

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM AGRONEGÓCIOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS**

Denise Saueressig

**O DESENVOLVIMENTO DA OLIVICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL:
POTENCIALIDADES E DESAFIOS**

Porto Alegre

2018

Denise Saueressig

**O DESENVOLVIMENTO DA OLIVICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL:
POTENCIALIDADES E DESAFIOS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Agronegócios.

Orientadora: Profa. Dra. Andrea Troller Pinto

Coorientador: Prof. Dr. Glauco Schultz

Porto Alegre

2018

Denise Saueressig

**O DESENVOLVIMENTO DA OLIVICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL:
POTENCIALIDADES E DESAFIOS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Agronegócios.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Andrea Troller Pinto - UFRGS

Prof. Dr. Glauco Schultz - UFRGS

Prof. Dr. Homero Dewes – UFRGS

Profa. Dra. Verônica Schmidt – UFRGS

Dr. Enilton Fick Coutinho - EMBRAPA

AGRADECIMENTOS

Só foi possível vencer o desafio de construir esta dissertação com estímulos generosos que recebi ao longo da caminhada no mestrado.

Agradeço inicialmente e de forma especial aos responsáveis pelo incentivo de sempre: meus pais, Ernesto e Normelia. A dedicação e o amor que carregam com vocês são admiráveis e me motivam a querer ser uma pessoa melhor.

Mateus, meu companheiro de vida há mais de 20 anos. Obrigada pelo amor, parceria e apoio nos muitos momentos em que também usou as habilidades de professor para me ajudar.

Minha orientadora, Profa. Andrea Troller Pinto, obrigada por aceitar embarcar comigo nessa aventura pelo mundo do azeite. Grata pelo aprendizado, pela paciência com meu tempo escasso, pelas trocas e pelas conversas que foram além da orientação.

Meu coorientador, Prof. Glauco Schultz, obrigada pelo apoio em momentos de dúvida e pela colaboração na construção da pesquisa.

Prof. Homero Dewes, grata por abrir nossas cabeças durante as disciplinas, pela inspiração e pela disposição em ajudar.

Ao Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios (CEPAN) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), que possibilitou um ambiente produtivo de geração de conhecimentos e de troca de experiências sobre um setor tão importante.

Ao coordenador da Câmara Setorial das Oliveiras da Secretaria da Agricultura, Paulo Lipp João. Obrigada por me receber tantas vezes e me auxiliar com informações imprescindíveis para o estudo.

Aos demais agentes da cadeia dessa cultura fascinante chamada oliveira que me receberam, me ouviram e, sobretudo, me ajudaram: Rafael Marchetti, Eudes Marchetti, Tales Altoé, Enilton Coutinho e Antônio Conte. Da mesma forma, agradeço a todos os produtores de azeite que gentilmente aceitaram responder ao questionário da pesquisa.

Grata à Editora Centaurus, meu local de trabalho como jornalista há 12 anos e que não criou empecilhos para que eu me ausentasse durante as aulas nas disciplinas cursadas no CEPAN, na etapa de coleta de dados e nos momentos de orientação.

Colegas do CEPAN que se tornaram amigos e que me apoiaram de formas distintas em diferentes momentos: Giovanna, Anelise, Toni, Claudinei, Marcela e Débora. Muito obrigada pelas conversas, conselhos e apoio acadêmico.

Aos amigos e familiares de perto e de longe que acompanharam o processo, se interessaram pela pesquisa e ouviram com interesse eu falar sobre o azeite gaúcho. De forma especial, à minha Confraria amada: Patrícia, Cristine, Luciana e Liège. Obrigada por existirem na minha vida.

Zidane, meu cachorro e companheiro fiel, que nunca poderá ler estas palavras, mas terá a minha eterna gratidão por estar sempre ao meu lado. Algumas vezes não compreendendo tanto tempo em frente ao computador e pedindo minha atenção, mas outras tantas vezes presente pacientemente com o silêncio contemplativo dos seres iluminados. Acredito que os animais são irmãos dos humanos no processo evolutivo, e Zidane me ensina todos os dias sobre o amor e a felicidade que reside na simplicidade.

*O vinho não é a única coisa a cantar
O azeite de oliva também canta
Ele vive em nós com sua luz madura
E entre as boas coisas da terra
Eu distancio
O azeite de oliva,
Sua inesgotável paz, sua essência verde
Seu tesouro repleto que descende
Das fontes abundantes da oliveira.
(Pablo Neruda, Ode ao azeite de oliva)*

RESUMO

Planta milenar e tradicional nas regiões às margens do Mar Mediterrâneo, a oliveira passou a ser cultivada com fins comerciais no Brasil nos últimos anos. O trabalho liderado por produtores e acompanhado de iniciativas públicas de incentivo possibilitou a formação de estruturas produtivas especialmente em estados das regiões Sul e Sudeste, onde as condições climáticas são adequadas, ainda que não sejam as mais recomendadas para a planta. O Rio Grande do Sul surge como destaque no cenário nacional, apresentando um crescimento consistente da atividade. Em 2008, a área cultivada em território gaúcho foi estimada em 139 hectares, enquanto em 2017, ultrapassou os 3 mil hectares. Marcas de azeite elaboradas no Estado têm qualidade reconhecida em premiações internacionais, um diferencial importante num ambiente liderado por rótulos estrangeiros. A evolução dos negócios envolvendo um sistema agroindustrial jovem, ainda em busca de consolidação, revela a importância de aprofundar as pesquisas na área. Com o propósito de contribuir para as discussões em torno do desenvolvimento da atividade, este estudo tem como objetivo principal identificar as potencialidades e as limitações da olivicultura no Rio Grande do Sul. Para a concretização do trabalho, foi realizada pesquisa exploratória que incluiu, entre os instrumentos de coleta de dados, a aplicação de questionários junto a produtores de azeite que contou com a participação de 15 representantes de rótulos elaborados no Estado. A opinião destes agentes é considerada fundamental para o entendimento dos processos das diferentes etapas da cadeia, já que os mesmos atuam desde a aquisição de insumos, até a comercialização do produto final. Além da caracterização dos produtores, o questionário foi construído com a abordagem de temas relevantes em três dimensões do sistema agroindustrial: produção (da utilização de insumos à industrialização), mercado consumidor e ambientes institucional e organizacional. A continuação do estudo buscou aprofundar temas considerados mais críticos com a realização de entrevistas presenciais com quatro informantes qualificados. Foram ouvidos um representante da Câmara Setorial das Oliveiras, da Secretaria da Agricultura do Estado, um especialista em fruticultura da Emater/RS e dois produtores de azeite, sendo que um deles também é presidente do Instituto Brasileiro da Olivicultura. A análise dos resultados permitiu a identificação de fatores positivos, considerados as potencialidades do setor, como é o caso do envolvimento de agentes dos ambientes institucional e organizacional que circundam a cadeia e que respondem por iniciativas que incluem legislação específica, programas oficiais de apoio à produção, recomendações técnicas, pesquisas agronômicas e organização do setor. Os desafios para o

processo de continuidade do desenvolvimento da olivicultura, no entanto, são diversos e envolvem aspectos como a necessidade de aprofundamento e de maior difusão de conhecimentos específicos sobre o cultivo em situações de clima muitas vezes adversas, capacitação de mão de obra para o trabalho nos olivais e ações de conscientização do consumidor. O esperado é que as conclusões propostas pelo estudo possam auxiliar na elaboração de políticas públicas e estratégias empresariais que favoreçam o desenvolvimento e a rentabilidade da olivicultura do Rio Grande do Sul e do Brasil.

Palavras-chave: Olivais. Produção de azeite de oliva. Sistema agroindustrial. Sul do Brasil. Consumidor de azeite de oliva.

