011	3	4	1	15	10	36	19	2	2	3	3	3
	2011/2012	2	3	3	16	11	29	23	1	2	2	3	4
	2012/2013	2	4	2	21	10	25	21	4	1	4	3	2
2013/2014	3	4	3	18	21	22	22	2	3	3	X	X	

Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

Embora a Ameixa D'Elvas Confitada – Escorrida seja comercializada durante todo o ano, verifica-se no entanto um maior consumo durante o inverno, havendo uma grande procura durante a quadra natalícia.

Tabela 13 - Calendário de comercialização de Ameixa D'Elvas – Confitada-Calda (%)

Meses/Campanha		jun	jul	ago	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai
Ameixa D'Elvas Cofitada Calda	2005/2006	8	16	6	7	14	1	20	8	2	5	0	12
	2006/2007	6	14	10	2	4	18	12	4	2	5	4	20
	2007/2008	5	3	9	3	10	12	17	9	4	21	5	3
	2008/2009	11	11	6	3	7	6	20	5	8	14	4	6
	2009/2010	6	7	3	3	16	5	14	4	10	20	7	6
	2010/2011	2	3	5	7	24	10	15	5	2	19	4	3
	2011/2012	8	8	16	1	15	1	12	5	7	18	5	5
	2012/2013	5	12	7	6	13	7	17	9	5	8	8	5
2013/2014	3	8	4	3	14	14	19	9	12	13			

Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

O consumo de Ameixa D'Elvas Confitada – em Calda incide sobretudo sobre os meses de março, e de outubro a dezembro, ou seja, durante a Páscoa e Natal.

Tabela 14 - Calendário de comercialização de Ameixa D'Elvas – Fresco (%)

Meses/Campanha	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai
Ameixa D'Elvas Cofitada – Fresco	2005/2006	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	2006/2007	0	15	85	0	0	0	0	0	0	0	0
	2007/2008	0	13	79	8	0	0	0	0	0	0	0
	2008/2009	0	25	75	0	0	0	0	0	0	0	0
	2009/2010	0	43	57	0	0	0	0	0	0	0	0
	2010/2011	0	14	64	22	0	0	0	0	0	0	0
	2011/2012	0	28	70	2	0	0	0	0	0	0	0
	2012/2013	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	2013/2014	0	0	0	0	0	0	0	0	0		

Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

A Ameixa D'Elvas – em Fresco – produto sazonal, comercializado nos meses de julho a setembro, época de estado de maturação em que o fruto adquire o teor, consistência e demais características exigidas no caderno de especificidades da DOP.

2.7.9.4. Modalidades de Escoamento (canais de comercialização)

Tabela 15 - Modalidades de escoamento - Canais de Comercialização (%)

Modalidades de escoamento		Anos								
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Comércio Tradicional	Ameixa Cofitada	30	60	66	60	60	60	60	60	60
Venda direta ao consumidor		10	0	0	2,5	0	2	5	5	5
Intermediários		10	0	0	5	5	3	5	5	5
Médias e grandes superfícies		45	30	22	30	30	30	25	25	25
Outros		5	10	12	2,5	5	5	5	5	5

Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

A Comercialização de Ameixa Confitada é feita essencialmente no comércio tradicional, diminuindo significativamente a partir de 2005 a venda direta ao consumidor final. No canal de escoamento designado por “outros”, inclui-se a percentagem correspondente à exportação, que desde 2009 não tem sofrido alteração.

Tabela 16 - Modalidades de escoamento - Canais de Comercialização (%)

Modalidades de escoamento		Anos								
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Comércio Tradicional	Ameixa Fresco									
Venda direta ao consumidor										
Intermediários										
Médias e grandes superfícies			100	100	100	100	100	100	89	66
Outros									11	23

Fonte: Fonte: Elaboração própria baseada nos relatórios da Empresa Gestora da DOP

A venda de Ameixa D'Elvas em Fresco teve início em 2006, como foi referido anteriormente, sendo a sua comercialização, até 2011, totalmente feita através das Médias e Grandes Superfícies.

Embora parte dos pomares de Ameixa Rainha Cláudia cumpram o estabelecido em caderno de encargos da DOP, a produção foi comercializada na sua totalidade como fruto simples, conforme referido na análise do gráfico 2, sendo de 89% e 66% em 2012 e 2013 respetivamente para as Médias e Grandes Superfícies do mercado nacional e, 11% e 23% nos mesmos períodos para o mercado externo (Reino Unido e Espanha essencialmente). De salientar que das percentagens referidas, apenas uma pequena parte foi realizada pelo Agrupamento de Produtores, sendo na sua maioria efetuada por intermediários.

2.8 Análise Estratégica – SWOT

Os estrangulamentos e potencialidades estão sintetizados na tabela seguinte:

Tabela 17 - Linhas de Orientação Estratégica - Análise SWOT

Ameaças (T)	Oportunidades (O)
T1 - Risco de descontinuidade da atividade e eventual redução de capacidade de aderir à inovação (associado ao envelhecimento do setor) T2 - Excessiva dependência relativamente às grandes superfícies T3- Consumidores ainda pouco informados sobre o processo de reconhecimento comunitário e os produtos com nome protegido T4 – Desinteresse das Grandes Superfícies pelo Produto DOP – vertente Fresco	O1-Tendência de aumento da procura relacionada com o crescente preocupação dos consumidores com a qualidade e segurança alimentar, bem como a valorização dos produtos regionais nomeadamente com nome protegido O2 – Nome protegido, impossibilitando a introdução no mercado de produtos substitutos O3- Apetência do mercado étnico (Alentejanos no exterior) pelos produtos regionais, como atesta o sucesso da banca de vendas realizada semanalmente na Casa do Alentejo, em Lisboa O4- Possibilidade de utilização na restauração como meio de promoção junto dos visitantes (turismo de passagem) O5 - Alternativa para o emprego de alguma mão-de-obra da região (com diferentes níveis de qualificação). O7 - Interesse demonstrado por alguns grupos económicos da área da distribuição pelos produtos com nome protegido
Pontos Fracos (W)	Pontos Fortes (S)
W1- Custo de produção elevados; W2- Custos associados às exigências burocráticas do processo de controlo e certificações (sobretudo para produtores com menos capacidade produtiva e técnica) W3 - Sazonalidade da produção W4 - Défice de associativismo W5 - Meios de distribuição insuficientes para atingir alguns mercados W6 - Falta de poder negocial dos produtores, nomeadamente na sua relação com um mercado dominado pelos grandes distribuidores W7 - Reduzido peso nas exportações	S1 - Cultura perfeitamente adaptada às condições edafoclimáticas da Região S2 - DOP S3 - Atividade com forte tradição na Região, de que decorre um valioso saber-fazer no domínio da produção S4 - Boa qualidade das matérias-primas e dos produtos S5- Razoável rendibilidade do setor S6 - Boa imagem dos produtos no mercado S7 - Grandes superfícies garantem o escoamento da produção e a presença nas várias regiões dos produtos (apenas para o produto confitado) S8 - Incentivos Financeiros S9 - Aumento de turistas devido à divulgação da cidade como Património Mundial da Humanidade

Fonte: Elaboração própria baseada na informação recolhida ao longo da investigação

Esta análise corresponde sobretudo ao cenário de 2004, havendo naturalmente necessidade de fazer uma atualização, atendendo a que há fatores que sofreram alterações significativas.

CAPÍTULO III – METODOLOGIA

3. Introdução

Finalizada a abordagem teórica, onde foi feita:

- Uma breve análise à dimensão do território agrícola nacional, avaliando o respetivo peso na economia e a sua posição relativa comparativamente com os demais Estados Membros da União Europeia (EU), a evolução, os efeitos e resultados da Política Agrícola Comum (PAC); da importância dos produtos protegidos; e do contributo das atividades não agrícolas para o desenvolvimento do território;

- A análise à evolução da Produção e da Ameixa D'Elvas (DOP), desde a data da atribuição da respetiva certificação;

Chegou o momento de passarmos à descrição do processo de recolha e análise de dados empíricos.

Assim, neste capítulo, iremos clarificar os métodos e técnicas utilizadas na investigação dos objetivos definidos, procurando dar resposta às perguntas de investigação, com vista a perceber como a produção e comercialização da Ameixa D'Elvas contribui para o desenvolvimento do território, de que modo os *stakeholders* locais (agroindustriais, agricultores, setor associativo, distribuidores e representantes do poder local) interagem entre si, e se existem ou não relações de cooperação entre as várias partes interessadas.

3.1. O Plano de investigação

De forma a facilitar a recolha da informação necessária, apoiámo-nos nos seguintes métodos: análise documental e entrevista semiestruturada (Sarmento, 2008) e uma amostra de respondentes selecionada com base no mapeamento prévio das partes interessadas.

No âmbito do processo de recolha de informação, foram efetuadas várias visitas a Unidades de Produção/Transformação de Ameixa e Explorações Agrícolas da Ameixeira Rainha Cláudia nos concelhos de Elvas e Estremoz.

Através destas visitas, ficámos por um lado com a percepção da realidade dos factos no terreno e, por outro, foi possível conquistar a confiança dos produtores que assim cederam a informação essencial à atualização de dados e à realização deste estudo.

A análise documental ocorreu ao longo de todo o processo de investigação e baseou-se fundamentalmente em documentação técnica sobre a Ameixa D'Elvas.

Por último, mas não menos importante, o método inquisitivo, que teve por base a realização de entrevistas semi-diretivas³⁸ As entrevistas foram realizadas a Agricultores, Produtores/Transformadores, Distribuidores, e Entidades Públicas e Privadas, através das quais foi possível recolher informação e opiniões de diversos atores com intervenção direta ou indireta nos processos de produção e comercialização da Ameixa D'Elvas.

Com vista a alcançar os objetivos definidos, as entrevistas contemplam três dimensões:

- I- Dimensão da Valorização do Produto – com o intuito de perceber como tem evoluído a produção, como é feita a distribuição, a importância que o produto tem na valorização do território, e a perspetiva futura das partes interessadas;
- II- Dimensão da Comunicação – para perceber se os *stakeholders* comunicam entre si, ou se estão isolados, e porquê;
- III- Dimensão de Cooperação Horizontal e Vertical – para perceber se as partes interessadas cooperam entre si, real ou potencialmente, tanto em termos horizontais (entre partes), como verticais (partindo da percepção de distancia hierárquica).

3.2. Entrevistas

Foram realizadas vinte e duas entrevistas semi-diretivas³⁹, desenhadas por forma a garantir todos os temas previamente definidos em guião (Anexo III, p. 122) eram abordados mas, simultaneamente “*deixar andar o entrevistado para que este possa falar abertamente, com as palavras que desejar e pela ordem que lhe convier*” (Quivy e Campenhoudt, pág.192). Quase todas as entrevistas foram realizadas presencialmente e gravadas, à exceção de duas, uma a uma entidade agroindustrial e uma outra a uma entidade pública. No primeiro

³⁸ Segundo Quivy e Campenhoudt (2008), entrevistas semi-diretivas são aquelas que, através de uma série de perguntas-guia, pretendem obter a informação por parte do entrevistado, podendo originar outras questões de discussão.

