

A EXPORTAÇÃO DE FRUTAS FRESCAS NO CHILE E BRASIL

Silva, Pedro C. G. da¹ (Embrapa Semi Árido, Brasil)

RESUMO

A inserção produtiva de alguns países ou regiões no complexo internacional de frutas frescas, nos últimos anos, ocorre segundo trajetórias diversas, condicionadas por fatores históricos, econômicos, políticos e sociais, conformando modelos específicos de organização da produção e exportação. O objetivo desse trabalho é fazer uma análise comparativa dos modelos de exportação de frutas frescas adotados no Chile e no Brasil, neste último caso, tomando como referência a experiência do pólo Petrolina-PE/Juazeiro-BA.

Palavras chaves: modelo de exportação, frutas frescas, Chile, Petrolina-PE/Juazeiro-BA.

1 - Introdução

O mercado mundial de frutas frescas movimenta anualmente cerca de 21 bilhões de dólares e cresce à razão de 5% ao ano. Trata-se de um mercado muito dinâmico, destacando-se no sistema agro-alimentar mundial, como o mais novo complexo internacional de suprimento de alimentos de alta qualidade e pelo processo de integração transnacional, que se traduz numa descentralização e reorganização espacial da produção.

A expansão desse novo complexo cria a oportunidade de inserção produtiva de algumas regiões de países em desenvolvimento e permite a estes espaços rurais se

¹ Engº Agrônomo, M. Sc. Economia, Pesquisador da Embrapa Semi Árido, Doutorando do Instituto de Economia / Unicamp, Curso Desenvolvimento Econômico, Espaço e Meio Ambiente.
E-mail: gama@bestway.com.br ou gama@cnptia.embrapa.br

integrarem ao circuito globalizado de alimentos de alta qualidade, disputando os três principais mercados consumidores dos países do Norte (Estados Unidos, Europa e Japão). Entre os países em desenvolvimento, o Chile é o país que mais se destaca como exportador de frutas frescas, mas também algumas regiões da Argentina, do Brasil e de outros países como a África do Sul, despontam e participam nesse circuito.

No comércio mundial de frutas frescas, Chile e Brasil apresentam trajetórias diferentes. O Chile construiu um modelo exportador próprio e movimentou, anualmente, cerca de 1,5 bilhão de dólares com vendas externas de frutas. O Brasil, embora represente o terceiro maior produtor mundial de frutas, com uma produção estimada em 32,5 milhões de toneladas, segundo dados da FAO (1997), tem uma fraca penetração no comércio internacional de frutas frescas, movimentando pouco mais de 100 milhões de dólares. Esse baixo desempenho no *front* externo tem sido atribuído, entre outras causas, a ausência de um modelo exportador.

No Brasil despontam alguns pólos importantes de fruticultura espalhados em todo país, entretanto, merece destaque o Pólo Petrolina-PE/Juazeiro-BA, localizado no Submédio São Francisco, região Nordeste do Brasil, onde a fruticultura tomou um grande impulso nas últimas duas décadas e ali configurou-se uma estrutura exportadora de frutas.

2 - Chile e Brasil: duas trajetórias distintas

O comportamento distinto do Brasil e do Chile frente às exportações de frutas frescas revela experiências e trajetórias diferentes que refletem características próprias de cada país ligadas aos fatores históricos, sociais, ecológicos e, também, relacionadas a um conjunto de variáveis fundamentais, envolvendo políticas econômicas, pesquisa agrícola e desenvolvimento tecnológico, estímulos para inversões e participação dos

agentes privados, incentivos e prioridades às exportações, entre outros fatores que foram determinantes para a evolução da fruticultura nesses dois países.