ABSTRACT

A millennial and traditional plant in the regions on the shores of the Mediterranean Sea, the olive tree has been cultivated for commercial purposes in Brazil in recent years. The work led by producers and accompanied by public incentive initiatives made possible the formation of productive structures especially in states of the South and Southeast, where the climatic conditions are suitable, even if they are not the most recommended for the plant. The Rio Grande do Sul is featured on the national scene, showing a consistent growth of the activity. In 2008, the acreage in Gaucho territory was estimated in 139 hectares, while in 2017, exceeded 3.000 hectares. Brands of olive oil produced in the State have recognized quality in international awards, a key differentiator in an environment led by foreign labels. The evolution of business involving an agro-industrial system young, still in search of consolidation, reveals the importance of further research in the area. With the purpose of contributing to the discussions around the development of the activity, this study has as main objective to identify the potential and limitations of olive growing in Rio Grande do Sul. For the completion of work, exploratory research was conducted which included, among the data collection instruments, the application of questionnaires with the producers of olive oil that was attended by 15 representatives of labels in the State. The opinion of these agents is considered fundamental to the understanding of the processes of the different stages of the chain, since the acquisition of inputs, until the marketing of the final product. In addition to the characterization of the producers of olive oil, the questionnaire was built with the relevant issues in three dimensions of the agro-industrial system: production (the use of inputs to industrialization), consumer market and organizational and institutional environments. The continuation of the study sought to deepen the themes considered more critical with face-to-face interviews with four qualified informants. Were heard a representative of the Sectorial Chamber of Olives, of the State Department of Agriculture, a specialist in fruit growing of Emater/RS and two producers of olive oil, and one of them is also president of the Brazilian Institute of Olive Growing. The analysis of the results allowed the identification of positive factors, considered the potential of the sector, as is the case with the involvement of agents of institutional and organizational environments that surround the production chain and which account for initiatives that include specific legislation, official programmes to support the production, technical recommendations, agronomic research and industry organization. The challenges to the continuity of the development process of olive growing, however, are diverse and involve aspects such as the need for further development

and greater dissemination of specific knowledge about the production in climate situations many times adverse, training of manpower to work in olive groves and consumer awareness campaigns. The expected is that the conclusions proposed by the study can assist in the development of public policies and business strategies that promote the development and profitability of olive growing in Rio Grande do Sul and in Brazil.

Keywords: Olive groves. Production of olive oil. Agro-industrial system. Southern Brazil. Consumer of olive oil.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARGOS	Associação Rio-Grandense de Olivicultores
ASSOLIVE	Associação dos Olivicultores dos Contrafortes da Mantiqueira
BRDE	Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
COI	Consejo Oleícola Internacional
EMATER/PR	Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMATER/RS	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EPAGRI	Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
EPAMIG	Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
FAO/ONU	Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura
FARSUL	Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul
ha	Hectare
IBRAOLIVA	Instituto Brasileiro de Olivicultura
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
L	Litro
ml	Mililitro
mm	Milímetro
MODERAGRO	Programa de Modernização da Agricultura e Conservação dos Recursos Naturais
NAE	Núcleo de Atendimento Estatístico
OLISUL	Associação dos Olivicultores do Sul do Brasil
OLIVA	Associação Brasileira de Produtores, Importadores e Comerciantes de Azeite de Oliva
PENSA	Centro de Conhecimento em Agronegócios
PI	Produção integrada
PIB	Produto Interno Bruto
PROAGRO	Programa de Garantia da Atividade Agropecuária
PROAGRO MAIS	Programa de Garantia da Atividade Agropecuária da Agricultura Familiar

PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PRONAMP	Programa Nacional de Apoio ao Médio Produtor Rural
PRÓ-OLIVA	Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura
RENASEM	Registro Nacional de Sementes e Mudas
RS	Rio Grande do Sul
SAG	Sistema agroindustrial
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
t	Tonelada
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
USP	Universidade de São Paulo
VBP	Valor Bruto da Produção Agropecuária
ZARC	Zoneamento Agrícola de Risco Climático

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sistema de Agribusiness e Transações Típicas.....	27
Figura 2 - Participação dos principais países produtores de azeite	32
Figura 3 - Produção e consumo de azeite (em milhões de t).....	33
Figura 4 - SAG da olivicultura no Rio Grande do Sul	44
Figura 5 - Evolução da área cultivada com olivais no RS (em ha)	46
Figura 6 - Zoneamento Edafoclimático da Olivicultura para o RS	52
Figura 7 - Localização dos produtores participantes da pesquisa	59
Figura 8 - Importações brasileiras de azeitonas (em mil t).....	64
Figura 9 - Importações brasileiras de azeite de oliva (em mil t)	81

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Marcas de azeite participantes do Pró-Oliva.....	39
Quadro 2 - Resumo dos questionários aplicados.....	40
Quadro 3 - Informantes entrevistados e codificação utilizada na análise dos resultados.....	54
Quadro 4 - Resumo das potencialidades e desafios da olivicultura no RS.....	97-98

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Auto definição de cargos pelos respondentes.....	55
Tabela 2 - Ano de início de cultivo, área cultivada e volume produzido em 2017	56
Tabela 3 - Categorização dos produtores de acordo com o volume de azeite produzido.....	57
Tabela 4 - Ocorrências climáticas relatadas pelos produtores.....	69
Tabela 5 - Principais desafios na colheita	72
Tabela 6 - Relação entre preço e volume produzido	80
Tabela 7 - Relação entre crédito e área plantada	85
Tabela 8 - Frequência das respostas sobre a importância de ampliar o conhecimento e as informações sobre o cultivo dos olivais	88
Tabela 9 - Relação entre a capacitação dos técnicos e área cultivada.....	90
Tabela 10 - Frequência das respostas sobre o grau de importância da atuação governamental sobre diferentes aspectos da atividade.....	91

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
1.1 OBJETIVOS	21
1.1.1 Objetivo geral	21
1.1.2 Objetivos específicos.....	21
1.2 JUSTIFICATIVA	22
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	24
2.1 TEORIAS DE <i>AGRIBUSINESS, COMMODITY SYSTEM APPROACH E FILIÈRE</i> ...	24
2.2 PROPOSTA CONCEITUAL DE SISTEMA AGROINDUSTRIAL	26
2.3 OLIVICULTURA	29
2.3.1 Olivicultura no mundo	29
2.3.2 Produção e consumo de azeite	32
2.3.3 Olivicultura no Brasil.....	33
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	36
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	36
3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	36
3.2.1 Pesquisa bibliográfica e documental.....	37
3.2.2 Pesquisa de observação	37
3.2.3 Questionários	38
3.2.4 Entrevistas.....	41
3.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	41
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	43
4.1 DESCRIÇÃO DO SAG DA OLIVICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL	43
4.1.1 Insumos.....	44
4.1.2 Produção primária	45
4.1.3 Agroindústria.....	46

4.1.4 Distribuição	47
4.1.5 Consumidor	47
4.1.6 Ambiente Institucional	48
4.1.7 Ambiente Organizacional	51
4.2 DESCRIÇÃO DOS ENTREVISTADOS E CARACTERIZAÇÃO DOS PRODUTORES DE AZEITE	53
4.2.1 Cargos dos respondentes.....	54
4.2.2 Início do cultivo, tamanho de área e volume de produção	55
4.2.3 Localização da propriedade.....	58
4.2.4 Variedades cultivadas	60
4.2.5 Início da fabricação de azeite e indústria própria	61
4.2.6 Produção de azeitonas em conserva e outros produtos.....	63
4.3 ASPECTOS PRODUTIVOS	65
4.3.1 Investimento	66
4.3.2 Condições climáticas	67
4.3.3 Mudanças defensivas	71
4.3.4 Colheita.....	72
4.3.5 Equipamentos	73
4.3.6 Produtividade.....	74
4.3.7 Mão de obra	75
4.4 MERCADO CONSUMIDOR	76
4.4.1 Conhecimento do consumidor e divulgação.....	76
4.4.2 Preço, comercialização e identificação	79
4.5 AMBIENTES INSTITUCIONAL E ORGANIZACIONAL	84
4.5.1 Crédito.....	84
4.5.2 Evolução da pesquisa	86
4.5.3 Conhecimento e informações técnicas	87

4.5.4 Recursos humanos técnicos	89
4.5.5 Atuação governamental	91
4.6 CONSIDERAÇÕES SOBRE COMPETITIVIDADE E O SAG DA OLIVICULTURA.....	92
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	99
REFERÊNCIAS	101
APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO COM OS PRODUTORES DE AZEITE	113
APÊNDICE B – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS.....	121

1 INTRODUÇÃO

Quando o botânico francês Auguste de Saint-Hilaire visitou o Rio Grande do Sul, nos anos de 1820 e 1821, relatou em seus diários a presença de árvores de oliveiras que produziam muito bons frutos, embora em pequena quantidade. Na descrição que compõe a sua obra “Viagem ao Rio Grande do Sul”, o desbravador europeu narra que provou “deliciosas azeitonas” cultivadas nos arredores de Porto Alegre, e que, na percepção dele, não passavam de objeto de curiosidade para os moradores locais. Saint-Hilaire considerou que, à medida que a população e o número de propriedades aumentassem, a cultura da oliveira poderia se tornar uma nova fonte de renda na região (SAINT-HILAIRE, 2002).