³⁹ Entrevistas realizadas entre fevereiro e abril de 2014

caso foram tiradas notas, no segundo caso, as perguntas do guião foram respondidas por escrito.

Quivy e Campenhoudt (2008) estabelecem três possibilidades de realização de entrevistas: aplicá-las à totalidade da população, ou apenas a uma amostra representativa ou, por último, estudar componentes características de uma população.

A nossa escolha recaiu sobre a terceira possibilidade, optando-se por recolher informação de uma amostra de atores sociais ligados, direta ou indiretamente, aos processos de produção e comercialização da Ameixa D'Elvas. Os intervenientes foram agrupados conforme o seguinte quadro:

Tabela 18 - Características dos entrevistados

Grupos	Entrevistado	Localidade
Grupo I - Transformadores	E1	Elvas
	E2	Elvas
	E3	Elvas
	E4	Estremoz
Grupo II - Agricultores	E5	Rio de Moinhos e Arcos
	E6	Elvas
Grupo III - Entidades Privadas	E7	Borba
	E8	Elvas
Grupo IV - Entidades Públicas	E9	Elvas
	E10	Elvas
	E11	Portalegre
Grupo V - Distribuidores	E12	Elvas
	E13	Elvas
	E14	Elvas
	E15	Elvas
	E16	Elvas
	E17	Elvas
Grupo VI - Restaurantes	E18	Varche-Elvas
	E19	Elvas
	E20	Elvas
	E21	Elvas
	E22	Elvas

Fonte: Elaboração própria

No sentido de garantir a confidencialidade solicitada por um dos transformadores, os entrevistados são identificados pela letra “E” e enumerados.

O Grupo I é constituído pela amostra de entrevistas aos transformadores: Confibor - Transformação Agroalimentar, Lda; “Frutas Doces” de Luís Silveirinha Conceição; “A Nossa Empresa” da APPACDM – Associação de Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental de Elvas, e “Artesanal Frutas, Lda”.

O Grupo II é a amostra de agricultores: o entrevistado E5 é proprietário de duas explorações com o maior número de hectares de pomares Rainha Cláudia e o entrevistado E6 possui uma pequena exploração com 4 hectares da mesma cultura em Elvas.

O Grupo III corresponde ao grupo das Entidades Privadas, em que os entrevistados são: A “FRUTECO-Frusicultura Integrada, S.A.”, Agrupamento de Produtores e Detentores da Certificação DOP da Ameixa D'Elvas; e a “Agricert – Certificação de Produtos Alimentares, Lda, empresa responsável pelo registo e controlo da certificação.

O Grupo IV corresponde à amostra das Entidades Públicas. Neste Grupo foram entrevistados: a Câmara Municipal de Elvas, a Escola Superior Agrária de Elvas e a “Ader-Al, Associação de Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejano.

O Grupo V corresponde à amostra dos Distribuidores; “Grupo Sonae - Supermercado Continente de Elvas”; “Supermercado Alentejo e Loja Gourmet do Grupo Nabeiro”; “Fino Gosto - Produtos Tradicionais e Desenvolvimento Rural”; “Mãos do Sul - Luís Cachola & Ana Morais, Tur., Cult., Lda”; “Galeria de Arte de Elvas – Arte, Souvenirs & Gourmet”.

O Grupo VI corresponde à uma amostra de Restaurantes da Região: Restaurante a Adega Regional; Restaurante D. Januário-Varchotel, Empreendimentos Hoteleiros, Lda; Restaurante O Lagar; Restaurante Onofre e Restaurante Troya Caffè.

Após a realização, as entrevistas foram integralmente transcritas e sujeitas a análise temática de conteúdo (Bardin, 1994).

3.3. Considerações sobre o capítulo

No presente capítulo clarificamos a metodologia usada na investigação empírica sobre a produção e comercialização da Ameixa d'Elvas. O conhecimento obtido através da análise documental e pela informação recolhida através das entrevistas permitiu-nos estabelecer

importantes e fundamentadas conclusões, para as quais contribuíram os dados que passaremos a apresentar.

CAPÍTULO IV – ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

4. Introdução

Tendo como base a metodologia referida no capítulo anterior, iremos de seguida analisar e discutir a informação recolhida, salientando as ideias mais relevantes para a investigação.

As entrevistas tiveram como objetivo a recolha de informação qualitativa de alguns intervenientes no processo de produção e comercialização da Ameixa D'Elvas.

4.1. Apresentação dos resultados

Tendo como base a metodologia referida no capítulo anterior, iremos de seguida analisar e discutir a informação recolhida, salientando as ideias mais relevantes para a investigação.

As entrevistas tiveram como objetivo a recolha de informação qualitativa de alguns intervenientes no processo de produção e comercialização da Ameixa D'Elvas.

A análise das entrevistas permitiu determinar duas categorias: Valorização e Cooperação. No geral, 681 expressões textuais foram codificadas, dando origem à construção de gráficos com base no número total de expressões significativas (Tabela 1).

Os principais resultados são apresentados em forma de gráfico, para facilitar a leitura e mostrar a expressão quantitativa das percepções dos entrevistados sobre as categorias anteriormente mencionadas e alguns dos seus temas e subtemas.

4.1.1. Descrição da árvore temática

Na categoria Valorização, responsável pela maioria das expressões significativas, foram definidos quatro temas: Produção; Comercialização; Certificação e Estratégia. Destas temáticas, a Estratégia é a referida com maior frequência pelos entrevistados, com 30,69% das expressões significativas.

A categoria Cooperação abrange as temáticas: Colaboração e Comunicação, representando 19,82% e 11,75% das expressões codificadas, respetivamente.

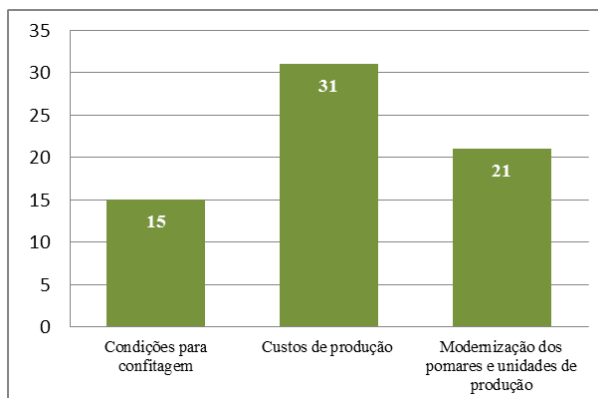
Tabela 19 - Árvore Temática

Categoria	Tema	Subtema	Total	%	
Valorização	Produção	Condições para confitagem	15	9,84	68,43
		Custos de produção	31		
		Modernização dos pomares e unidades de produção	21		
	Comercialização	Condições para venda a fresco	10	17,03	
		Consumo em fresco	7		
		Consumo de fruto confitado	10		
		Exportação	22		
		Redução consumo devido à crise	19		
		Distribuição	24		
		Concorrência	20		
		Maior consumo nas épocas festivas (Páscoa e Natal)	4		
		Certificação	Não certificação		
	Preferência do consumidor pela certificação		3		
	Indiferença do consumidor pela certificação		5		
	Relação Dimensão e certificação		19		
	Estratégia	Preparação técnica/ou ausência de conhecimento	45	30,69	
		Preferência do consumidor pela especificidade (tradição, história, qualidade)	56		
		Aversão ao risco	8		
		Ausência de estratégia	19		
		Presença de estratégia	20		
Ligação ao território		29			
Continuidade		20			
Inovação ou falta dela		6			
Valorização do produto		5			
Investigação & Desenvolvimento		1			
Cooperação	Colaboração	Apoio da Câmara	16	19,82	31,57
		Cooperação efetiva	27		
		Cooperação desejada	28		
		Ausência de participação	11		
		Ausência de cooperação	22		
		Distância hierárquica	7		
		Desconfiança	9		
		Desejo de participação	11		
		Individualismo	2		
		Bom relacionamento	2		
	Comunicação	Desejo de comunicação	9	11,75	
		Ausência de comunicação	9		
		Divulgação (comunicação e eventos)	62		
			681	100	100

Fonte: Elaboração própria

4.1.2. Produção

Gráfico 11 - Tema: Produção



Fonte: Elaboração própria

Para a confitagem de Ameixa, é fundamental que se exerça uma cuidada e experiente seleção da ameixa Rainha Cláudia: os frutos têm de ser frescos, consistentes, e a sua maturidade dentro dos parâmetros estabelecidos para a transformação, características que dependem das condições climáticas, mas também dos devidos cuidados com os pomares.

A inexistência das condições referidas (15) contribui para o aumento do preço da matéria-prima, que associado à quantidade de mão-de-obra necessária, têm um grande peso nos custos de produção (31). A modernização dos pomares e das unidades de produção são outras das preocupações dos produtores, com 21 expressões significantes.

“Todos os anos existe a preocupação com a aquisição da matéria-prima, a Ameixa Rainha Cláudia, embora não tenha ainda faltado, a realidade é que nuns anos existe em maior quantidade e qualidade que noutros, dependendo essencialmente do clima e do comportamento de alguns pomares. Existem pomares em que a árvore não tem o vigor necessário para transmitir ao fruto o calibre necessário, que é fundamental à transformação do produto, já que os frutos têm de ser robustos, dado serem utilizados por inteiro (...) atualmente já há quem esteja a arrancar pomares velhos e a replantar novos, isto porque aumentou a procura do fruto para consumo em fresco (...) A confitagem, por ser de fabrico artesanal, exige a utilização de muita mão-de-obra, fator determinante para o aumento dos

custos de produção (...) é um processo que deve ser respeitado, no entanto é difícil de gerir. Para além dos gastos mensais, a matéria-prima, por ser um produto sazonal, tem de ser adquirida em apenas dois meses para a produção anual, o que implica a estagnação de algum capital, verificando-se o retorno do investimento só passados vários meses (...). Deveriam existir linhas de crédito com juros mais baixos que permitisse o acesso ao financiamento para melhorar as unidades de produção e aquisição de novos equipamentos, quem sabe assim os jovens se motivassem a optar por esta atividade. (entrevistado – E1).

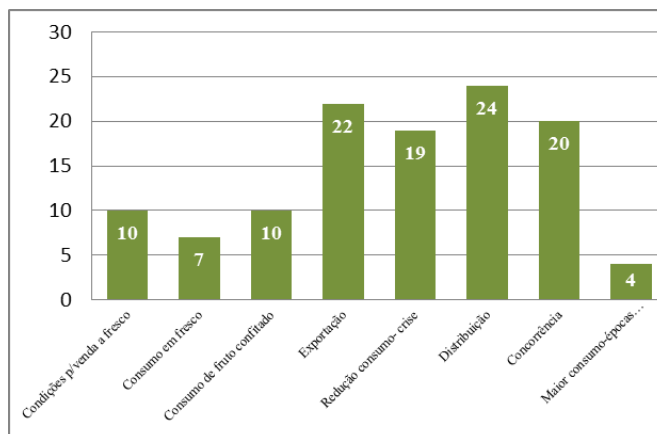
“Nem todos os pomares da zona delimitada dão boa ameixa para a confitagem, umas cozem bem outras não (...) se a temperatura aumentar bruscamente, o fruto amadurece rapidamente e já não serve para confitagem (...) (entrevistado E3).