Chile: a fruticultura já nasce exportadora

O Chile já tem uma tradição antiga de exportação de frutas cuja origem remonta a década de 30, com a participação de empresas comerciais e a instalação de comerciantes imigrantes, que tiveram um papel destacado nesse tipo de negócio. Foram esses pioneiros que dominaram o comércio exterior da fruta chilena até os anos 50, comercializando maçã, pêra, uva. Na década seguinte, já se podia observar experiências de integração entre exportadores e produtores organizados em torno de cooperativas especializadas em frutas. Daí surgiram as empresas exportadoras, que estabeleceram vínculos com redes ligadas as principais cadeias de distribuição mundial de frutas, que atuavam como receptoras da fruta chilena nos E.U.A., Europa e Oriente. Essas empresas exportadoras seriam mais tarde absorvidas por grandes transnacionais, como, The Dole Fruit Co., The Chiquita Brands, United Trading Company, Unifrutti. Dessa forma a fruticultura chilena, desde o início, esteve orientada para o mercado mundial, o que exigiu a montagem de uma estrutura logística adequada a esse tipo de atividade, com a participação da iniciativa privada imbricada aos capitais estrangeiros (GOMÉZ, 1994).

O desenvolvimento e a consolidação do complexo exportador de frutas no Chile é consequência da combinação de vários fatores que orientaram esse agronegócio para mercado externo. Em síntese, pode-se dizer que as razões básicas que determinaram a montagem dessa estrutura de exportação estão ligadas a: tradição de exportação de frutas do Chile que remonta a década de 30; condições naturais favoráveis e idênticas a da Califórnia nos EUA que permitiram a transferência de tecnologia de produção sem necessidade de ajustes; a opção política de desenvolvimento adotada pelo Chile a partir

de 1973 privilegiando uma estratégia de crescimento econômico do tipo “export staples” voltados para a exportação de produtos primários. Ainda, há que se considerar o papel subsidiário do Estado beneficiando indiretamente o setor privado com investimentos em infra-estrutura, estimulando a modernização do setor e fomentando as organizações de produtores frutícolas. Finalmente cabe ressaltar a grande demanda internacional por frutas frescas motivada pela mudança no hábito de consumo nos países do hemisfério norte e as condições de demanda interna reduzida, que também concorreram para o Chile se voltar ao mercado internacional (VILAS, 1990; ROSA, 1994; GOMEZ, 1999).

Brasil: patinando nas exportações

O caso Brasil é bem diferente da situação chilena. Conforme FAVERET FILHO (1999), a fruticultura brasileira tem uma marca de nascença indelével: a fruta é um produto local ligada a velha tradição de quintais com árvores frutíferas, com pouca expressão mercantil. A fruticultura voltada para consumo “*in natura*” expandiu-se, naturalmente, em função do mercado interno, tomando um relativo impulso com o desenvolvimento dos Sistema de Centrais Abastecimentos (CEASA’s), nos anos 60-70, mas esteve alijada da maioria das políticas agrícolas que beneficiou os produtos voltados para exportação.

A partir da década de 70, com a afirmação do novo padrão de desenvolvimento agrícola orientado para o incremento da produção, através da modernização da agricultura e para a integração crescente com os complexos agroindustriais, a fruticultura foi beneficiada, expandindo-se rapidamente em várias regiões do país. Mas o crescimento da atividade frutícola, sempre esteve intimamente atrelada ao desenvolvimento das agroindústrias de processamento de sucos, como foi o caso da

citricultura em São Paulo e posteriormente no Nordeste, principalmente na zona litorânea, onde a atividade frutícola conheceu uma rápida expansão e diversificação, também, vinculada ao processamento de frutas, tais como: caju, coco, goiaba, acerola, entre outras.

Na década de 80, devido a evolução desfavorável dos preços externos das *commodities* agrícolas é que a produção brasileira de frutas frescas voltada para mercado externo começa a despertar interesse, passando a ser objeto de preocupação dos poderes públicos. Isso, no contexto de uma política de sobreesforço das exportações, aliada à contração da demanda interna, como medidas paliativas visando a geração de *superavits* comerciais para resolver os problemas de balanço de pagamento.

Os esforços de exportação começaram por iniciativa de alguns grupos empresariais em vários pontos do país estimulados pelos incentivos a exportação e forçados por um conjunto de fatores que desestimulavam a comercialização no mercado interno. Não obstante, já houvesse registro anterior de exportação de frutas *in natura* com abacaxi, - o caso da Paraíba nos anos 70 - maçã e laranja, é a partir da década de 80, que algumas frutas, em especial as frutas tropicais, como melão, mamão e a manga, começaram despontar na pauta de exportação brasileira.