Planta tradicionalmente cultivada nas regiões semiáridas às margens do Mar Mediterrâneo, a oliveira foi introduzida no Brasil logo após a colonização por imigrantes portugueses, italianos e espanhóis. Pelo simbolismo bíblico, era comum haver árvores plantadas próximas a capelas e igrejas na época do Brasil Colônia. A expansão do cultivo, no entanto, foi desestimulada pela Coroa portuguesa, que não aceitava a possibilidade da concorrência com os azeites produzidos em Portugal (COUTINHO et al., 2009a).

No final dos anos 1930 foram registradas tentativas de cultivo no País. O governo do Rio Grande do Sul importou plantas da Argentina para realizar estudos em estações de pesquisa. Já em 1948, foi criado em caráter oficial o Serviço Oleícola, órgão integrante da Secretaria da Agricultura (RIO GRANDE DO SUL, 2015a). Algumas publicações técnicas foram lançadas e, entre os anos de 1950 e 1960, foram distribuídas cerca de 300 mil mudas em diversas regiões do Estado. Entretanto, a carência de conhecimento, de tecnologias apropriadas e de manejo adequado são algumas das razões para insucessos na produção nas décadas seguintes.

Se por um lado, a produção nacional não prosperou, por outro, o Brasil se firmou como grande importador. Em 1990/1991, as importações de azeite pelo País somavam 13,5 mil toneladas, segundo dados do *Consejo Oleícola Internacional* (COI). Já em 2012/2013, o Brasil importou o volume recorde de 73 mil toneladas de azeite (COI, 2017a).

No ciclo agrícola 2016/2017 (01 de outubro de 2016 a 30 de setembro de 2017), as importações registraram incremento de 17% sobre o período anterior, alcançando 59.460,4 toneladas. De acordo com o órgão que reúne os grandes fabricantes mundiais, o Brasil apresentou o maior crescimento entre os importadores. A origem dos importados evidencia uma considerável concentração de fornecedores: Portugal responde por 57% das compras brasileiras, seguido pela Espanha, com uma fatia de 20% (COI, 2017b).

O Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior confirma a forte demanda pelo azeite. Para efeito comparativo, em 2005, o País importou pouco mais de 27 mil toneladas do produto. Já em 2017, foram praticamente 60 mil toneladas, o equivalente a US\$ 333,3 milhões, ou mais de R\$ 1 bilhão (BRASIL, 2018a). Com exceção do comércio realizado entre os países da comunidade europeia, o Brasil ocupa a segunda posição entre os importadores, atrás apenas dos Estados Unidos. Quando são considerados os compradores europeus, o Brasil aparece em sexto no ranking da importação mundial (COI, 2017b).

O País também é um grande importador de azeitonas de mesa. No ciclo 2016/2017, as aquisições do produto tiveram incremento de 15% em relação ao mesmo período anterior, o maior aumento entre os países importadores. O total adquirido somou 114.284,8 toneladas (COI, 2017b).

O incremento das importações de azeite e de azeitonas tem razões como a chegada de produtos importados com preços mais acessíveis, o aumento do poder aquisitivo de algumas classes sociais no País e a divulgação de benefícios da dieta mediterrânea (BERTONCINI, TERAMOTO e PRELA-PANTANO, 2010). O consumo do azeite extravirgem está associado a aspectos de saudabilidade, como controle do colesterol e redução da incidência de doenças cardiovasculares (DUTRA, DUARTE e SOUZA, 2013). Estudos ainda sugerem que as propriedades antioxidantes do azeite podem inibir a proliferação de células cancerígenas no organismo (MUELLER, 2012).

Embora seja inquestionável o aumento do mercado interno, entende-se que ainda existe muito espaço para crescimento, uma vez que os números brasileiros de consumo, de menos de 300 ml por pessoa ao ano, estão muito distantes de volumes europeus (BRASIL, 2018a; COI, 2017b). Na Espanha e na Itália, por exemplo, os habitantes consomem cerca de 13 litros por pessoa ao ano, enquanto na Grécia, são aproximadamente 21 litros por pessoa ao ano (MUELLER, 2012).

O mercado consumidor aquecido e experiências lideradas por produtores possibilitaram o surgimento de um novo ciclo da olivicultura no Brasil, e o Rio Grande do Sul desponta como um dos principais estados neste contexto. Especialmente a partir do início dos anos 2000, olivais foram implantados por empreendedores com motivações diversas, seja realização pessoal, curiosidade ou diversificação das atividades geradoras de renda. O cultivo da oliveira e a elaboração do azeite no Brasil acompanham um movimento maior, em que a presença de olivais passou a integrar a paisagem agrícola de diferentes países. Sánchez Martínez (2016) relata que

em todas as regiões onde atualmente existem pomares implantados, o consumo de azeite precedeu e encorajou a produção.

Na safra 2005/2006 foram identificados pouco mais de 100 hectares com olivais no Rio Grande do Sul, enquanto em 2016/2017, a área somou 3.464,6 hectares (JOÃO e CONTE, 2007; JOÃO, ALMEIDA e AMBROSINI, 2017). O processamento da matéria-prima dos pomares em produção fez surgir marcas de azeite, além de envolver órgãos de pesquisa, extensão rural e governo. Apesar do pouco tempo de produção, alguns rótulos de fabricantes gaúchos já receberam prêmios internacionais pela alta qualidade, um diferencial importante em um mercado onde há forte concorrência com os importados (EVOOWR, 2017).

Para Coutinho e Jorge (2013), existe a oportunidade real para que o Brasil se torne um grande produtor de azeite e de azeitonas de mesa em médio e longo prazo. No entanto, para que esse objetivo seja alcançado, é imprescindível a organização de toda a cadeia, o que inclui agentes da produção, do beneficiamento, da comercialização, das instituições financeiras e dos órgãos de pesquisa e extensão. É um trabalho conjunto que poderá ajudar o País a reduzir a dependência externa de azeite e ainda colaborar para a geração de renda e de empregos.

Num cenário marcado pela grande presença de produtos importados, pelo interesse do consumidor e pela alta qualidade da produção nacional, torna-se evidente a necessidade de aprofundar pesquisas a respeito da olivicultura brasileira, assim como de seus desafios. Considerando este contexto, o presente estudo pretende contribuir no entendimento do panorama exposto tendo como problemática de pesquisa responder à seguinte questão: Quais são os elementos que favorecem e dificultam o desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul?

1.1 OBJETIVOS

A seguir são apresentados os objetivos que norteiam a pesquisa.

1.1.1 Objetivo geral

- Identificar as potencialidades e as limitações da olivicultura no Rio Grande do Sul.

1.1.2 Objetivos específicos

- Descrever o sistema agroindustrial (SAG) da olivicultura no Rio Grande do Sul.
- Caracterizar os produtores de azeite participantes do Programa Pró-Oliva.
- Compreender, a partir da opinião dos produtores de azeite, os principais desafios do setor.
- Identificar possibilidades para melhorias dos pontos críticos indicados pelos agentes do sistema.