“Os pomares existentes estão organizados e cuidados” (entrevistado E4).

“Mantêm-se as explorações com pomares de Ameixa Rainha Cláudia, mais organizadas, a produção por árvore desta cultivar é bem menor que outras cultivares de ameixeiras e exige mais cuidados, pelo que tem de existir na exploração outro tipo de culturas que colabore e alivie os custos associados à produção da Ameixa Rainha Cláudia, originados nomeadamente pela utilização de máquinas, estação de bombagem, etc.” (entrevistado E7).

4.1.3. Comercialização

Gráfico 12 - Tema: Comercialização



Fonte: Elaboração própria

Os entrevistados afirmam que o consumo da Ameixa em fresco (7) está a aumentar. Os dados apresentados no ponto 2.7.9.1 confirmam essa tendência, que no entanto não está a ser aproveitada, de comercialização do fruto certificado, por forma a diferenciá-lo e a criar valor no mercado perante a concorrência (20). A Ameixa confitada continua a ser procurada pelos turistas durante todo ano (10). Contudo, no mercado nacional, assiste-se a uma ligeira redução do consumo como reflexo da crise económica (19), constatando-se o maior volume de vendas nas épocas festivas (Natal e Páscoa) (4). Verifica-se alguma preocupação quanto ao futuro da Ameixa confitada, devido à idade das pessoas que têm o saber-fazer e por não se perspetivar a curto prazo o interesse dos jovens na aprendizagem dessa “arte”.

A distribuição (24) da Ameixa em fresco é feita essencialmente nas grandes superfícies, enquanto o fruto confitado é distribuído sobretudo no comércio tradicional; restaurantes e lojas *gourmet*, e também nas grandes superfícies.

Há uma perceção clara de alguma inquietação dos agroindustriais e do agrupamento de produtores pela concorrência (20) mas, aparentemente, pouco se está a fazer no sentido de valorizar o produto, diferenciando-o por forma a garantir uma posição no mercado.

No que concerne à exportação (22), os agroindustriais, à exceção do Gestor da DOP, afirmam não estar muito motivados a conquistar o mercado externo, pois para tal teriam de

produzir em muito maior quantidade, o que seria difícil de concretizar, devido por um lado à falta de capacidade de resposta das unidades de produção e, por outro, ao facto de que tal poderia colocar em causa a qualidade do produto. Outro fator relevante para a inviabilização da exportação é claramente a aversão ao risco, devida aos fracos recursos financeiros associados à dimensão das empresas. No entanto, as empresas que gerem a DOP, sendo empresas mais organizadas, procuram apostar no mercado externo, embora o Agrupamento de Produtores esteja a exportar o fruto fresco sem utilização da DOP.

“Ultimamente, tem aumentado a procura do fruto para consumo em fresco (....). O consumo de Ameixa confitada reduziu um pouco, como reflexo da crise. Os nossos maiores clientes são restaurantes, e a crise dos últimos anos reduziu o poder de compra das pessoas. A maior parte das pessoas que frequentam os restaurantes fazem a refeição, mas embora tenham vontade da sobremesa não a comem, porque o dinheiro não chega para tudo” (entrevistado E1).

“A Ameixa em fresco tem o futuro garantido, temos que comer algo, e a fruta é um dos alimentos essenciais para uma alimentação saudável, pelo que será sempre consumida. Na vertente confitada, apesar de haver procura, a curto prazo é provável que a oferta reduza muito, por inexistência de quem a saiba produzir, isto porque as pessoas que a fabricam já têm alguma idade e não estou a ver ninguém, nem mesmo os jovens, a querer aprender a técnica, o que pode colocar em risco o futuro de um produto tradicional com uma história de valor incalculável” (entrevistado E6).

“As vendas de Ameixa confitada fazem-se durante todo ano (...) os Turistas querem levar doces tradicionais para as famílias e amigos” (entrevistado E13).

“Ameixa não tem sido muito procurada pelos consumidores, provavelmente por ser um produto não muito divulgado e apelativo” (entrevistado E16).

“Sabe, o mal é que a cidade é pequena e acaba por haver concorrência desleal. (entrevistado E17).

“A passa de ameixa tinha muita procura a nível nacional, mas entretanto começou-se a importar passas de ameixa da Califórnia e do Chile, com outras variedades com tratamentos

de conservação diferentes, permitindo uma durabilidade enorme, que inundaram o mercado nacional, deixando a nossa ameixa passa para trás, e por isso se vende menos que em calda. Não está a ser aproveitada a oportunidade, está a dar-se demasiado espaço aos concorrentes" (entrevistado E1).

"Se existir um excesso de produto no mercado (se os espanhóis invadirem o nosso mercado), vender a Ameixa D'Elvas em fresco poderia ser um fator de diferenciação perante a concorrência (...), mas não estamos a educar o consumidor para isso (...). A DOP Ameixa D'Elvas tem uma fragilidade muito grande que se chama comercialização" (entrevistado E7).

"Nós não exportamos. Para fazer um produto com qualidade, num curto espaço de tempo em que o estado de maturação da fruta que é de 15 a 20 dias, tem de ser em pouca quantidade. Mesmo que existisse matéria-prima suficiente, não conseguiria produzir grande quantidade com a mesma qualidade. Se o Chinês me pedisse 20 ou 30 toneladas, já não saberia o que fazer, tinha de dizer que não." (entrevistado E1).

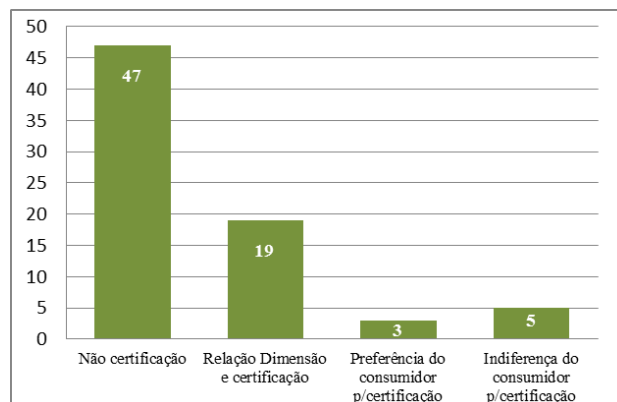
"Apenas tenho um cliente em Londres, mas para o ano não sei como vai ser já que ele demora muito tempo a pagar (...). Tenho recebido alguns contactos de Angola, mais concretamente de uns restaurantes em Luanda, mas para exportar, mas teria de conhecer bem as pessoas, ou ter alguém de minha confiança que fizesse o negócio" (entrevistado E3).

"Exportamos Ameixa confitada para Londres-UK, para a Fortnum & Mason" (entrevistado E4)

"Temos alguma exportação para a Espanha e a Inglaterra, e também alguns episódios isolados para França" (entrevistado E7).

4.1.4. Certificação

Gráfico 13 - Tema: Certificação



Fonte: Elaboração própria

No que concerne à certificação, claramente os produtores estão mais preocupados consigo próprios do que pelo interesse do consumidor nessa certificação.

Conforme demonstra o gráfico, para os entrevistados a dimensão das empresas é um fator determinante na certificação (19), que consideram ser um processo complexo, com demasiadas regras e com encargos inerentes insustentáveis para as microempresas. Opinam também que a certificação não tem muita relevância para o consumidor, essencialmente no que diz respeito à Ameixa (3).

“Para nós, pequenos, a certificação é quase impossível. Não estamos preparados para a burocracia da certificação (...) para mim a certificação, é mais uma forma do Estado conseguir mais impostos. Tudo o que se faz é a poder do dinheiro, eu como pequeno produtor, se não tenho dinheiro para certificar a minha ameixa, e portanto fico quieto. Isso implica seguir muitas regras, e só nos complica a vida (...). Quem consegue certificar o produto, como é o caso das empresas de maior dimensão, é capaz de ter duas ou três pessoas habilitadas a tratar da documentação necessária. Para nós, pequenos, isso baralha-nos. (...). O cliente prefere a etiqueta com o símbolo da certificação, que lhe garante que aquele produto é que é bom (...), se bem que o consumidor já percebeu que a certificação é mais um processo burocrático que um processo que se preocupe com a qualidade (...) a nossa Ameixa

não é certificada, por isso, apesar de produzirmos em Elvas, não podemos utilizar o nome Ameixa D'Elvas, mas isso preocupa-me pouco. Para mim, a melhor certificação é aquilo que faço com os conhecimentos que adquiri ao longo dos anos e de como as coisas eram feitas.” (entrevistado E1).

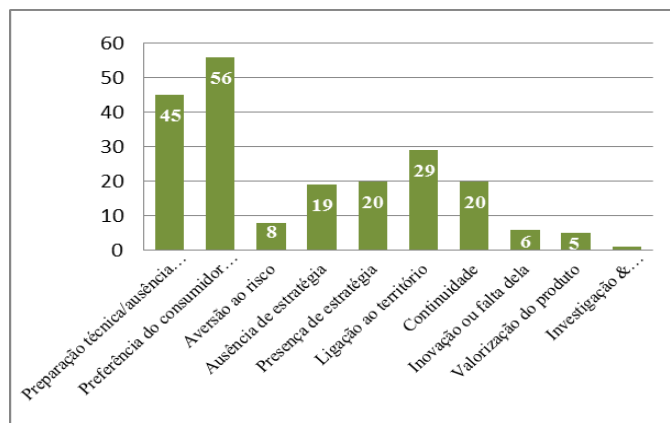
Não temos a nossa Ameixa certificada, derivado a ser um produto artesanal onde as quantidades de produção não podem ser como muita gente pensa, a uma grande escala. E também devido à burocracia que é necessária para poder ter um certificado, pois não se justifica neste tipo de produto.” (entrevistado E2)

“O meu produto não é certificado. Em tempos pensei na certificação, mas para certificar tinha de ter uma fábrica nova, e para isso o processo tinha de ser feito como eles querem e não como eu quero, que é dar continuidade ao trabalho dos meus antepassados. Ou seja, o produto iria ser desvirtuado, teria de abdicar do nome que lhe deram os meus antepassados para adotar o nome atribuído pela certificação.” (entrevistado E3).

“As pessoas ainda fazem muita confusão sobre o que é um produto certificado ou não. O consumidor ainda não está devidamente informado, tirando pequenos nichos de consumidores, mais esclarecidos, normalmente nas grandes cidades do litoral (...). Também ninguém explica ao consumidor o que é um produto DOP, e o consumidor, não sabendo, não está predisposto a pagar mais por isso”. (entrevistado E8).

4.1.5. Estratégia

Gráfico 14 - Tema: Estratégia



Fonte: Elaboração própria

Existe uma clara percepção da ligação ao território (29) e da preferência do consumidor pela especificidade e tradição (56). Os entrevistados manifestam uma grande preocupação relativa à continuidade do próprio negócio (20), nomeadamente quanto a quem queira adquirir conhecimento sobre as técnicas da confitagem e se interesse pela atividade (20). No entanto, não expressam grande interesse pela inovação (6) e Investigação & Desenvolvimento (1).