Apesar do grande potencial produtivo que o país apresenta para produção de frutas, a participação de frutas frescas na balança comercial é negativa. Conforme TOMICH (1998), durante o período de 1980 a 1995, com exceção dos anos de 1985, 1992 e 1993, as importações superaram as exportações, com um forte incremento das importações e redução do valor exportado a partir de 1992, de sorte que no ano de 1995, as importações representaram mais que o triplo do valor das exportações. Para GAYET (1999), a razão principal que explica esse modesto desempenho na área de exportação é

a falta de necessidade de exportar. Segundo ele, poucos produtores estão motivados para isso tendo um grande mercado interno, pouco exigente e lucrativo.²

Em síntese, o quadro de instabilidade das políticas macroeconômicas do país nas últimas décadas, a falta de uma orientação para o mercado externo e a existência de um grande mercado interno, explicam as deficiências crônicas na estrutura e organização do agronegócio frutícola nacional para exportação.

O caso do pólo Petrolina-PE/Juazeiro-BA

O polo irrigado Petrolina-Juazeiro representa uma das regiões do país onde se desenvolveu uma estrutura e organização em torno da fruticultura, como uma atividade exportadora. Ali, a partir dos anos 80, a fruticultura expandiu-se rapidamente, firmando a região como importante pólo de produção de frutas no cenário nacional, voltado para os mercados interno e externo. Emerge um novo complexo de produção e exportação de frutas frescas, inseridas nas estruturas de suprimento internacional de alimentos de alta qualidade.

Favorecida pela grande potencialidade de recursos naturais, em especial as condições de clima semi-árido tropical, com temperaturas elevada, alta insolação e grande disponibilidade de água para irrigação, a expansão da fruticultura pôde se apoiar nessas vantagens comparativas oferecidas pela região. Atualmente, segundo dados da VALEXPOR (1999), área cultivada estimada é de 36 mil hectares, perfazendo um volume aproximado de produção de 600 mil toneladas anuais frutas, onde se destacam uva, manga, banana, goiaba, coco, acerola, entre outras menos significativas, como pinha, maracujá, papaia e limão.

² O estudo elaborado por TOMICH (1998), baseado em cenários prováveis de crescimento da oferta e demanda de frutas frescas para os anos 2000 e 2005, indica que apesar de ser um setor com grande potencial de crescimento de exportação, dado o crescimento do mercado mundial, o próprio mercado nacional absorveria quase toda produção.

Vários outros fatores concorreram para a formação de um pólo frutícola na região. O principal deles deve-se a forte presença do Estado realizando investimentos significativos na área de transporte, energia, comunicação, educação, saúde e agricultura, onde o mais significativo deles foi, sem dúvida, no setor agrícola com a construção dos grandes projetos de irrigação. Além disso, os incentivos fiscais, financeiros e o apoio institucional oferecidos pelo Estado foram determinantes, assim como, a ação do setor público com estudos e pesquisas destinados a dotar a região de uma base científica e tecnológica sólida, que viria apoiar os empreendimentos atuais.

Em função da produção de frutas voltada para o mercado externo foi montada toda uma infra-estrutura física e de apoio a comercialização, especialmente da cadeia de frios, que envolve desde a estruturação de “*packing house*” e o aumento da capacidade resfriamento e de armazenamento nas empresas e cooperativas, até a melhoria da estrutura portuária, entre outros investimentos realizados.

3 - Modelos exportadores de frutas frescas

Os países que lograram êxito na inserção no mercado internacional de frutas frescas, nas últimas décadas, adotaram basicamente dois modelos: um que se caracteriza pela centralização dos canais de comercialização por meio de organizações estatais ou mistas, como os *marketing-boards* da Nova Zelândia e África do Sul, e outro que se desenvolveu através da liderança das grandes companhias internacionais,³ como é o caso do Chile (FAVERET FILHO,1999).

Em ambos os casos é a concentração do elo intermediário que permite o ganho de escala, a montagem de sistemas logísticos eficientes, o rebaixamento dos custos de captação e de disseminação de informações e, ainda, a ampliação do poder de barganha

frente às cadeias do varejo. Também nos dois casos, a intervenção estatal está presente, seja organizando ou assumindo o monopólio da comercialização externa, através dos *boards*, ou assumindo um papel subsidiário à atividade, na pesquisa agrícola, na definição de políticas específicas para a fruticultura, na formação dos recursos humanos, na promoção das exportações e na celebração de acordos comerciais com outros países.