1.2 JUSTIFICATIVA

A pesquisa envolve uma abordagem pioneira a respeito de uma cadeia produtiva ainda jovem, com desenvolvimento consistente nos últimos anos, demonstrando a relevância da mesma, tanto do ponto de vista acadêmico como no âmbito mercadológico. Sua contribuição científica se dá não somente pelo levantamento bibliográfico e pela pesquisa de campo, mas também pela abordagem quali-quantitativa e que permite uma maior possibilidade de compreensão pelo cruzamento de dados.

A importância mercadológica do estudo se torna evidente pela crescente produção do azeite gaúcho, assim como pelo interesse do mercado consumidor. A área plantada com olivais no Rio Grande do Sul registrou aumento de 2.392,5% entre os anos de 2008 e 2017, e os rótulos elaborados no estado vêm obtendo reconhecimento inclusive em premiações internacionais.

Em paralelo ao cenário promissor vislumbrado pelo aumento do consumo e pelas iniciativas de produção, é necessário considerar as limitações que inevitavelmente acompanham uma atividade agroindustrial de desenvolvimento recente. Nesse sentido, identificar gargalos é um passo importante para a construção de melhorias que possam resultar em fortalecimento da cadeia nos próximos anos.

A visão dos produtores de azeite é considerada elementar para fornecer subsídios ao cumprimento dos objetivos propostos. Estes empresários, que integram a amostra selecionada para fornecer parte dos dados do estudo, estão ligados a todos os processos da atividade, desde a aquisição de insumos para o cultivo de olivais até a comercialização de azeite ao consumidor final.

A abordagem de sistema agroindustrial (SAG) como proposta analítica fornece elementos que permitem estudar o tema além da produção propriamente dita, ampliando a investigação para aspectos que envolvem também os ambientes institucional e organizacional formados no entorno da cadeia (ZYLBERSZTAJN, 1995; 2010). Da mesma forma, a pesquisa bibliográfica e documental permite a descrição de aspectos relevantes da olivicultura mundial

e que representam pontos de interesse para contextualizar a atividade no Brasil e no Rio Grande do Sul.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura da dissertação está dividida em dois tópicos. O primeiro deles apresenta teorias com abordagens relacionadas a conceitos do agronegócio e à proposta de análise de sistema agroindustrial (SAG). A segunda seção faz a caracterização do histórico e do cenário atual da olivicultura no mundo e no Brasil enumerando aspectos de produção e consumo.

2.1 TEORIAS DE *AGRIBUSINESS*, *COMMODITY SYSTEM APPROACH* E *FILIÈRE*

As mudanças nos sistemas agrícolas, especialmente na segunda metade do século XX, motivaram uma série de estudos sobre as operações que envolvem mais do que a produção propriamente dita, agregando as atividades a jusante e a montante do processo. O trabalho mais reconhecido é o realizado por John Davis e Ray Goldberg na Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, em 1957.

Os dois pesquisadores, conforme citado por Batalha e Silva (2014), foram responsáveis pela criação do conceito de *agribusiness*, que envolve a soma de todas as operações de produção, armazenamento, processamento e distribuição, tanto de insumos quanto de produtos agrícolas e seus derivados. Assim, a atividade agrícola passa a fazer parte de uma extensa rede de agentes econômicos. Graziano da Silva (1996, p.66) considera que os trabalhos de Harvard tiveram “o grande mérito de deslocar o centro da análise de ‘dentro para fora da fazenda’, evitando tratar o setor agrícola como isolado do resto da economia”.

O termo agronegócio marcou definitivamente a forma moderna de pensar a agricultura, avaliam Mendes e Padilha Junior (2007). Os autores descrevem que, desde a década de 1960, nos Estados Unidos, principalmente, e a partir dos anos 1970, no Brasil, o setor experimenta rápida transformação em razão do surgimento de novas indústrias ligadas ao negócio e da maior especialização e constante crescimento das atividades agrícolas.

Considerando o contexto histórico, é importante destacar que, no período que sucedeu a Segunda Guerra Mundial, a produção de alimentos passa a utilizar, cada vez mais, insumos industrializados adquiridos no mercado (LUTZENBERGER, 2001). Ao mesmo tempo, outras etapas, como armazenagem, processamento e distribuição passam a ter maior complexidade e já não são mais realizadas apenas pelo produtor e exclusivamente nas propriedades rurais (ZYLBERSZTAJN, 2010).

A noção de *commodity system approach* (CSA) é abordada em estudo posterior de Goldberg que envolveu os sistemas de soja, trigo e laranja nos Estados Unidos. Em 1968, conforme cita Zylbersztajn (2010), o autor redefine o conceito de *agribusiness*, com o enfoque de que um sistema de commodities engloba todos os atores envolvidos com a produção, processamento e distribuição de um produto, além de instituições como as que são representadas pelo governo, mercados futuros e associações de comércio.

A partir desta definição, o pesquisador norte-americano passa a aplicar conceitos com origem na economia industrial, indo além do referencial teórico da matriz insumo-produto (BATALHA e SILVA, 2014). Os sistemas são, então, estudados com análise de estrutura-conduta-desempenho, considerando aspectos como lucratividade, estabilidade de preços, estratégia das corporações e adaptabilidade (ZYLBERSZTAJN, 2010). Assim, aspectos dinâmicos são incorporados com o objetivo de identificar as mudanças que atingem determinado sistema.

Para Zylbersztajn (2010), desde a publicação dos trabalhos de Davis e Goldberg (1957) e Goldberg (1968), as relações de dependência que existem entre os diferentes elos de uma cadeia não podem mais ser ignoradas. Os estudos de Harvard anteciparam as principais tendências dos sistemas agroalimentares modernos, determinadas por mudanças tecnológicas importantes na etapa produtiva derivadas das ligações entre a produção propriamente dita e os fornecedores de insumos (ZILBERSZTAJN, 1995). Ao mesmo tempo, ficam evidentes as fortes relações entre a indústria de alimentos e os canais de distribuição. Também há ênfase no crescente poder dos consumidores, na importância da coordenação vertical e na mudança do papel do Estado.

Outra abordagem surge a partir de estudos da escola de economia francesa que levaram à criação do conceito de cadeia (*filière*), que reafirma o crescimento da interação entre as diferentes etapas do processo produtivo, desde a industrialização de insumos até a fabricação de alimentos. Graziano da Silva (1996, p.67) cita que mais do que “traduzir” o termo *agribusiness* para o francês, Louis Malassis “ênfaticamente enfatizou a sua dimensão histórica, situando o complexo agroindustrial como característico da etapa do desenvolvimento capitalista em que a agricultura se industrializa”.

Os conceitos relacionados, segundo Zylbersztajn (1995), consideram o agronegócio sob a ótica sistêmica, ou seja, evidenciam as relações existentes entre atores de diferentes setores da economia, reexaminando as diferenças que existem entre os segmentos agrícola, industrial e de serviços. Embora com diferentes denominações e enfoques, as concepções apresentam em comum a ideia de que as relações ao longo das cadeias produtivas podem auxiliar na elaboração

de estratégias empresariais e políticas públicas. Para Batalha e Silva (2014), observações que consideram uma cadeia de produção agroindustrial favorecem a visão global do sistema. Dessa forma, é possível perceber a importância de aprimorar a articulação entre os agentes econômicos privados, o poder público e os desejos e necessidades do consumidor.

Atualmente, no Brasil, as análises relacionadas ao agronegócio consideram a soma de quatro segmentos: insumos para a agropecuária, produção agropecuária básica (primária), agroindústria (processamento) e agrosserviços. Este conjunto de segmentos é válido tanto para o ramo agrícola, quanto para o pecuário (CEPEA, 2017).

Em 2017, o Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio respondeu por 21,58% do PIB brasileiro, num valor de R\$ 1,4 trilhão. Deste total, os insumos participaram com 4%, a agropecuária com 25%, a indústria com 29% e, os serviços, com 41% (CEPEA, 2017). Ainda em 2017, as exportações do agronegócio somaram US\$ 96 bilhões, representando 44% das vendas externas totais do País no ano (CEPEA, 2018).