A aversão ao risco (8) e a ausência de conhecimento (45), não contribuem para a formulação de estratégias (19), impossibilitando a otimização de recursos e a valorização do produto (5).

“A Ameixa confitada é um produto único no mundo. É um produto muito enraizado na cultura da região, e as pessoas que o fabricam devem continuar com a atividade. O consumidor está muito interessado num produto tradicional e artesanal, que tenha história (...) é um produto que deve ser valorizado e não deve perder a sua credibilidade. (...) O produto produzido tem sido sempre escoado. Por vezes, se tivéssemos mais vendíamos mais também, mas isso acaba por ser uma incógnita (...) Deve-se substituir as embalagens por outras mais chamativas, que dignifiquem e valorizem o produto, e que nos permita competir nos mercados de grande potencialidade económica (...). A Associação de Ameixa do Alto

Alentejo, existe e não existe, ninguém por aqui se inscreveu, eles é que gerem a Ameixa certificada (...). Houve um grande evento em Elvas, um grande jantar com milhares de pessoas, em que a sobremesa servida foi a Sericaia com Ameixas, de certeza que a maior parte das pessoas que vieram de todo o país nem sabem o que significa a ameixa que comeram. (entrevistado E1)

“Para o mercado de Angola tive centenas de contactos, mas tenho receio. Se tivesse lá alguém de confiança, arriscava”. (entrevistado E3)

“Começar por baixo devagarinho e com muito trabalho, e ir depois tentando acrescentando valor ao produto. Aplicar as receitas habituais do “marketing mass” não resulta”. (entrevistado E4)

“No que é possível, nós vamos tentando que ela seja certificada, para desenvolver o nome junto do ouvido do consumidor, marcando assim uma posição comercial, para que no dia em que ela tenha tanta concorrência como têm as outras ameixas, nós possamos tirar algum partido da distinção do produto, e é portanto essa a nossa estratégia. Ela certificada ou não certificada é igualmente boa. Por sistema, fazemos um caderno de encargos, igual ou mais exigente do que o definido para a DOP (...) Este é um nicho de mercado com potencial de negócio muito pequeno. Se de repente o volume existente duplicasse ou triplicasse a oferta, o mercado nacional já não absorvia. (...) O negócio está mau porque não está a ser trabalhado (...) não estamos a ter o devido empenhamento que deveríamos ter”. (entrevistado E7)

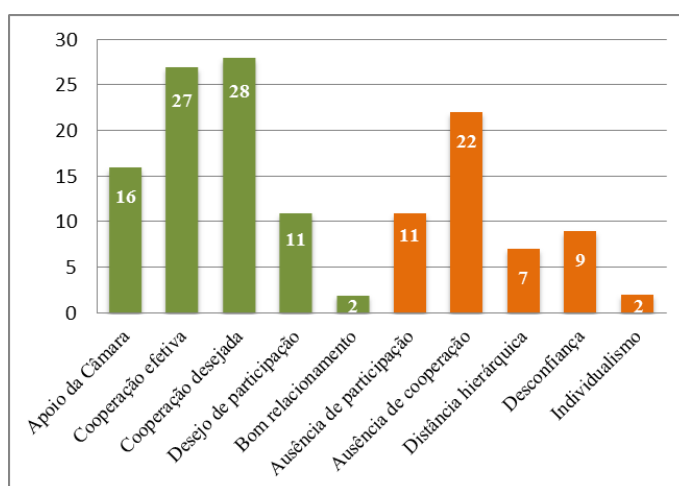
“As Ameixas D'Elvas são um produto tradicional muito apreciado e reconhecido nacional e internacionalmente, pelo que deve ser preservado. (entrevistado E14)

“As Ameixas, produto regional histórico, estão sempre presentes e estão a representar a cidade. Neste momento, Elvas, como Património Mundial, todos os dias recebe turistas de todo mundo, e temos de estar preparados para melhor receber, e quem produz ameixa tem de preservar o produto porque ele está a representar Elvas”. (entrevistado E18)

“Nós recebemos muitos grupos de vários países, e normalmente pedem-nos sugestões dos produtos típicos da região, nas sugestões apresentadas, estão sempre presentes as Ameixas, os clientes ficam encantados, principalmente os ingleses (eles em Inglaterra têm Ameixa seca mas em calda a maior parte diz desconhecer). Na semana passada tivemos um grupo de italianos que até pediu para contarmos a história dos produtos, e ficaram encantados, quer com a história quer com a sobremesa. (entrevistado E20)

4.1.6. Colaboração

Gráfico 15 - Tema: Colaboração



Fonte: Elaboração própria

A figura representa as expressões positivas e negativas relativas ao tema colaboração. O número de expressões positivas (81), ultrapassa o número de expressões negativas (51), no entanto, é manifestado pelos entrevistados, o desejo de uma maior cooperação e participação, quer por parte da Autarquia quer por parte dos restantes intervenientes no processo.

“A Ameixa é a rainha da doçaria de Elvas. A Câmara tem o dever de a defender e de contribuir para que ela não acabe (...). Se os produtores se aliassem com a Autarquia com o intuito de divulgarem e valorizarem o produto, seria benéfico a todos. (...) Na realidade, a

Autarquia não tem ajudado mais os produtores, porque nós não temos pedido. Estamos no mesmo barco, e se nada fizermos, somos todos culpados se o barco afundar. (entrevistado E1)

“A CME tem tido um papel importante, pois tem cooperado de diversas formas, promovendo todos os anos diversos eventos, desde feiras do artesanato, a semana gastronómica da ameixa, a divulgação das ameixas em catálogos em três idiomas para turistas (português, espanhol e inglês) e nas ofertas que faz dos nossos produtos tradicionais às entidades que recebe”. (entrevistado E2)

“Em Elvas, somos três transformadores (produtores), mas damo-nos como o cão e o gato, são feitios diferentes que inviabilizam a possibilidade de colaboração ou cooperação” (...). A Autarquia poderia cooperar mais connosco”. (entrevistado E3)

“Temos escoado toda a produção sem problemas. Somos acionistas do Agrupamento de Produtores, é o agrupamento quem trata de toda a negociação e comercialização das nossas produções”. (entrevistado E5)

“A Autarquia está a cooperar com os produtores ao divulgar a Ameixa”. (entrevistado E6)

“Existe cooperação e um excelente relacionamento no Agrupamento de Produtores e os associados (...). O Técnico acompanha tudo de perto, é ele quem recomenda a utilização dos fitossanitários, fertilizações, rega, etc.. É ele quem dá todo o aconselhamento aos produtores. Uma relação vantajosa, o produtor garante uma boa produção porque tem o devido acompanhamento técnico, por sua vez o Agrupamento tem a garantia do máximo de produção por exploração. (entrevistado E8)

“Existe cooperação da Câmara, essencialmente ao nível do Turismo. Elvas é Património Mundial, entrou num circuito onde muitas vezes elementos da CME vão representar Elvas no estrangeiro. Agora, por exemplo, chegou a Vice-Presidente da Rússia, e muitas vezes é solicitado aos produtores amostras dos produtos, tal como o azeite, os vinhos, as ameixas e demais produtos da zona para promover, lá fora, tudo aquilo que é nosso (...).

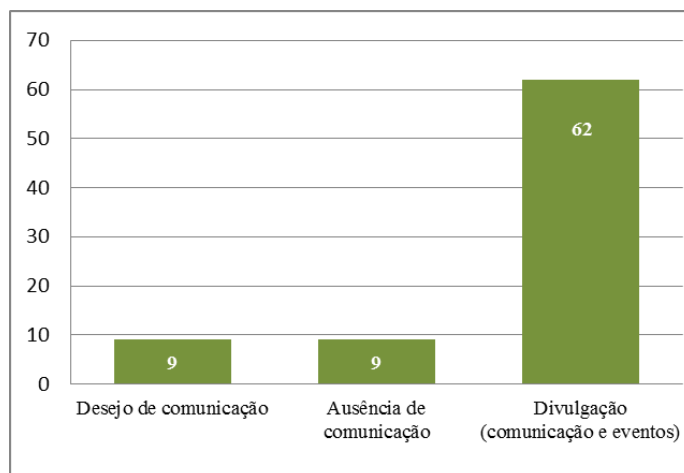
Não está apenas nas mãos da Autarquia, tem que haver um esforço nesse sentido também da parte empresarial. A Câmara pode cooperar, mas não lhe cabe toda a dinâmica, é impossível. Os empresários deveriam sentir-se motivados a mudar de paradigma. A autarquia promove vários eventos para atrair pessoas e isso poderia ser motivo de criação de estímulo para alguns.” (entrevistado E11)

“Os empresários da região são muito individualistas, muito fechados, cada um trabalha por si só, não há cooperação entre eles, e torna-se muito difícil o diálogo ou qualquer tipo de colaboração (...) deveria de haver uma maior colaboração. (entrevistado E16)

“Nós participamos na semana Gastronómica da Ameixa, como noutras semanas temáticas que se realizam frequentemente. Temos muito gosto em participar com a Autarquia, e apesar de a iniciativa ser da CME, tem de ter parceiros que participem e colaborem nesses eventos. Neste tipo de iniciativas, há sempre adesão, nem que seja por curiosidade os clientes”. (entrevistado E18)

4.1.7. Comunicação

Gráfico 16 - Tema: Comunicação



Fonte: Elaboração própria

Não existe comunicação efetiva entre os intervenientes, no entanto é entendimento de todos que se deve apostar na divulgação do produto (62). A divulgação é uma expressão muito utilizada, associada à cooperação, reconhecendo alguns produtores que deveriam unir esforços no sentido de uma melhor divulgação do produto, no sentido de o manterem ativo no mercado.