No Brasil, só recentemente, iniciaram-se alguns ensaios de ação organizada do Estado para fruticultura visando a exportação de frutas frescas. Todo esforço exportador tem sido feito por algumas empresas ou produtores isolados. Talvez a exceção fique por conta do esforço cooperativo realizado pelas empresas produtoras de frutas do pólo Petrolina-Juazeiro que vem desenvolvendo, por iniciativa própria, uma estratégia de exportação, inspirada no modelo dos *boards*.

Chile: um modelo consolidado

A fruticultura é o carro chefe das exportações agrícolas do Chile. Em 1999, o país colocou 1,5 milhão de toneladas de frutas no mercado externo, liderando assim, entre os países do hemisfério do sul, os mercados de uva, maçã e pêsego. No ranking mundial é o segundo maior exportador de uva e pêra e o terceiro em kiwi. A uva é principal fruta de exportação, seguida da maçã, kiwi, pêra e frutas de caroço, como pêsego, damasco, cereja e nectarina (MOREIRA, 2000).

O dinamismo das exportações de frutas chilenas está associado as empresas exportadoras. Elas representam o eixo central de uma rede de relações e compromissos que envolve todos os participantes da cadeia produtiva. Para GOMEZ (1999), ao longo da cadeia que vai desde a produção de frutas no campo até a apresentação de produto final na prateleira de um supermercado, é a empresa exportadora que se encontra numa

³ Neste último caso pode ser incluído o modelo centro-americano “bananeiro” que tem o controle integral das empresas transnacionais e nos anos 50 e 60 exerceram grande influência sobre o processo político

posição capaz de impor as condições aos produtores e negociar estas com os elos posteriores da cadeia. Isto porque as empresas estabelecem redes com recebedores integrados às principais cadeias de produção e distribuição mundial de frutas e com os recebedores nacionais. Em geral, no Chile, segundo ROSAS (1994), as frutas passam diretamente do produtor para o exportador (ou *trading*), daí para um distribuidor no país de destino, seguindo para o atacado–varejo ou diretamente para os supermercados. Muitas vezes é a própria *trading* que assume o papel de distribuidor no país de destino.

São várias empresas exportadoras atuando no setor e colocando as frutas chilenas no mercado mundial. Entretanto, o que tem marcado o desenvolvimento atual da atividade vinculada a exportação de frutas é o aumento no nível concentração e o processo de transnacionalização que envolve essas empresas. Segundo GOMÉZ (1999), as quatro maiores empresas exportadoras do Chile concentravam mais de 26 % do volume das exportações e quando se considerava as dez maiores empresas essa participação alcança 40 %.

O sucesso da fruticultura chilena se deveu à criação de instituições eficientes e ao apoio estatal. A concepção de Estado subsidiário no Chile, privilegiando a iniciativa privada não significou a supressão do papel ativo que lhe compete no campo econômico. Para dinamizar os esforços do Chile numa economia exportadora foi criada a Direção Geral de Relações Econômicas Internacionais - PROCHILE, um organismo técnico que executa as políticas oficiais referentes as exportações chilenas nos mercados mundiais através de seus departamentos operativos (Assuntos Econômicos Bilaterais, Coordenação, Promoção de Exportações e Comitê de Exportadores). O relacionamento privilegiado que o Chile vem conseguindo junto aos principais blocos de países como o Nafta, União Européia e Mercosul deve-se a ação desses órgão no campo diplomático.

No desenvolvimento da fruticultura chilena, cabe destacar ainda o papel do Serviço Agrícola e Pecuário (SAG), Instituto de Investigação Agropecuária (INIA), Fundação Fundo de Investigação Agropecuária (FIA), Corporação de Fomento da Produção (CORFO), Oficina de Estudos e Políticas Agrárias (ODEPA) e vários outros órgãos ligados ao Ministério da Agricultura, que desempenham as funções de controle e proteção agropecuária, pesquisa agrícola e fomento à agricultura.