2.2 PROPOSTA CONCEITUAL DE SISTEMA AGROINDUSTRIAL

No Brasil, termos como cadeia de produção, complexo agroindustrial e agronegócio passam a ser utilizados mais frequentemente a partir da década de 1980, num processo de reflexão teórica a respeito das transformações percebidas na produção rural do País. Trabalhos desenvolvidos desde 1990 pelo Centro de Conhecimento em Agronegócios (PENSA), da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP) estão entre as pesquisas que colaboraram para a disseminação destes conceitos nos meios acadêmico e econômico brasileiros.

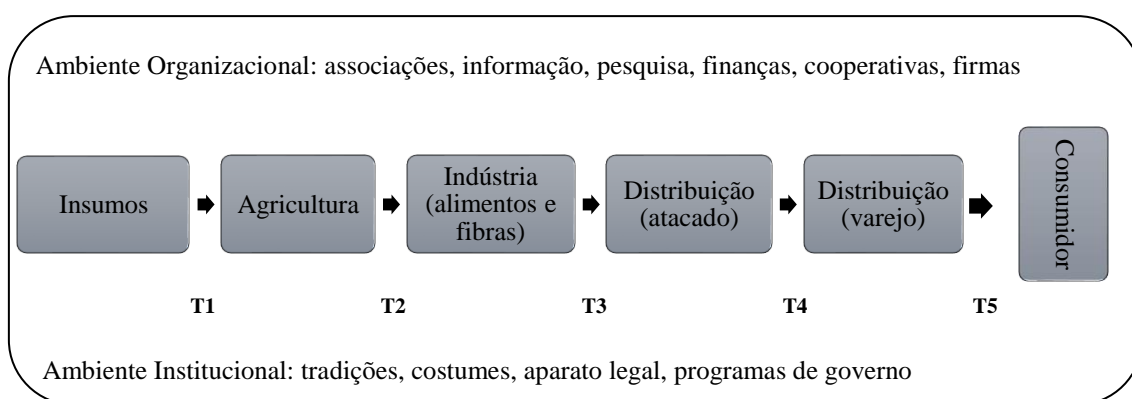
Uma das propostas conceituais dos pesquisadores do PENSA refere-se ao sistema agroindustrial (SAG). Zylbersztajn (2010) define o SAG como um conjunto de relações contratuais entre empresas e agentes especializados, cujo objetivo final é disputar o consumidor de determinado produto. O autor ressalva que, embora o SAG represente um conceito mais amplo, por envolver os ambientes institucional e organizacional, a literatura de cadeias produtivas também considera aspectos institucionais.

O SAG, de uma forma geral, é focalizado em um produto e a dimensão geográfica dependerá de cada caso. Uma característica destes sistemas são as modificações que podem ocorrer ao longo do tempo, já que as relações entre os agentes podem sofrer mudanças originárias em fatores externos ou tecnológicos (ZYLBERSZTAJN, 2010). Percebe-se, ao analisar a cadeia produtiva da olivicultura no Rio Grande do Sul, que transformações

importantes vêm ocorrendo nos últimos anos, como consequência também de um sistema que ainda se encontra em estruturação por representar uma atividade jovem em comparação com outras tradicionais cadeias do estado, como a soja, a pecuária ou o arroz.

Os agentes que compõem o SAG são os fornecedores de insumos, os produtores responsáveis pela geração da matéria-prima, as agroindústrias, os distribuidores (atacado e varejo) e o mercado consumidor. Os ambientes institucional e organizacional representam as margens que amparam o fluxo formado pelos agentes. A Figura 1 resume o fluxo e, em seguida, é apresentado o detalhamento dos agentes, segundo análise de Zylbersztajn (1995; 2010).

Figura 1 – Sistema de Agribusiness e Transações Típicas



Fonte: Adaptado de Zylbersztajn (1995; 2010).

Nota: T: Transações

Fornecedores de insumos: Podem ser consideradas pelo menos quatro grandes indústrias: fertilizantes, defensivos, sementes e equipamentos. Cada um destes segmentos tem suas características próprias e, em geral, tem sua relação com o produtor rural intermediada por agentes especializados na venda dos produtos. Exemplo são as concessionárias de máquinas e implementos agrícolas.

Produção primária: Agente responsável pela geração da matéria-prima que posteriormente será industrializada. São os produtores que estão no campo e, na maioria das vezes, distantes do consumidor final. No entanto, a produção agrícola está em processo de crescente complexidade, o que tem provocado mudanças no perfil do produtor rural. Aspectos técnicos, mercadológicos, ambientais e de recursos humanos direcionam comportamentos do produtor que, muitas vezes, toma decisões e obtém informações assim como os empresários urbanos. A multifuncionalidade do espaço rural leva à formação de um novo perfil que vai além do tradicional homem do campo.

Agroindústria: Agente responsável pela transformação de determinada matéria-prima, sendo que essa transformação pode apenas adicionar atributos ao produto como pode também interferir em seus aspectos físicos. A agroindústria pode ser tanto uma empresa familiar, de pequeno porte, quanto uma multinacional processadora de grandes volumes. Também representa o agente que se relaciona tanto com o produtor fornecedor de matéria-prima, quanto com o distribuidor, ou seja, seu cliente.

Atacado: Plataformas centrais que abastecem os varejistas, os canais do varejo também passam por transformações advindas da modernização nas relações entre os agentes. Uma dessas mudanças deve-se ao fato de que surgem plataformas especializadas e mercados alternativos de distribuição de produtos específicos que conquistam vantagens de eficiência em relação a plataformas de distribuição de muitos produtos. Merece atenção o crescimento de relações contratuais e diretas entre grandes supermercados e produtores, principalmente quando se trata de produtos alimentícios frescos.

Varejo: A comercialização dos alimentos é realizada por agentes com diferentes características e níveis de especialização. Pode ser tanto o grande supermercado, quanto a padaria do bairro, o mercado de rua ou a loja especializada em determinados produtos. Assim como observado entre os consumidores, o varejo também sofre modificações ao longo do tempo, com a maior valorização, por exemplo, de selos de procedência que indicam rastreabilidade. Apesar da diversidade vista no varejo, é inegável o poder de coordenação exercido pelos grandes supermercados.

Consumidor: É o ponto para onde converge o fluxo de produtos do SAG. O consumidor define suas escolhas com base em decisões que consideram diferentes aspectos em suas vidas, como renda, faixa etária, preferências ou necessidades alimentares. É interessante ressaltar que o consumidor permanentemente desafia a produção e a indústria, já que altera seus hábitos ao longo do tempo. Comportamentos modernos, por exemplo, incluem maior preocupação com saúde e qualidade de vida, assim como aspectos éticos que envolvam o processo produtivo.

Ambientes institucional e organizacional: Representam as margens do SAG. As instituições são representadas por leis, tradições, costumes e políticas setoriais governamentais. As organizações ajudam a dar suporte ao fluxo do sistema. São universidades, associações de produtores, sindicatos, institutos de pesquisa, empresas, cooperativas, instituições de crédito, entre outras. As organizações podem mudar mais rapidamente, enquanto as instituições levam mais tempo para passar por modificações. Dessa forma, as empresas adaptam-se ao ambiente institucional, mas também trabalham para modificá-lo por meio de legislações, por exemplo. As câmaras setoriais são exemplos de organizações desenhadas para auxiliar na efetivação de

negociações entre os agentes de uma cadeia produtiva. A compreensão da importância de ambos os ambientes para o funcionamento do SAG é fundamental para estratégias de ações públicas e privadas.

2.3 OLIVICULTURA

Para uma contextualização mais adequada da olivicultura, o estudo apresentará um breve histórico da produção mundial e de seu desenvolvimento em outros estados do Brasil. Perspectivas de consumo também serão abordadas para ilustrar o panorama de mercado do azeite.

2.3.1 Olivicultura no mundo

A oliveira (*Olea europaea* L.) pertence à família botânica Oleaceae, cuja maioria das espécies é representada por árvores e arbustos (COUTINHO e JORGE, 2013). É um dos cultivos mais antigos da humanidade. Embora a literatura reconheça a dificuldade de estabelecer a origem exata da planta, há relatos de que o cultivo seja proveniente de regiões da Síria, do Líbano ou de Israel. Acredita-se que sua domesticação teve início no período Paleolítico e Neolítico, entre 10000 e 3000 a.C, possivelmente na Mesopotâmia, de onde foi difundida para o Egito, em 2000 a.C., e ilhas da Ásia Menor e Grécia Continental, em 1800 a.C. (VIEIRA NETO et al., 2008).