“Somos todos culpados, estamos todos no mesmo barco e se não fizermos nada, o barco for ao fundo. Tem de haver uma tábua de salvação, entre todos, um dá uma ideia, outro dá outra, e é conversando que se ultrapassam os obstáculos e resolvem os problemas. (...) Deve-se apostar na divulgação do produto, e tentar que as pessoas que fabricam se mantenham, para que o produto não acabe (...). Para mim, a divulgação é essencial, se houver mais procura acaba por ter de haver mais oferta (...), Publicitar o produto individualmente é um grande encargo difícil de suportar, mas se todos nos juntássemos, era bem mais fácil (...). Outra forma possível seria por exemplo a Autarquia passar uns filmes sobre a Ameixa em ecrãs panorâmicos durante a Feira de São Mateus, que é visitada por milhares de pessoas.”(entrevistado E1)

“Em primeiro lugar, era tentar que houvesse uma maior comunicação entre produtores, para se poder explicar as dificuldades de cada um, e para se poder chegar a uma solução. E união também para haver uma maior comunicação tanto na compra do produto como no mercado final (...). É necessário haver mais comunicação e entreaajuda entre as entidades (...). Existem sempre novas maneiras de poder publicitar uma marca da cidade de Elvas, como são as ameixas. A Elvas foi atribuída a distinção de Cidade Património Mundial da Humanidade pela UNESCO, e penso que podemos aproveitar a situação para dar a conhecer aos turistas este produto tão belo como são as ameixas de Elvas, e tirar partido disto.” (entrevistado E2)

“Eu só soube que se iria realizar a semana Gastronómica da Ameixa quando vieram cá trazer os folhetos informativos, já com datas marcadas de visitas à fábrica, sem me terem consultado antes. (...) Não há diálogo aberto entre as partes. (entrevistado E3)

“Deveria aumentar a comunicação e haver uma maior capacidade comercial, sobretudo em exportação” (entrevistado E4)

“A CME lançou um projeto de levantamento de património imaterial do Concelho de Elvas, com o objetivo de promover e divulgar tudo o que são tradições e os saber-fazer nas diferentes áreas, incluindo naturalmente a Ameixa”. (entrevistado E11)

“A Ameixa tem futuro se não a deixarem parar. Tem de haver parcerias entre os intervenientes, e os produtores têm de lutar para a manter viva. Divulgando-a e não deixando de a produzir. Sempre que houver, ela vende-se”. (entrevistado E18)

“Não há comunicação. É um nicho dentro de um negócio mais vasto que é a produção de ameixa em geral, e portanto a produção de ameixa D'Elvas não tem um lóbi próprio.” (entrevistado E4)

“Poderíamos fazer os que os outros fazem, ir junto de organismos e instituições portuguesas e feiras internacionais e divulgar o produto, mas a questão do retorno que tudo isso traria é uma variável que ninguém controla. Contudo, entre o disparate do dispêndio de dinheiro e o não fazer nada, haveria qualquer coisa no meio que se poderia fazer de forma razoável. (entrevistado E7)

“Deveria haver mais divulgação ao produto DOP, explicando-se que é um produto de qualidade, garantido pela Comissão Europeia, para que o consumidor não se importe de pagar um pouco mais por essa qualidade.” (entrevistado E8)

4.2. Discussão de resultados

No âmbito deste estudo, foi efetuada uma revisão bibliográfica, no sentido de projetar a importância dos produtos de Denominação de Origem Protegida no âmbito do desenvolvimento territorial, traçando as linhas da dimensão do espaço agrícola nacional e a avaliação do respetivo peso na economia, bem como a representação dos Produtos DOP/IGP e o respetivo volume de negócios, conceitos fundamentais para enquadrar as Ameixas D'Elvas e a sua importância para a Região onde são produzidas.

Após o enquadramento teórico, foi delineado um Guião de Entrevistas de modo que, a partir de dados empíricos, fossem obtidas informações que permitissem perceber de que

forma a produção e a comercialização da Ameixa D'Elvas contribui para o desenvolvimento do território, de que modo os *stakeholders* locais (agroindustriais, agricultores, setor associativo, distribuidores e representantes do poder local) interagem entre si, e se existem ou não relações de cooperação entre as várias partes intervenientes.

Após a recolha de informação e o tratamento de dados das entrevistas semiestruturadas aos atores intervenientes direta ou indiretamente no processo de produção e comercialização, apresentamos os resultados que consideramos mais relevantes.

A Ameixa d' Elvas pertence ao sector das frutas (líder do mercado no segmento DOP/IGP em Portugal), mas representa apenas 1,13 % do volume de negócios desse sector (31,5 milhões de euros) e 0,51% do referido segmento de mercado (aproximadamente 70 milhões de euros), dados comparativos do ano 2010.

Não sendo um produto de grande referência para a economia nacional, tem um valor patrimonial incalculável, se tivermos em consideração o seu peso histórico e valor simbólico para a região onde é produzida.

No entanto, desde 2012 que a sua quota de mercado tem vindo a diminuir significativamente, devido ao facto de a totalidade da produção de Ameixa D'Elvas – Fresco ter sido comercializada como não certificada, ou seja, não foi comercializada como Ameixas D'Elvas – Fresco, mas sim como Ameixa Rainha Cláudia. Este fenómeno, que está a privilegiar o produto não certificado, deve-se essencialmente ao interesse dos grandes distribuidores em vender ao menor preço possível, esmagando as margens de produção e à necessidade do Agrupamento de Produtores, Gestora do Caderno de Encargos da DOP, em escoar a produção dos associados. Desta forma, ao não ser comercializada certificada, a Ameixa perde a sua diferenciação, tornando-se mais vulnerável a uma eventual invasão do mercado nacional pela Ameixa Rainha Cláudia espanhola ou de um outro qualquer produtor concorrente.

A Ameixa Rainha Cláudia é considerada uma das mais antigas fruteiras em Portugal. A cultura desta variedade na região de Elvas realiza-se há centenas de anos, tendo sido desde sempre associada à doçaria regional. Segundo o Agrupamento de Produtores, gestor da DOP das Ameixas D'Elvas, não estão a ser plantados novos pomares, mas os existentes estão a ser mais cuidados e organizados, respeitando as exigências do caderno de encargos.

A cultura, adaptada às condições climáticas da região, exige cuidados muito específicos, sendo a produção por árvore inferior à de outras variedades, o que recomenda a existência em cada exploração de outro tipo de culturas, que contribuam para aliviar os custos

associados à produção da Rainha Cláudia, única cultura que permite a transformação da Ameixa D'Elvas.

A confeção da Ameixa D'Elvas DOP, em calda e escorrida, é feita numa única empresa sediada em Estremoz, utilizando um antigo processo de confitagem, cujas raízes remontam às receitas utilizadas nos conventos de Elvas, e respeitando um rigoroso programa de seleção de frutos frescos, que têm de ser consistentes e bem maduros.

Existem ainda em Elvas três microempresas que utilizam este processo artesanal na confitagem da ameixa mas com produto não certificado. Os responsáveis destas empresas, a laborar individualmente, manifestam dificuldade em suportar os custos inerentes à produção, devido à necessidade de muita mão-de-obra, e à idade avançada e algum défice de informação e de conhecimento, o que reduz significativamente a sua capacidade competitiva. Essa falta de informação e conhecimento leva-os a considerar o processo da certificação demasiado burocrático, com muitas regras e com elevados encargos, cujo custo-benefício não compensa. Por sua vez, dada a sua pequena dimensão e as dificuldades na obtenção de capital ou crédito, o acesso a novas tecnologias e I&D é muito reduzido, têm problemas a nível organizacional e não conseguem atrair recursos humanos qualificados, o que implica grandes limitações na implementação de soluções criativas para uma diferenciação eficaz do produto e a criação de valor acrescentado.

A distribuição das Ameixas D'Elvas é feita, no mercado nacional, diretamente ao consumidor, restaurantes, lojas *gourmet*, grossistas e grandes superfícies. Para o mercado externo, apenas os entrevistados E4 e E7 referiram que o fazem para Espanha, Inglaterra e França. A julgar pela entrevista E3, existe um claro potencial de oportunidades de conquista de novos mercados (neste caso Angola), mas que não tem sido aproveitado, pelas razões referidas anteriormente de fracos recursos e produção limitada, aliadas à falta de confiança e aversão ao risco.

Na sua generalidade, os entrevistados manifestam uma grande preocupação com a continuidade da confitagem da Ameixa. Alguns, já com bastante idade, dedicam-se a essa atividade desde muito novos, que aprenderam com os seus pais ou familiares próximos, tendo por isso um grande afeto por ela. Mas têm receio que as dificuldades inerentes à atividade intimide e desmotive os jovens a enveredar por este caminho, e que a curto prazo deixe de existir quem a queira ou saiba fazer, perdendo-se assim um saber-fazer de séculos.

Há uma clara perceção da ligação do produto ao território e do interesse do consumidor pela especificidade e tradição. Não obstante, verifica-se uma grande ausência de estratégias de valorização do produto e otimização de recurso.

A classificação de Elvas a Património Mundial da UNESCO, que teve como consequência um aumento muito significativo no número de turistas que visita a cidade e a região (conforme tabela 4, n.º de dormidas), poderia ser melhor aproveitada pelos produtores e distribuidores, através de uma aposta mais forte na divulgação e promoção da Ameixa D'Elvas junto do comércio, restauração, hotelaria, e diretamente aos turistas.

Embora pareça não existir uma comunicação efetiva entre os intervenientes, é claro o desejo de participação e cooperação mútua, essencialmente no que concerne à promoção, divulgação e valorização do produto.

O conceito de Euro-Cidade Badajoz-Elvas parece não ter passado ainda de um processo administrativo, faltando a respetiva concretização e implementação em diversas áreas, designadamente na promoção de produtos regionais, desperdiçando-se assim um mercado com um grande potencial, para além dos próprios fundos comunitários de cooperação destinados a projetos neste âmbito.

CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclusões

A Ameixa Rainha Cláudia adquiriu uma especificidade própria, fruto das condições ecológicas da região, que a tornam diferente da produzida em outros locais. Essa adaptação aos solos e clima da região tornam possível a sua cultura praticamente sem recurso à utilização de pesticidas, encontrando-se a maioria dos pomares num perfeito equilíbrio ecológico. Condicionada pelas exigências em frio durante o inverno, e calor durante a maturação dos frutos, a cultura encontra-se naturalmente delimitada a alguns concelhos do Alto Alentejo, onde é possível produzir a qualidade exigida pela transformação.

Para além das especificidades da cultura, ela necessita de maiores cuidados do que qualquer outra variedade de ameixeira e o rendimento de produtividade é também inferior, tornando necessária a existência na exploração de outro tipo de culturas que colabore e alivie os custos associados à produção, principal motivo de desencorajamento dos Jovens Agricultores da região para esta cultura. Apesar de atualmente não se verificar a plantação de novos pomares, os existentes são modernos, dotados de novas tecnologias e estão bem organizados.

A produção tem suprido as necessidades da transformação, o que é confirmado pelo facto de a maior percentagem dessa produção ser vendida para consumo em fresco.

A venda de Ameixa D'Elvas – Fresco (DOP) aumentou significativamente de 2006 a 2010, mas sofreu uma redução significativa em 2011, de cerca de 45%, deixando mesmo de ser comercializada como tal em 2012 e 2013. Nesses anos, em fresco, apenas foi comercializada a Ameixa Rainha Cláudia (não certificada), de cuja produção foi exportada cerca de 11% e 23%, respetivamente, sobretudo para o Reino Unido e Espanha, tendo sido a maior percentagem transacionada por intermediários.

Esta situação deve-se à grande fragilidade desta DOP em fresco – a comercialização. Por questões de interesse comercial, estão a ser desvalorizados os frutos certificados, fenómeno que se deve a vários fatores: por um lado, existe por parte do Agrupamento de Produtores o objetivo de conseguir o melhor preço possível e um escoamento rápido da totalidade da produção, uma vez que não dispõe de equipamento de frio que garanta a longevidade do produto para a totalidade da produção; por outro lado, os próprios produtores

têm necessidade de recuperar rapidamente o capital investido e, finalmente; porque os grandes distribuidores têm interesse em vender ao menor preço possível, esmagando as margens de produção.