Conforme VILAS (1990) o ambiente de mudanças e de competitividade que envolve o negócio frutícola no Chile, obriga os produtores, as empresas e os empresários, a atuar de forma organizada para obter eficiência tecnológica e comercial, acesso aos mercados e garantia de permanência no negócio. Além das associações de caráter mais local, das quais participam a maioria dos fruticultores formando as Associações Regionais de Produtores de Frutas. Em âmbito nacional destacam-se a Federação de Produtores de Fruta (FEDEFRUTA) e a Associação dos Exportadores (ASOEX), esta uma instituição mais ligada ao negócio exportador frutícola. Além dessas organizações cabe mencionar a Sociedade Nacional de Agricultura (SNA), a primeira organização envolvida nos problemas da fruticultura no país. Finalmente, cabe destacar o papel da Comissão Nacional da Fruta (CNF) uma instância que congrega os diferentes agentes do setor e assume as características de um comitê assessor em política frutícola.

Os chilenos avançaram muito na promoção da exportação de suas frutas, adotando uma estratégia que procura associar a qualidade do produto a uma identificação com a nacionalidade. A promoção, segundo ROSA (1994), é o único evento em que as empresas chilenas atuam em conjunto, entretanto, cada empresa detém sua própria marca. As marcas correspondentes às empresas são variadas tanto em termos de tradição como de qualidade. Existe um esforço de diferenciação dos produtos

e segmentação dos mercados, em função das exigências dos consumidores. O Chile exporta frutas de qualidade inferior para países da América Latina, reservando as melhores para a Europa e EUA. Operando com distintos segmentos de mercado, o país tem conseguido elevados índices de exportação de frutas frescas. (VILAS,1990)

Pólo Petrolina-Juazeiro: um modelo em construção

A exportação de frutas no pólo Petrolina-Juazeiro é uma atividade recente que nasceu e evoluiu, passo a passo, com o desenvolvimento da fruticultura na região. Os primeiros esforços de exportação já começaram em 1987, por iniciativa das grandes empresas, estimuladas pelos incentivos do governo para exportação, visando a obtenção de divisas. As primeiras iniciativas foram incipientes em volume, mas despertou nos grandes produtores a necessidade de uma maior organização, inclusive com a criação de órgãos que centralizassem as ações de comercialização dos produtores da região, a exemplo de cooperativas e, em especial, a criação da Associação dos Exportadores de Hortifrutigranjeiros e Derivados do Vale do São Francisco (Valexport).

O esforço exportador deve ser creditado, principalmente, a Valexport. Criada em 1988 em torno de um pequeno número de empresários, essa associação tinha como objetivo representá-los de forma institucional e conforme previsto no seu estatuto, visava: *“Manter relacionamentos e firmar convênios com órgãos, entidades e empresas públicas ou privadas, no país e no exterior, que exerçam atividades relacionadas com a produção, preparação, transporte, armazenamento, comercialização, exportação e promoção de produtos hortifrutigranjeiros no Brasil e no exterior, em todas as formas, inclusive através de participações em feiras, exposições, com fundos próprios ou de terceiros”*(VALEXPOR, 1998).

Assim, no campo da iniciativa privada, a Valexport passou a desempenhar um papel fundamental, junto ao setor público e organismos internacionais, visando remover os obstáculos institucionais, as restrições produtivas e as deficiências logísticas para conquista do mercado externo. Atualmente a Valexport está estruturada em torno de suas câmaras setoriais (Brazilian Grapes Marketing Board - BGMB, Pool de Fretes Marítimos, Câmara da Manga, Câmara da Uva de Mercado Interno).⁴ Com essa estratégia os produtores e empresas produtoras de frutas do pólo Petrolina-Juazeiro, evitam os exportadores (*tradings*) e negociam diretamente com os distribuidores e redes de supermercados no país de destino, tendo a Valexport como interlocutora.

O modelo exportador adotado pela Valexport, o *Marketing Board*, foi inspirado e adaptado a partir dos sistemas exportadores utilizados na África do Sul e Nova Zelândia, que funcionam através dos *boards*, estruturados sob a égide do Estado, que centraliza a exportação, atuando com marca única e detendo o controle monopolístico da comercialização externa. No entanto, o que singulariza o modelo adotado pela Valexport é a sua característica de sistema privado, sem as amarras do controle estatal, onde prevalece o espírito cooperativo entre os produtores e empresas associadas.