A expansão do cultivo para as nações às margens do Mar Mediterrâneo acompanhou o desenvolvimento econômico, político e cultural das civilizações locais. Mueller (2012) retrata que no terceiro milênio a.C., os lucros da venda de azeite de oliva representavam a alma de várias economias da região.

Loumou e Giourga (2003) citam que a árvore da oliveira é emblemática para as zonas do Mediterrâneo. Juntamente com o cultivo de videiras e de cereais, a olivicultura representa atividade agrícola tradicional nestas regiões, com características marcantes nas paisagens agrícolas locais. Para Polymerou-Kamilakis (2006), a cultura da oliveira se manifesta em um simbolismo que transcende tempo e lugar, com significados que transitam em diferentes aspectos e costumes relacionados à vida das populações mediterrâneas.

Ao longo da história, o azeite, além dos usos culinários, esteve relacionado a ritos ligados à religião. Considerado “óleo dos santos” ou “óleo da oração”, o azeite era recolhido em locais sagrados por peregrinos medievais e levado até suas casas. Acreditava-se que o óleo

utilizado nas lamparinas absorvesse a santidade dos santuários onde era queimado (MUELLER, 2012).

O uso medicinal caminhou paralelamente aos rituais sagrados. Seguindo indicações de Hipócrates, farmacêuticos e boticários medievais prescreviam o óleo para a cura de inúmeras doenças do corpo, da mente e do espírito (MUELLER, 2012). O mesmo autor relata que em 1850 a.C., os perfumes elaborados com azeite eram parte de uma indústria importante em Chipre, sendo que a ilha os exportava a todos os países mediterrâneos.

A oliveira e o azeite também tiveram destaque na mitologia, nos textos bíblicos e nas produções artísticas de alguns países. Entre os egípcios, por exemplo, as ânforas de azeite eram objetos comumente encontrados em túmulos. Já no século V a.C., atenienses e espartanos utilizavam o produto em banhos e na prática de atividades físicas, quando o corpo de lutadores era ungido antes dos combates (MUELLER, 2012).

A descoberta da América, em 1492, fez com que a oliveira ultrapassasse as fronteiras do Mediterrâneo. A partir de 1560, a planta passa a ser cultivada em países como México, Peru, Jamaica, Estados Unidos, Chile e Argentina. Mais recentemente, olivais foram implantados em países como África do Sul, Austrália, Japão, China, Uruguai e Brasil. A expansão é percebida tanto em zonas que registram condições semelhantes às encontradas no Mediterrâneo, quanto em áreas marginais (WREGGE et al., 2015).

Ensaio de aclimação também são registrados em zonas de países como Etiópia, Madagascar, Coreia do Sul e El Salvador, o que consolida a ideia de que o olival não se trata de um cultivo exclusivamente mediterrâneo (SÁNCHEZ MARTÍNEZ, 2016). O mesmo autor classifica países que podem se tornar “eldorados” da produção, como o Uruguai e o Brasil. Ambos seguem caminho semelhante à Argentina, que contou com incentivos governamentais para o fomento da produção, que está presente em cerca de 100 mil hectares (MATÍAS et al., 2012). Apesar dos volumes bem inferiores em relação a Portugal e Espanha, a Argentina é o terceiro maior fornecedor de azeite para o Brasil (AMBROSINI et al., 2017).

O Uruguai reúne condições de relevo e de clima semelhantes às encontradas no Rio Grande do Sul e vem trabalhando com um planejamento ordenado da produção, fatos que vêm colaborando para que representantes da cadeia produtiva gaúcha busquem informações no país vizinho (PASCOTINI, 2017). O desenvolvimento da atividade no Uruguai tornou-se mais intenso a partir de 2002 e, em 2012, o país atingiu uma área plantada estimada em cerca de 9 mil hectares (ROSA, 2012). Existe a expectativa de que o cultivo possa chegar aos 15 mil hectares em 2020. A produção, que tem origem em mais de 30 marcas, se aproxima dos 750 mil litros de azeite, ou 50% do consumo nacional.

A superfície cultivada mundialmente com olivais vem crescendo desde a segunda metade do século XX, quase quadruplicando nos últimos 50 anos (SÁNCHEZ MARTÍNEZ, 2016). A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO/ONU) contabiliza uma área colhida de 10.650.387 hectares de oliveiras em 2016 em um total de 41 países (CROPS, 2016), 20 países a mais do que foi registrado em 1961. Outras fontes sugerem que o cultivo esteja presente em cerca de 50 países (SÁNCHEZ MARTÍNEZ, 2016). A concentração das áreas produtoras está entre as latitudes 30° e 45° nos hemisférios Norte e Sul (COUTINHO e JORGE, 2013). De modo geral, essas regiões têm como características o verão quente e seco, e baixas temperaturas no inverno.

Na Espanha, o maior produtor mundial de azeite, a superfície cultivada com olivais ultrapassa os 2,5 milhões de hectares, e a região da Andaluzia responde por cerca de 70% da produção. Sanz Cañada et al. (2010) relatam que os sistemas agroalimentares formados pela atividade oleícola no país europeu, além da evidente relevância econômica, têm implicações importantes na gestão do meio ambiente e das paisagens agrárias das regiões produtoras.

Os autores definem a olivicultura local em três categorias: i) olivais intensivos de alto rendimento, com alta densidade de plantação, entre 200 e 2 mil plantas por hectare e produtividade entre oito e 12 toneladas/hectare (área em torno de 500 mil hectares); ii) olivais de médio rendimento, com 3,5 toneladas/ha de produtividade e densidade de 80 a 120 plantas por hectare (cerca de 1,2 milhão de hectares); e iii) olivais de baixo rendimento, com produtividade de 1,75 tonelada/ha e densidade de 80 a 120 plantas por hectare (aproximadamente 800 mil hectares).

Tal classificação permite identificar características importantes no principal produtor mundial de azeite de oliva. As plantações intensivas são consideradas a “nova olivicultura” espanhola, marcados por altos investimentos e mecanização das áreas. Já os pomares de baixa produtividade necessitariam de mudanças para sua permanência, como sistemas de produção alternativos que considerem, por exemplo, a agricultura ecológica e a denominação de origem para os azeites produzidos (SANZ CAÑADA et al., 2010; SÁNCHEZ MARTÍNEZ, 2016).

Os contrastes entre os diferentes perfis identificados na Espanha são evidentes. Há casos em que um hectare de um olival superintensivo alcança um resultado de colheita equivalente a 20 ou 30 hectares de um olival marginal (SÁNCHEZ MARTÍNEZ, 2016). Para o autor, existem muitas possibilidades para resolver o que ele chama de nova crise da olivicultura espanhola. Uma delas é o apoio político que coloque em primeiro plano a importância sócio territorial dos cultivos tradicionais. Outra alternativa é a reconversão produtiva dessas áreas, levando em consideração suas condições específicas de topografia, clima e recursos técnicos e financeiros.

Estratégias de valorização do produto final, com azeites de maior qualidade, também vêm revelando oportunidades interessantes a pequenas empresas em zonas rurais desfavorecidas (SÁNCHEZ MARTÍNEZ, 2016).