Por outro lado, o cumprimento por parte dos acionistas do Agrupamento de Produtores das regras exigidas pelo caderno de especificações da DOP, e o facto de os pomares terem de reunir as condições para que o produto seja certificado, implicam custos que, no caso da venda ser feita como produto simples, não são compensados em termos de preço.

É de salientar também o risco para o produto não diferenciado de uma eventual invasão do mercado de produtos da concorrência, nomeadamente espanhola (da região de Múrcia) por exemplo, ou de outras origens.

No que se refere à Ameixa D'Elvas confitada (DOP), está a ser produzida e comercializada apenas por uma empresa com sede em Estremoz, a “Confibor- Transformação Agro-Alimentar, Lda. As vendas não têm sofrido grandes oscilações desde a campanha de 2006/2007 até à campanha de 2011/2012, com uma média de 20.355 Kg/ano, verificando-se uma redução de 25,08% na campanha de 2012/2013 em relação ao ano anterior. Da produção anual, cerca de 5% está a ser canalizado para o mercado externo, mais concretamente o Reino Unido.

Considera-se que, se devidamente divulgado, o volume de procura da “Ameixa D'Elvas” pode ser largamente superior, designadamente através da aquisição local por turistas que visitam a região, com um reforço da comercialização a nível nacional, e da exportação dentro da União Europeia, para os Estados Unidos, Brasil e outras economias emergentes, o que pode vir a representar uma excelente oportunidade de negócio.

Em Elvas existem três microempresas a confitar a Ameixa, seguindo o mesmo método tradicional, mas o produto não é comercializado como DOP. Estas empresas deparam-se com grandes dificuldades em suportar os custos inerentes à produção, devido à necessidade de utilização intensiva de mão-de-obra, e a idade avançada dos proprietários, associada a alguma falta de conhecimento e informação, o que reduz significativamente a sua competitividade. Essa falta de informação e conhecimento leva-os a considerar o processo da certificação muito burocrático, com demasiadas regras e de elevados encargos, tornando a relação custo-benefício não compensadora. Por sua vez, a sua pequena dimensão conduz a dificuldades na obtenção de crédito, o acesso a novas tecnologias e I&D é muito reduzida, têm problemas a nível organizacional e não conseguem atrair recursos humanos qualificados, o que implica

grandes limitações na implementação de soluções criativas para uma diferenciação eficaz do produto e a criação de valor acrescentado.

Embora exista uma forte ligação do produto à região e uma grande preocupação da continuidade do saber-fazer transmitido entre gerações, estes produtores apenas comercializam o produto no mercado nacional, não o fazendo para o mercado externo, devido às limitações de produção e reduzidos recursos financeiros por um lado, e à falta de confiança e aversão ao risco por outro.

A reduzida dimensão destas unidades de produção impossibilita a produção em quantidade, numa escala que permita reduzir significativamente os custos de produção, o que implica um esforço acrescido dos agricultores na melhoria da qualidade e em acrescentar valor aos seus produtos, o que pode não ser recompensado em termos de preço no mercado. É precisamente neste contexto que a questão da organização dos produtores se faz sentir de forma mais premente.

Recomendações

As Ameixas D'Elvas são um produto carregado de história, tradição e significado ligado diretamente à cidade Património Mundial da Humanidade, que no entanto não está a ser devidamente valorizado, perdendo assim a oportunidade de se impor no mercado global. Para contrariar este cenário apresentamos um conjunto de recomendações.

A concentração de entidades é uma premissa fundamental à mudança do paradigma atual, o que facilitará a relação de cooperação entre os intervenientes, permitindo a obtenção de sinergias, a partilha de informação, de conhecimento e de recursos, minimizando as dificuldades e reduzindo os riscos, tornando-as assim mais competitivas, permitindo aos produtores operar no mercado externo.

Embora se assista a um aumento do consumo do produto em fresco, entendemos que se deve apostar mais na Ameixa D'Elvas – Confitada, quer em calda quer escorrida, recorrendo a programas de Investigação & Desenvolvimento, com o intuito de encontrar soluções para a conservação da Ameixa escorrida – problema que parece estar na base da perda de oportunidade de negócio perante um produto similar da concorrência – e para uma promoção e divulgação destes produtos.

No campo da divulgação e Investigação & Desenvolvimento (I&D) sugere-se, por exemplo, a criação de parcerias com o Instituto Politécnico de Portalegre, quer no *design* de novas embalagens e *flyers* de promoção pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão, quer para acompanhamento técnico da Escola Superior Agrária.

No que se refere à distribuição da Ameixa confitada (Tabela 5 – Canais de comercialização), sugere-se diminuir a percentagem atribuída ao Comércio Tradicional (que atualmente é de 60%), e aumentar a percentagem para as Grandes Superfícies e Outros (onde se inclui a exportação), apostando no mercado externo.

Apesar do reconhecimento por parte dos entrevistados da colaboração da Câmara Municipal de Elvas (CME), a estratégia municipal na promoção da Ameixa parece não ser suficientemente agressiva e, sobretudo, pouco participada e articulada. Por exemplo, alguns entrevistados sugerem que a CME promova *workshops* relativas à manufatura das caixas recortadas e bordadas de papel das ameixas, o que aparentemente apenas uma ou duas pessoas sabem fazer, por forma a não deixar desaparecer este saber-fazer da região, que poderia também contribuir para a diferenciação e valorização do produto.

Recomenda-se que este estudo contribua, e possa também servir de motivação para investigações futuras, para a valorização das potencialidades da Ameixa D'Elvas e do empenho e dedicação de várias gerações em preservar o saber-fazer carregado de história – um património de valor incalculável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akkermans, H. (2001). *Renga: A systems approach to facilitating inter-organizational network development*, in: *Sistems Dynamics Review*, vol. 17. 3, 179-193.
- Alves, E. (2003). *Análise Estatística Sobre a Região do Alto Alentejo: Dados de contextualização e indicadores estatísticos – Registo Estatístico*. Escola Superior de Educação (152-162).
- Afonso, T. (2000). *Estudo de Viabilidade Técnica e Económica da instalação de um pomar de ameixeiras “Rainha Cláudia” na região de Elvas*. Elvas: Escola Superior Agrária de Elvas.
- Almeida, J. Navarro, Z. (1998)- *Reconstruindo a agricultura: Ideias e Idéias na Perspectiva do Desenvolvimento Rural Sustentável*. Porto Alegre: UFSM.
- Amin, A; Thrift, N. (1994) *Living in Global: Globalisation Institutions and Regional Development in Europe*, Oxford University Press. 1-22.
- Balestrin, A.; Vargas, M. (2004). *A Dimesão Estratégica das Redes Horizontais de PME's: teorizações e evidências*. *Revista de Administração Contemporânea*. v.8, n.º ed. Especial., Curitiba, 203-228.
- Bardin, L. (1994). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barjolle, D.; Lehmann, B. (1997). *Procted Designation of Original and Instititions (France, Spain and Italy)*. 52nd Seminar o EAAE, Itália.
- Barroso, J. (1990). *Estudo da biologia floral numa população regional de ameixa Rainha Cláudia Verde (Pronus domestica, L.)*. Tese de Doutoramento. Universidade de Évora. Évora.
- Barroso, J.; Guerra, C.; Cortes, J.; (1992). *Pedido de Registo da Denominação de Origem: Ameixas D'Elvas*. Borba.
- Beck, U. (1999). *O que é a Globalização? Equívocos do Globalismo, Respostas à Globalização*. São Paulo: Editora Paz e Terra, S.A.

- Byrne, H. (2005). *Trends in stone fruits cultivar development*. Hort Technology 15, 494-500.
- Canepa, C. (2007). *Cidades Sustentáveis: O Município como lócus da Sustentabilidade*. São Paulo: Editor SCS.
- Carvalho, J. (2001). *Anuário Hortofrutícola e culturas arvenses, azeite e tabaco: Frutos frescos e secos*. Gabinete de Planeamento e Política Agro-alimentar (ed.).Ministério da Agricultura: GPP, ed. 2000/2001, 14-15.
- Casaroto, F.N., Pires, H (1999). *Redes de Pequenas e Médias Empresas e Desenvolvimento local*. S.Paulo: Atlas.
- Covas, M. (2007) *A Nova ruralidade como problemática educacional e como oportunidade para o desenvolvimento: algumas reflexões a propósito*. Disponível on line em: http://www.ela.uevora.pt/download7ELA_desenvolvimento_rural_04.pdf (12.12.2012).
- Chub, K. ; Kim, O. (2004). *Consideration on equivalente chemical in total phenolic assay of cholorogenic acid-rich plums*. Food Research International 37, 337-342.
- Comissão Europeia (1996): *Uma Política Comunitária para o Desenvolvimento Rural: A Europa sem Fronteiras-* Luxemburgo: Serviços das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, Fevereiro de 1996, p.2.
- Comissão Europeia (2012). *A Política Agrícola Comum – A História Continua* Luxemburgo: Serviços das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.
- Comissão Europeia (2012 A). *A Política Agrícola Comum – Uma Parceria entre Europa e os Agricultores*. Luxemburgo: Serviços das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.
- Dias, R.; Zavaglia, T.; Cassar, M.. (2003). *Introdução à administração: da competitividade à sustentabilidade*. Campinas: Editora Alínea.
- Dinis I. (1999). *Denominações de Origem e Desenvolvimento Rural: O caso do "Queijo Serra da Estrela"*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa.
- Faria, D. (1996). *Regionalizar, o Referido do Portugal Esquecido*. Lisboa: Bertrand Editora, Lda.

- Gomes, A.C. (2010) *Frutos em rede: estrutura e dinâmicas da Pera Rocha do Oeste*. In: Gomes, A.C. Magalhães, S., Manesch, M.C., Ferreira, J.M. (Eds.). Organização social do trabalho e associativismo no contexto da globalização. Estudos em Portugal, África e Amazônia. Belém (Pará): UFPA/NUMA.
- Gomes, A.C. (2011). “*Territorialização e identidade regional: os perais da costa Oeste portuguesa*” in: Manesch, M.C.; Gomes, A.C. Gonçalves, I.L. (Eds.) (2011). Nos dois lados do Atlântico: trabalhadores, organizações e sociabilidades. Belém (Pará): UFPA/Paka-Tatu.
- Gomes, A.C. (2013). *The Missing Link: A Critical Analysis of the Roots of Non-Cooperation*, in: Gomes, A. C.; Souza, D.C. (Eds.) (2013), Lusophone Management and Administration Review, Vol.1 No1 – 5-15, Disponível on line em: <http://www.researchpub.org/journal/Imar.html>
- Guitart, V. (1994). La Calidad Y las Exploraciones Agrárias. Investigación Agrária, Série Economica, Vol.9 N.º 3, 345-358.
- Hofstede, G. (1991). *Culture and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw Hill.
- INCM (1997). *Perspetivas de Desenvolvimento do Interior*. Coloquio Promovido pelo Presidente da República. Idanha-a-Nova: INCM.
- INE (2011) -*Recenciamento Agrícola 2009 – Análise dos principais resultados* ed.2011. Disponível on-line em: http://www.fao.org/fileadmin/templates/ess/ess_test_folder/World_Census_Agriculture/Country_info_2010/Reports/Reports_2/PRT_POR_REP.VOL1_2009.pdf (18.10.2013).
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning - an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Keasey, B. & Watson, R. (1993). *Small Firm Management, Ownership, Finance and Performance*. Oxford: Blackwell.
- Kim, O.; Leong, W.; Lee Y. (2003) Antioxidant capacity of phenolic phytochemicals from various cultivars of plum. Food Chemistry 81, 321-326.