Aqui vale destacar o papel exercido pela Valexport como organização e “*locus*” da representação dos interesses empresariais, por sua capacidade de se articular com o Estado para obter e assegurar os benefícios das políticas públicas para o setor. Para isso esta associação participa e mantém uma rede de relações com instituições dos setores públicos e privados ocupando espaços estratégicos nos campos políticos e negociais. A Valexport, atualmente, detém as presidências do Instituto Brasileiro de Frutas (IBRAF), que agrega as principais associações ligadas ao negócio de frutas no país, e da comissão de fruticultura no âmbito do Comissão Nacional da Agricultura (CNA). Além do mais, é

⁴ Ainda sob a coordenação operacional da Valexport estão sendo conduzidos o “Programa de monitoramento das moscas-das-frutas” e o “Projeto de desenvolvimento e pesquisa de uvas sem sementes

membro da câmara setorial de fruticultura do Ministério da Agricultura e participa do Grupo de Trabalho da Fruticultura (GTF), do qual participam associações de representação de interesses privados ligadas a fruticultura e instituições governamentais ligadas aos Ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Agricultura e Abastecimento (MA) e Relações Exteriores (MRE).

Como resultado desse relacionamento entre os interesses privados e o Estado pode-se citar, a título de exemplo, a influência da Valexport na concepção e implementação do Programa de Apoio à Produção e Exportação de Frutas, Hortaliças, Flores e Plantas Ornamentais (FRUPEX) e do recente Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Fruticultura Irrigada do Nordeste (PADFIN). Vale também destacar a participação da Valexport, no Programa Setorial Integrado de Exportações de Frutas Brasileiras, que vem sendo montado desde setembro de 1998, numa ação conjunta IBRAF, Agência de Promoção de Exportação (APEX) e (MA) para divulgação das frutas no exterior.

As culturas de uva e manga, frutas que compõem a pauta de exportação do pólo, tiveram um grande incremento em suas áreas, no período de 1991 a 1998. Segundo dados da VALEEXPORT (1996) e VALEEXPORT (1999), neste período o volume de produção de uva passou de 32 mil para 110 mil toneladas anuais, enquanto a produção da manga evoluiu de 8,8 mil para 98 mil toneladas anuais. Enquanto isso, o volume exportado da uva que era 1,05 mil toneladas em 1991, atingiu o seu auge no ano de 1993, com 12,5 mil toneladas, seguindo uma tendência declinante a partir de então, para ficar em 4,5 toneladas no ano de 1998. A manga, por sua vez, teve uma trajetória ascendente no volume exportado, passando de 3,0 mil toneladas em 1991 para 39 mil toneladas em 1998.

Aqui é preciso considerar a importância que tem o mercado interno e o seu papel complementar com o mercado externo, inclusive, determinando a economia de escala que a atividade exportadora exige. Em torno desse mercado interno há um grande espaço para os mesmos produtos de exportação e mais um leque diversificado de frutas, que são explorados por diferentes agentes da produção e da distribuição, tais como os pequenos, médios e grandes produtores, atacadistas e varejistas, que tradicionalmente representam um papel significativo nas cadeias produtivas das frutas.

Também, deve-se considerar que a grande tendência no mercado de frutas frescas é o crescimento de um varejo muito concentrado, comandado pelas grandes redes de supermercados, que passam a exercer uma forte influência no consumo e nos mercados. Essa forma de manifestação e expansão do complexo internacional de suprimento de alimentos frescos, comandada por grandes distribuidores já aparece na região e está presente nas estratégias de atuação das grandes redes de supermercados, através da instalação de Centrais de Compras.

4 - Considerações finais

No Chile estruturou-se um modelo de produção e exportação de frutas, coordenado por empresas transnacionais, onde elas dominaram diretamente os serviços de processamento e de exportação e, através de mecanismos contratuais variados, a órbita da produção agrícola “*stritu sensu*”. Dessa forma o complexo frutícola do país está sob o controle de poucas e grandes empresas. Os negócios que essas empresas realizam no país significam apenas uma parte de suas operações comerciais, em nível mundial. Essa talvez seja uma das fragilidades do modelo chileno. Os interesses das multinacionais vão além daqueles específicos do país, pois operam em inúmeros países

e atividades, havendo grande risco de tais empresas mudarem sua estratégia de atuação, transferindo suas atividades para outros países.