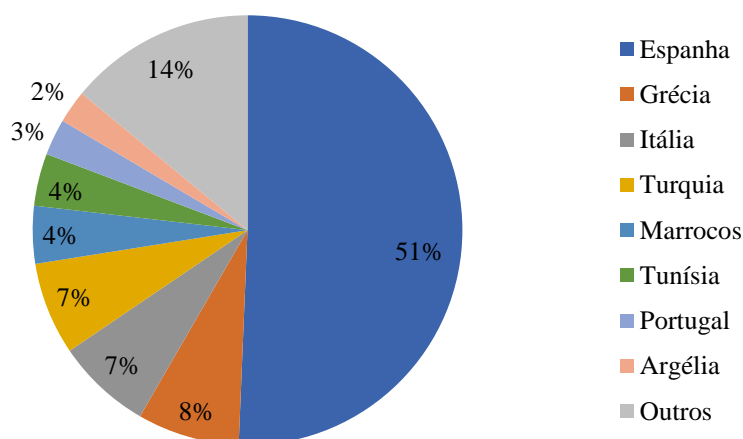
2.3.2 Produção e consumo de azeite

O azeite de oliva virgem é obtido do fruto da oliveira exclusivamente por meios mecânicos ou outros procedimentos físicos, e é reconhecido como o próprio suco da azeitona (BORGES, 2017). O produto representa em torno de 2% do mercado mundial de óleos vegetais, num cenário liderado pelo óleo de palma (34%) e de soja (29%) (USDA, 2017).

O *Consejo Oleícola Internacional* (COI), organização fundada na Espanha em 1959 e que reúne os principais países produtores, informa que na safra 2016/2017 foram produzidos 2,539 milhões de toneladas de azeite no mundo todo. Houve um recuo de 20% em relação ao ciclo anterior, especialmente devido à escassez de chuva em países como Espanha, Grécia e Itália.

Em torno de 90% da produção mundial de azeite de oliva estão localizados na bacia do Mar Mediterrâneo. A União Europeia respondeu pela produção de 1,747 milhão de toneladas na temporada 2016/2017 e, individualmente, a Espanha produziu 1,286 milhão de toneladas. A Grécia aparece em seguida, com 195 mil toneladas, seguida pela Itália (182,3 mil t), Turquia (177 mil t), Marrocos (110 mil t), Tunísia (100 mil t), Portugal (69,4 mil t) e Argélia (63 mil t) (COI, 2017c) (Figura 2).

Figura 2 – Participação dos principais países produtores de azeite

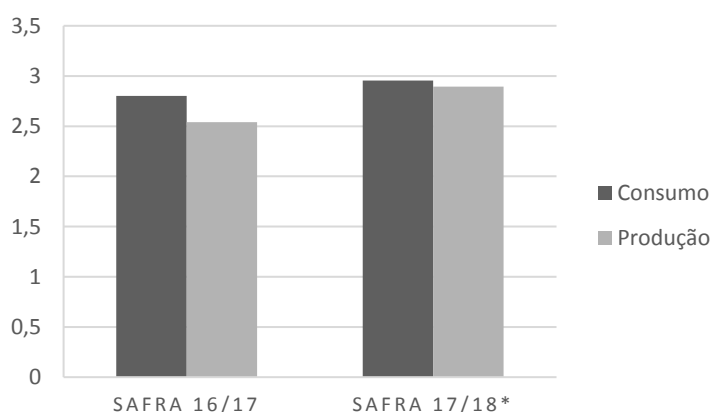


Fonte: Adaptado de COI, 2017c.

Para o ciclo 2017/2018, a projeção é de incremento de 14% na produção mundial de azeite, ou um volume total de 2,894 milhões de toneladas. Também existe a estimativa de aumento de 4% na produção de azeitonas de mesa na temporada 2017/2018, para 2,953 milhões de toneladas (COI, 2017c).

Apesar de um decréscimo de 6%, o consumo mundial de azeite de oliva no ciclo 2016/2017 superou a produção e chegou a 2,803 milhões de toneladas. A diferença foi abastecida pelos estoques de 549,5 mil toneladas do início da temporada (COI, 2017c). A projeção é de que o volume consumido mundialmente em 2017/2018 terá incremento de 5%, alcançando as 2,954 milhões de toneladas (Figura 3).

Figura 3 – Produção e consumo mundial de azeite (em milhões de t)



*Estimativa

Fonte: Adaptado de COI (2017c).

2.3.3 Olivicultura no Brasil

Além do Rio Grande do Sul, objeto de estudo da presente pesquisa, a olivicultura foi implementada, com diferentes níveis de tecnologia e investimentos, em outros estados do Brasil nos últimos anos. Embora não exista um levantamento oficial sobre a área cultivada com oliveiras no Brasil, acredita-se em uma extensão de cerca de 6 mil hectares¹, com estimativa de ampliação para em torno de 10 mil hectares até 2020. Por questões climáticas, a atividade encontrou terreno em localidades das regiões Sudeste e Sul. Ainda assim, as condições de clima no País não são consideradas as ideais para o desenvolvimento de cultivares com valor comercial (WREGGE et al., 2015).

¹ Informação fornecida por Eudes Marchetti, presidente do Ibraoliva.

A partir do final da Segunda Guerra Mundial, em 1945, imigrantes europeus com destino ao Brasil carregaram em suas bagagens plantas de oliveira e caroços de azeitona. Nesta época, surgem árvores cultivadas no sul de Minas Gerais (TERAMOTO, BERTONCINI e PRELA-PANTANO, 2010). Atualmente, o principal polo mineiro está localizado na região da Serra da Mantiqueira, onde a cadeia produtiva vem recebendo incentivos da Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG).

O órgão pertencente ao governo do Estado participa da atividade com a publicação de boletins técnicos sobre a cultura, ações de extensão direcionadas a produtores, mapeamento genético de plantas, pesquisa e desenvolvimento de cultivares e produção e comercialização de mudas. Na unidade da EPAMIG no município de Maria da Fé também é realizada a elaboração de azeite em equipamento próprio, assim como a análise dos produtos (VIEIRA NETO et al., 2008; DA SILVA et al., 2012).

Em 2009 foi fundada a Associação dos Olivicultores dos Contrafortes da Mantiqueira (ASSOLIVE), que envolve ainda produtores de São Paulo. Neste estado, a atividade recebe apoio da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, via projeto Oliva SP, coordenado pela Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios, que tem a missão de gerar conhecimento sobre todas as etapas da produção (TERAMOTO, BERTONCINI e PRELA-PANTANO, 2010).

No Paraná, além de experiências de cultivo lideradas por produtores, o Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater/PR) mantém unidades de validação da oliveira em municípios como São José dos Pinhais e Salto do Lontra. Até 2017, a área cultivada no Estado era estimada em 85 hectares (PARANÁ, 2017). A Emater local estabeleceu parceria com a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri), que em 2006 implantou unidades de observação da cultura em diferentes regiões do território catarinense. Avaliações técnicas realizadas revelaram boa produtividade de frutos e bom rendimento de azeite para três cultivares (Arbequina, Arbosana e Koroneiki) plantadas em quatro localidades de Santa Catarina (DA CROCE et al., 2016).

O cultivo de olivais também foi implantado no Nordeste do País, especialmente em localidades dos estados da Bahia e de Pernambuco. Os experimentos com a cultura em zonas do semiárido iniciaram por meio de um projeto de pesquisa entre a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e a Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (BRASIL, 2004; EMBRAPA, 2005). Embora apresente limitantes relacionados à necessidade de acúmulo de horas de frio pela planta, Wrege et al. (2015) consideram que uma das características que tornam a cultura possível nesta região é o regime

de chuvas, num total acumulado de cerca de 600 mm ao ano, semelhante às condições do clima mediterrâneo na Europa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente capítulo destina-se a relacionar os métodos e procedimentos adotados na pesquisa com o objetivo de apresentar as potencialidades e os desafios da olivicultura no Rio Grande do Sul.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

O estudo caracteriza-se como exploratório e descritivo, operacionalizado por meio de pesquisa de campo. Segundo Gil (2008), as pesquisas exploratórias normalmente compreendem levantamentos documentais e bibliográficos, estudos de caso e entrevistas não padronizadas. O autor considera que esse tipo de estudo é desenvolvido com o intuito de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, sobre determinado fato.

Já a pesquisa de campo é a investigação empírica no local onde ocorre um fenômeno ou onde estão os elementos necessários para explicá-lo (MORESI, 2004). Este meio de investigação pode incluir aplicação de questionários, entrevistas, testes e observação participante ou não. Na pesquisa de campo, o investigador assume o papel de observador e explorador (BARROS e LEHFELD, 2007).