- Kotler, P (1997). *O Marketing nas Nações: Uma abordagem estratégica para construir as riquezas nacionais*, São Paulo: Editora Futura.
- Kotler, P (1998). *Administração de Marketing – Análise, Planejamento, Implementação e Controle*, 5.^a Ed, São Paulo: Atlas.
- Leal, C. (2001). *O Turismo Rural e a União Europeia- Uma Realidade Em Expansão*. Coimbra: Almedina.
- Lopes, A. (1987). *Desenvolvimento Regional – Problemática, Teoria, Modelos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Magalhães, A & Malheiros, J. *Estudo Para a Valorização dos Produtos Regionais: Comissão de Coordenação e desenvolvimento Região do Alentejo*.
- Marreiros, C. (1999). *O Marketing e as Denominações de Origem e Indicadores Geográficos – O Caso da Região Alentejo*. Braga: Barbosa & Chavier, Lda.
- Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento do Território – GPP (2013)- *Inquérito aos Agrupamento Gestores de Produtos com Nome Protegidos DOP/IGP/ETG*. Disponível online em: http://www.gpp.pt/estatistica/DOP_IGP_ETG_Inquerito_08-09.pdf (06.03.2014)
- Moreira, M. (2001). *Globalização e Agricultura – Zonas Rurais Desfavorecidas*. Oeiras: Celta Editora.
- Morgan, K. (1999). The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal, in: *Regional Studies*, vol. 31, 5, 491-503.
- Natório, M.; Braga, A.; Rei, C. (2010). *A Valorização dos Recursos Endógenos no Desenvolvimento dos Territórios*. In: *Pluris 2010*, Minho: Universidade do Minho, disponível em: <http://pluris2010.civil.uminho.pt/Actas/PDF/Paper 580.pdf> (11.01.2014).
- OECD (2001) – *Multifunctionality: Towards an Analytical Framework*. Organization for Economic Cooperation and Development. Paris.

- OECD (2006). *The New Rural Paradigm, Policies and Governance*, OECD Rural PolicyReviews, OECD Publishing, Paris.
- Perez, R. (1995). *Exigencias Estrategicas y Logicas de Accion de los Grupos Alimentarios*. IAMZ, Curso de Marketing Internacional de Productos Agrarios Mediterraneos, 16-27, Saragoza.
- Pinto, A. (2004). *Turismo em Espaço Rural: Motivações e Práticas*. Viseu: Palimage Editores.
- Pinto-Correia, T. (2006) – *Estudo Sobre o Abandono em Portugal Continental: Análise das Dinâmicas da ocupação do solo, do setor agrícola e da comunidade rural - Tipologia das áreas Rurais*. Évora: Universidade de Évora.
- Pires, E. (2003). *O Baile do Turismo - Turismo e Propaganda no Estado Novo* – Casal de Cambra: Edições Caleidoscópio.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1991). *Estratégias Competitivas- Técnicas para análise de Indústria e da Concorrência*, Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Potter C (2005). *Multifunctionality as an agricultural and rural policy concept in Brouwer F. (Ed), Sustaining Agriculture and the Rural Environment: Governance, Policy Multifunctionality*. Cheltenham, Ed., p.15-35.
- Quivy, R.; Campenhoudt, V. (2008). *Manual de Investigação em Ciencias Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Ribeiro, M (2006). *Estudios del Comportamiento de la Ciruela “Reina Claudia Verde*. Tese de Doutoramento. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Roca, Z (1999). *Local Developement Contexts and Agents: Na Analytical Model and Experience from Portugal*. In Browler, et.al (org) *Progress in Research on Sustainable Rural Systems*.
- Santos, M. (1996). *A Natureza do Espaço*. São Paulo: Hucitec.

- Saxena, Ilbery (2008). *Integrated Rural Tourism: A Border Case Study*. Annals of Tourism Research , 35 (1), 233-254.
- Scherer-W., I. & Ferreira, J. (2002). *Transformações Sociais e Dilemas da Globalização*. São Paulo: Cortez Editora.
- Schneider, S. (2003) *A Pluriatividade na Agricultura Familiar*. Porto Alegre: Ed. UFRGS.
- Schneider, S and Tartaruga, I (2005): *Território e Abordagem Territorial – das referencias cognitivas aos aportes aplicados à análise dos processos sociais rurais – Raízes*. Vol.23, n.º 01 e 02 Jan-dez/2004.Campina Grande.
- Seufert, A.; Krong, G.; Back, A. (1999). *Towards Knowledge Networking*, in: Journal of Knowledge Management, 3, 180-190.
- Soeiro, A. (1995). *Importância Estratégica de Proteção dos Produtos Tradicionais Portugueses*, in *Especialidade Alimentar: Tradição e Inovação*, VI Congresso Internacional ICAF- Évora.
- Storey, J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*, London: Routledge.
- Szeto, E. (2000). *Innovation capacity* in: The TQM Magazine, Vol. 12, 149-157.
- Tálamo, J. (2014): *Seleção dos Objetivos Fundamentais de uma Rede de Cooperação Empresarial* Gestão & Produção (maio-ago) V.11, n.º 2 p. 239-250.
- Tibério, L., Cristóvão, A. e Abreu, S. (2008). *Microproduções Agrícolas e Desenvolvimento Sustentável em Regiões Periféricas*, Revista Portuguesa de Estudos Regionais.
- Tibério, L. (2011): Workshop: *Produtos Locais e Comercialização: Importância socioeconómica dos Produtos Tradicionais na defesa do Mundo Rural*. UTAD.
- Trentin, I. L. (2009) *Desenvolvimento Territorial Rural*. Disponível on line em: http://www.filo.unt.edu.ar/centinti/cehim/jornadas_antrop/desenvolvimiento%20territorial%20rural.pdf (20.12.2012).
- Tomás, J.; Vecente, F. (2005). *Turismo Sostenible: Un enfoque Multidisciplinar e Internacional*. Córdoba: Publicaciones Universidad de Córdoba.

Vera, F. (1997). *Alálisis territorial del turismo*. Barcelona: Aries Geografía.

ANEXO I – Lista de Prémios

CORREIO ELVENSE

29-934

Lista dos prémios obtidos pela Casa Guerra nas exposições a que tem concorrido

- 1855—Universal de Paris, 1 medalha de cobre.
1861—Industrial Portuense, 1 medalha de cobre.
1862—Universal de Londres, 1 medalha de cobre.
1864—Agrícola de Lisboa, 1 medalha de honra.
1865—Internacional Portuense, 1 menção honrosa.
1867—Universal de Paris, 1 medalha de cobre.
1873—Universal de Viena de Austria, 1 medalha de cobre.
1876—Internacional de Filadélfia, 3 medalhas de cobre.
1877—Hortícola Agrícola Portuense, 1 medalha de prata.
1878—Universal de Paris, 1 medalha de bronze e 1 menção honrosa.
1879—Hortícola Agrícola Portuense, 1 medalha de prata.
1883—Agrícola Lisboense, 3 menções honrosas e 1 medalha de prata.
1888—Industrial Portuense, 1 medalha de prata.
1889—Internacional de Paris, 1 medalha de cobre.
1890—Floricultura e Pomologia Portuense, 1 medalha de prata.
1894—Internacional de Bruxelas, 3 diplomas de honra.
1894—Universal de Auvers, 1 medalha de ouro e 1 medalha de cobre.
1895—Internacional de Amsterdam, 3 medalhas de ouro.
1895—Internacional de Bordeaux, 2 medalhas de prata.
1896—Internacional de Brieu, 2 diplomas de honra.
1896—Internacional de Londres, 1 grand prix.
1896—Higiene e Alimentação de Bruxelas, 1 medalha de ouro.
1897—Internacional de Bruxelas, 1 medalha de ouro.
1897—Industrial Portuense, 1 medalha de cobre.
1900—Universal de Paris, 1 medalha de prata e 1 medalha de cobre.
1901—Anual de Pomologia e Horticultura, 1 medalha de ouro e 1 medalha de prata.
1901—Industrial de Artes e Ciências—S. Miguel, 1 medalha de ouro.
1901—Internacional de Londres, grand prix.
1902—Campeonato de Alimentação Turino, 1 medalha de ouro.
1902—Pomologia de Lisboa, 1 medalha de ouro.
1903—Nacional do Trabalho Paris, 1 membro do jury.
1903—Nacional do Trabalho Paris, 2 grand prix.
1903—Pomologia e Horticultura Lisboa, 1 medalha de prata.
1903—Agrícola de Alcobaca, 2 medalhas de prata.
1905—Panamá Pacifico, 1 grand prix.
1905—Agrícola de Elvas, 9 medalhas de ouro, 1 medalha de prata, 2 medalhas de cobre e 8 menções honrosas.
1908—Agrícola Regional de Elvas, 4 prémios de honra, 5 medalhas de ouro, 4 medalhas de prata, 2 medalhas de cobre e 5 menções honrosas.
1909—Agrícola e Regional de Elvas, 5 prémios de honra, 9 medalhas de ouro, 5 medalhas de prata, 1 medalha de cobre e 8 menções honrosas.
1920—Caldas da Rainha—Pela Federação dos Sindicatos do Centro, 1 medalha de ouro.
1920—Agrícola Regional de Elvas, 3 prémios de honra, 4 medalhas de ouro, 2 medalhas de prata, 2 medalhas de cobre e 3 menções honrosas.
1921—Exposição Agrícola Pecuaría Caldas da Rainha, 1 prémio de honra e 2 medalhas de ouro.
1921—Exposição Agrícola Pecuaría do Fundão, 1 prémio de honra e 1 medalha de ouro.
1922—Exposição do Rio de Janeiro, 1 grande prémio.
1923—Exposição Agrícola Pecuaría Caldas da Rainha, 1 prémio de honra e 2 medalhas de ouro.
1925—Exposição Agrícola Pecuaría Caldas da Rainha, 1 prémio de honra e 1 medalha de ouro.
1926—Exposição Industrial e Feia de Macau, 1 prémio de honra e 1 medalha de ouro.
1927—Exposição Agrícola Pecuaría Caldas da Rainha, 2 prémios de honra.
1929—Exposição Hispano-Americana, 1 prémio de honra.
1929—Exposição Internacional de Barcelona, 1 medalha de ouro.
1931—Junta Geral do Distrito de Portalegre, 1 medalha de ouro.
1932—Feira de Amostras das Colónias, 1 medalha de ouro.
1933—Grande Exposição Industrial de Lisboa, 1 prémio de honra.
1903—Industrial Internacional de Londres, 1 membro do jury.
1903—Internacional do Rio de Janeiro, 1 medalha de prata.
1903—Agrícola e de Productos Miheológicos, 1 medalha de ouro.
1903—Internacional de Athenas, medalha de ouro.
1904—Pomologia de Lisboa, 1 membro do jury e 2 medalhas de ouro.
1904—Internacional de S. Luis, 1 medalha de ouro.
1904—Nacional do Trabalho Paris, grand prix.
1905—Real Sociedade de Horticultura Lisboa, 1 medalha de ouro.
1905—Leitaria Olivicultura e Industrias de Azulejos (Tapada da Ajuda) Lisboa, 1 grand prix.
1905—Universal de Liège, 1 medalha de prata.
1905—Colonial Indiana de Londres, 1 medalha de ouro.
1906—Internacional de Paris, 1 grand prix.
1906—Nacional de Angres, 2 medalhas de ouro.
1907—Internacional do Palácio de Cristal de Londres, 1 grand prix.
1907—Pomologia Portuense, 1 medalha de ouro e 1 medalha de prata.
1907—Internacional de Madrid, 1 medalha de ouro.
1907—Nacional do Trabalho Paris, 1 grand prix.
1908—Industrial Internacional de Toulouse, 1 medalha de ouro.
1908—Pomologia Portuense, 1 medalha de ouro.
1908—Nacional do Rio de Janeiro, 2 medalhas de ouro.
1909—Internacional de Lyon, 1 grand prix.
1909—Nacional do Trabalho Paris, 1 grand prix.
1910—Alimentação de Nancy, 1 grand prix.
1910—Internacional de Bruxelas, 1 grand prix e 1 medalha de ouro.
1910—Internacional de Buenos Aires, 1 grand prix e 1 medalha de ouro.
1910—Pomologia Portuense, 1 medalha de ouro.
1911—Concurso Culinário e Alimentação Paris, 1 membro do jury.
1911—Pomologia Portuense, 4 medalhas de ouro.
1912—Exposição Agrícola Pecuaría Caldas da Rainha, 3 medalhas de ouro.
1913—Sociedade de Geografia de Lisboa, 1 menção honrosa.