A particularidade do complexo de frutas pólo Petrolina-Juazeiro é que este se integra ao mercado externo, por meio de empresas nacionais que controlam a produção e atuam de forma cooperativa nas atividades de exportação e nas suas relações com os grupos que comandam o segmento da distribuição no mercado internacional. A especialização da região na fruticultura teve seu impulso inicial na perspectiva de ocupação do mercado externo, mas o mercado nacional foi preponderante e a demanda interna absorveu a maior parcela da produção. A existência de um mercado interno de grande dimensão, confere ao setor uma relativa autonomia na organização do processo de produção, principalmente, quando se considera as dificuldades e barreiras que se antepõem ao competitivo mercado internacional.

As políticas públicas, principalmente as políticas macroeconômicas, fizeram uma enorme diferença. No Brasil, o problema da instabilidade das políticas em geral (juros, tributária, incentivos a pesquisa, entre outras), ao que parece, não estimulou as transnacionais para investir em plataformas de exportação no pólo Petrolina-Juazeiro, e quando investiram, como ocorreu com as grandes redes internacionais de supermercados - Carrefour e Royal Ahold (Bompreço) - tiveram como objetivo principal, o suprimento de suas lojas no mercado interno.

Assim, diferentemente do movimento de transnacionalização comandado pela empresas exportadoras no Chile, que orienta a produção para o mercado externo, o que parece ocorrer no pólo Petrolina-Juazeiro é um movimento em sentido diferente. Aqui, se manifesta uma tendência para as empresas estrangeiras da grande distribuição varejista de alimentos assumirem a coordenação do suprimento de frutas frescas, visando o abastecimento de suas lojas no mercados interno e externo.

5 - Bibliografia

- FAO FAOSTAT Database Results. Disponível: WWW. URL: <http://apps.fao.org>. **FAO**. Roma, Itália. Consultado em 04 julho. 1997.
- FAVERET FILHO, P; ORMOND, J.G.P.; PAULA, S.R.L.de. Fruticultura brasileira: a busca de um modelo exportador. **BNDES Setorial**. Rio de Janeiro, n. 9, p. 191-226, 1999b.
- GAYET, J.P. Especial fruticultura: receita para crescer. **Agroanalysis**. v. 19, n. 1, p. 39-43, 1999.
- GOMÉZ, S. Algunas características del modelo exportacion de fruta en Chile: orígenes y situación actual. **Serie Estudios Sociales**. Santiago, n. 59, p. 3-29, 1994.
- GOMÉZ, S. Exportação de frutas chilenas: reflexões sociológicas sobre uma experiência (madura?). In: Cavalcanti, J.S.B., (Ed). **Globalização, trabalho e meio ambiente: mudanças sócio-econômicas em regiões frutícolas para exportação**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1999. p. 171-220.
- MOREIRA, A.C. Especial Chile: Segredos da Prosperidade. **Panorama Rural**. São Paulo, n. 11, p. 70-80, 2000.
- ROSA, L.R. da. Análise de vantagens e estratégias competitivas do Chile e da África do Sul na exportação de uvas de mesa. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 29, n. janeiro/março, p. 3-13, 1994.
- TOMICH, F.A. Frutas. In: GASQUES, J.G., (Ed). **Competitividade de grãos e de cadeias selecionadas do agribusiness**. Brasília: IPEA, 1998. p. 33-55.
- VALEXPORT **Fruticultura: uma abordagem construtiva**. Petrolina, PE: Valexport, 1996.

VALEXPOR A Valexport uma rede estratégica territorializada. Petrolina, PE:
Valexport, 1998.

VALEXPOR Valexport e a fruticultura no Vale do Sub-médio São Francisco.
Petrolina, PE: Valexport, 1999.

VILAS, A.T. A exitosa agroindústria frutícola chilena de exportação. In: CONGRESSO
BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 27,1990, **Anais,**
SOBER, v. 1, 1990, Florianópolis-SC. p. 207-235.