ANEXO II – Fruteiras (ha)

ÁREA DE FRUTEIRAS (ha)

CONCELHO	Citrios	Pessegueiros	Marmeleiro	Pêrnas	Madieiras	Damascueiros	Ameixeiros	Figueiras	Diospíreiros	Cerejeiras	Ameixodóceiras	Alfarrobeiras	Avelãs	Nogueiras	Castanheiros	Pequenos Frutos	Total
Marvão					3,30			4,00		2,00			1,20	0,50	200,00		211,00
Portalegre					25,63					41,60			1,50		68,50		137,23
Ponte de Sôr	26,50	12,65															39,15
Ávila	6,70				3,60												19,40
Gavião	1,50										3,50		2,00	3,60			1,50
Mora	3,00	8,00														4,00	15,00
Sousel							17,96										65,27
Fronteira	0,50													47,31			1,00
Estremoz						4,50	31,57							71,79			107,86
Elvas	7,46	103,70		10,00	15,00		29,00										165,16
Campo Maior		149,50	5,50	5,00		24,00	106,00							2,00			292,00
Borba							56,97							6,93			63,90
Vila Viçosa														3,50			3,50
Alandroal		8,50		19,50	130,00	2,50								71,40			160,50
Arraiolos														0,85			0,85
Montemor-o-Novo																	1,20
Évora								1,20									8,15
Vendas Novas	6,90	0,75		0,50													10,00
Reguengos	6,00	4,00															55,28
Alvito	55,28																2,00
Cuba														2,00			52,42
Vidigueira	52,42																347,94
Ferreira do Alentejo	116,80	65,56		87,65	8,40		35,03		2,50					32,00			40,30
Beja	21,50	1,00												17,80			42,60
Ajustrel	42,60																1,50
Castro Verde	1,50																63,70
Serpa	8,20	4,10			2,00	27,00			2,60					11,00			40,15
Moura	26,83													1,42			262,00
Mértola												262,00					4,80
Ourique	1,00											2,00		1,80			106,42
Alcácer do Sal	97,31	3,00			1,43						2,83			1,85			15,90
Grândola	4,10										1,20			10,60			611,00
Odemira	290,00	38,00		6,00	14,00			7,00	1,00		120,00			6,00			13,48
Santiago do Cacém	188,33	130,00															133,00
TOTAL	964,45	528,76	5,50	128,65	203,36	50,00	276,53	12,20	6,10	43,60	140,23	264,00	4,70	306,33	268,50		3.351,91

ANEXO III – Guião de entrevistas – Ameixas de Elvas

Pretende-se com as entrevistas, perceber como a produção e comercialização da Ameixa De Elvas contribui para o desenvolvimento do território e de que modo alguns *stakeholders* locais (produtores, agroindustriais, agricultores, setor associativo, distribuidores e representantes do poder local) interagem entre si, e se existem ou não relações de cooperação entre as várias partes interessadas.

Neste contexto, considera-se que as entrevistas devem contemplar as seguintes dimensões:

I – Dimensão da valorização do produto

- a) Com o intuito de perceber a evolução ou não da produção, como é feita a distribuição, a importância que o produto tem na valorização do território e a perspetiva futura das partes interessadas;
- b) Para obter eventuais sugestões de valorização alternativa.

II – Dimensão de comunicação

- a) Perceber se os *stakeholders* comunicam entre si, ou se estão isolados e porquê
- b) Para obter eventuais sugestões de melhoria

III – Dimensão de cooperação horizontal e vertical

- a) Para perceber se as partes cooperam entre si, real ou potencialmente, tanto em termos horizontais (entre partes), como verticais (partindo da perceção de distancia hierárquica);
- b) Para perceber as razões de cooperação ou sua ausência;
- c) Para obter eventuais sugestões de melhoria.

Para a obtenção desta informação sugerem-se as seguintes perguntas a integrar no futuro guião de entrevistas semi-dirigidas.

I.

1- Perceber a real situação da produção e comercialização da Ameixa de Elvas (o mesmo produto está a ser comercializado com vários nomes: Ameixa de Elvas –referente ao produto certificado –DOP; Doces de Elvas e Frutas de Elvas, consoante o produtor/transformador.

1.1. Agricultores

- a) Como tem sido o escoamento da ameixa nos últimos 5 anos?
- b) A Ameixa de Elvas é produzida através da Ameixa Rainha Cláudia. Sabe se a ameixa que produz é utilizada para confitagem ou para venda em fresco?

- c) Na consulta de dados, verifica-se que a partir de 1986, houve um forte investimento na Ameixa, incluindo plantação de novos pomares, mas depois verifica-se uma estagnação. Porquê? Qual a sua opinião?
- d) Tem intensão de aumentar o número de árvores de fruto?
- e) Como vê os pomares de Ameixa Rainha Cláudia daqui a dez anos?

1.2. Agroindústria

- a) A Ameixa que produz é certificada? Se sim, desde quando? Se não, porquê?
- b) Tem alguma dificuldade na obtenção de matéria-prima?
- c) Como tem sido a evolução da produção nos últimos cinco anos?
- d) Qual o/os circuito(s) de distribuição utilizado(s)?
- e) Só comercializa o produto em mercado nacional ou também no mercado externo? Para que países?
- f) Quais as principais dificuldades encontradas na comercialização e implementação deste produto no mercado?
- g) É sua intensão conquistar novos mercados? Porquê e quais?
- h) Quais as ações de comunicação desenvolvidas para o produto (publicidade, feiras, exposições, folhetos)?
- i) Na consulta de dados, verifica-se que a partir de 1986, houve um forte investimento na Ameixa, mas depois verifica-se uma estagnação. Porquê? Qual a sua opinião?
- j) Como vê o produto daqui a dez anos?

1.3. Setor associativo

- a) Como se integra a Ameixa de Elvas na percentagem total dos produtos DOP em relação à percentagem europeia? (empresa certificadora)
- b) Quem faz farte da associação?
- c) Quem pode fazer parte da associação?
- d) Qual o número de associados? Qual a evolução nos últimos cinco anos?
- e) Qual a relação entre os associados?
- f) Qual o papel da associação na defesa dos interesses dos associados?
- g) Qual o papel da associação na defesa do interesse do produto?
- h) Como vê este produto de origem protegida daqui a dez anos?

1.4. Administração Pública

1.4.1. Câmara Municipal de Elvas

- a) Qual a política do município utilizado perante a produção e comercialização da Ameixa de Elvas?
- b) A Câmara promoveu, em 2012, uma iniciativa com o tema “Semana Gastronómica da Ameixa de Elvas”. Como correu?
Teve ligação com outras atividades? Quais? (Turismo, Hotelaria)
As pessoas que aderiram eram do concelho?
Pretende repetir?
- c) Existe alguma associação GAL?
- d) Existe outra associação de desenvolvimento local? Se sim, qual? Se não existe, porquê?

1.4.2. Zona Agrária de Elvas e/ou Direção Regional de Agricultura do Alentejo

- a) A plantação de pomares de Ameixa Rainha Cláudia tem aumentado ou diminuído nos últimos anos? Porquê?
- b) Na consulta de dados, a partir de 1986, houve um investimento forte na ameixa, mas rapidamente houve uma estagnação. Qual a sua opinião perante este facto?
- c) Tem havido muitos Jovens a pedir apoio no âmbito do PRODER para a ameixa? Se sim, porquê?
Se não, os Jovens Agricultores não acham que a Ameixa pode ser uma oportunidade de negócio?
- d) Como vê os pomares de Ameixa daqui a dez anos?

II.

2. Perceber até que ponto existe comunicação entre as partes interessadas

- a) Os empresários (produtores, transformadores, distribuidores) falam entre si, sobre a forma de maximização de recursos, para a produção e comercialização da Ameixa?
- b) Como acha que se poderia dar início/melhorar a comunicação entre as partes interessadas, no sentido de divulgar e aumentar a produção e comercialização da Ameixa?

III.

3. Perceber até que ponto existe cooperação real ou potencial entre as partes interessadas

- a) Os agricultores/ transformadores têm tradição de cooperar entre si, ou estão afastados cada um no seu negócio?
- b) A associação de Produtores de Ameixa mantém uma boa relação com os agricultores e agro industriais, de uma maneira geral, ou acha que poderia melhorar? Como?
- c) A Câmara e os Agricultores/ Agroindustriais cooperam entre si?
- d) Acha que seriam capazes de cooperar, no sentido de divulgarem melhor o produto para todos viessem a beneficiar? Qual a sua opinião.
- e) Acha que com a cooperação entre as entidades interessadas, se criam sinergias em que todas as partes saíam beneficiadas? Pode dar sugestões sobre como isso poderia ser feito?
- f) Acha que se viessem pessoas/entidades de fora procurar facilitar a comunicação entre todos a situação poderia melhorar? Pode dizer o porquê da sua opinião?
- g) Tem alguma sugestão, sobre a forma de como essas pessoas/entidades deveriam atuar?