O caráter descritivo de uma pesquisa revela-se quando há a descrição das características de uma população ou fenômeno (GIL, 2008). São incluídos nesse perfil os estudos que visam conhecer opiniões de um grupo de pessoas. Na visão do autor, os trabalhos descritivos, juntamente com os exploratórios, são realizados normalmente por pesquisadores preocupados com a atuação prática de determinado fato.

Em relação à abordagem, a pesquisa é caracterizada como qualitativa e quantitativa. O método misto foi aplicado de forma integrada e com discussão conjunta com o objetivo de conseguir uma perspectiva mais ampla e uma maior compreensão do fenômeno em estudo (SAMPIERI, COLLADO e LUCIO, 2013).

3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Para um entendimento mais claro a respeito da condução do estudo, serão relacionadas a seguir as diferentes etapas executadas para a coleta de dados que permitiram a realização do trabalho.

3.2.1 Pesquisa bibliográfica e documental

A primeira etapa do estudo teve início no primeiro semestre de 2016 com o levantamento de dados secundários sobre a realidade da olivicultura em diferentes partes do mundo e do Brasil. Tais informações foram coletadas por meio de pesquisas bibliográfica e documental em consulta a publicações especializadas na área, livros, artigos científicos, estatísticas em bancos de dados e sites na internet. O levantamento, com o auxílio do referencial teórico fundamentado sobre a proposta de sistema agroindustrial (ZYLBERSZTAJN, 1995; 2010), auxiliou na descrição do cenário da produção olivícola mundial e situou o histórico e evolução do Brasil e, mais precisamente, do Rio Grande do Sul neste contexto.

Gil (2008) considera como principal aspecto positivo da pesquisa bibliográfica o fato de permitir ao investigador o acesso a um volume muito maior de fenômenos do que seria viável ao mesmo estudar diretamente. Tal vantagem é especialmente importante quando os dados de determinada questão de pesquisa se encontram muito dispersos.

A natureza das fontes é a única diferença existente entre as pesquisas documental e bibliográfica, segundo Gil (2008). A pesquisa bibliográfica é composta por contribuições de diversos autores sobre um assunto. Enquanto isso, a técnica documental utiliza materiais que não receberam ainda um tratamento analítico. É o caso de documentos de primeira mão, como documentos oficiais, reportagens de jornais ou revistas, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações entre outros. Também é preciso considerar os documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados. São exemplos as tabelas estatísticas, os relatórios de pesquisa e os relatórios de empresas.

3.2.2 Pesquisa de observação

Durante a fase exploratória da pesquisa, com o objetivo de aproximação e maior familiaridade com o tema estudado, também houve a participação em uma série de eventos promovidos pela cadeia da olivicultura no Rio Grande do Sul, como reuniões da Câmara Setorial da Olivicultura, visita a propriedades produtoras, seminários e encontros técnicos realizados em Porto Alegre e em municípios do interior do Estado entre agosto de 2016 e novembro de 2017. Nestes eventos, foram coletadas informações por meio de dados revelados em palestras, em contato direto com agentes do setor e em materiais de divulgação.

Segundo Gil (2008), a observação é elemento imprescindível para o processo de pesquisa, desde a formulação do problema até a análise e interpretação dos dados. Para o autor,

esta técnica apresenta como principal vantagem a possibilidade da percepção direta pelo investigador, sem qualquer intermediação. Quando é empregada a observação simples, o pesquisador observa, como espectador, os fatos que ocorrem em determinado grupo ou situação. A técnica também é chamada de observação-reportagem, já que a mesma apresenta alguma semelhança com os métodos utilizados pelos jornalistas em seu trabalho. A observação simples, no entanto, vai além da constatação dos fatos e exige um mínimo controle na obtenção dos dados, tendo como sequência o processo de análise e interpretação.

Sampieri, Collado e Lucio (2013) definem que a observação não é uma mera contemplação, mas sim a manutenção de uma reflexão permanente sobre a questão estudada, com atenção a detalhes, acontecimentos e interações. Para Yin (2005), de forma geral, as provas observacionais são úteis para fornecer informações adicionais sobre o tópico que está sendo estudado. No presente trabalho, as observações realizadas em eventos relacionados à olivicultura auxiliaram de forma determinante na definição de prioridades para a próxima fase do estudo.

3.2.3 Questionários

A etapa seguinte da pesquisa foi a aplicação de um questionário entre os produtores que possuem marcas de azeite cadastradas no Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura (Pró-Oliva). A opção pelos fabricantes se deve ao fato de que os mesmos estão envolvidos diretamente com as diferentes etapas de produção, desde a aquisição de insumos necessários para o plantio dos olivais, até a comercialização do azeite. Dessa forma, considera-se que detêm conhecimentos e vivências capazes de formular um cenário fidedigno sobre a realidade do setor.

Até agosto de 2017, data em que o questionário foi finalizado, 17 marcas de azeite participavam das ações do Pró-Oliva, como o Salão do Azeite Gaúcho, atividade de promoção do produto em exposições do agronegócio e em outros eventos. No Quadro 1 estão listadas as marcas contatadas para a pesquisa.

Quadro 1 – Marcas de azeite participantes do Pró-Oliva

1. Batalha
2. Bosque Olivos
3. Casa Gabriel Rodrigues
4. Cerro dos Olivais
5. Costa Doce
6. Costi Olivos
7. Dom José
8. Dona Esmeralda
9. Olivae
10. Olivais da Fonte
11. Olivas do Sul
12. Oliveiras do Seival
13. Olivo Brasil
14. Ouro de Santana
15. Prosperato
16. São Pedro
17. Verde Louro

Fonte: Adaptado de Pró-Oliva (2017).

Foi elaborado um questionário com perguntas abertas e fechadas com base nas etapas anteriores da pesquisa, nos agentes formadores do SAG (ZYLBERSZTAJN, 1995; 2010), nas Diretrizes Gerais do Pró-Oliva (RIO GRANDE DO SUL, 2015b) e em direcionadores de competitividade, que envolvem itens como insumos, produtividade, tecnologia, demanda, relações de mercado, entre outros (BATALHA e SILVA, 2014). Para a maior parte das perguntas fechadas as variáveis foram abordadas pela escala Likert em cinco categorias, sendo que 1 equivale a “discordo totalmente” e 5 equivale a “concordo totalmente”. Em outro grupo de questões, 1 equivale a “nada importante” e 5 equivale a “extremamente importante”.

Para Gil (2008), a construção de um questionário consiste basicamente em traduzir os objetivos da pesquisa em perguntas específicas. As respostas obtidas por meio do instrumento é que irão gerar as informações necessárias para a descrição das características do grupo pesquisado ou para testar as hipóteses elaboradas durante o planejamento do trabalho. Lakatos e Marconi (2003) listam algumas vantagens desta técnica de coleta de dados. Entre elas, estão a economia de tempo pelo pesquisador, a abrangência de uma área geográfica mais ampla, a

obtenção de respostas mais rápidas e mais precisas e a possibilidade de resposta em horário flexível.

A validação e o pré-teste do questionário foram realizados com cinco informantes qualificados: dois profissionais da área de gestão e administração, um engenheiro agrônomo e produtor rural, um produtor de azeite e um pesquisador ligado à olivicultura. Após as observações, foram feitas adequações de acordo com as propostas recebidas. Lakatos e Marconi (2003) destacam a importância do teste do questionário antes de sua utilização definitiva. Tal etapa possibilita a identificação de possíveis falhas, inconsistência ou complexidade das perguntas, assim como uso de linguagem inacessível.

Conforme consta no Apêndice A, o questionário aplicado junto aos fabricantes de azeite de oliva foi elaborado em quatro partes descritas resumidamente no Quadro 2. Os questionários foram enviados *online*, via plataforma *Google Docs* e colocados à disposição para respostas entre agosto e outubro de 2017. Do total dos 17 produtores contatados, 15 responderam à pesquisa, o que valoriza os resultados obtidos, já que foram atingidos 88,2% da população de especialistas. Os dois fabricantes que não responderam foram contatados numa segunda oportunidade, mas alegaram que não gostariam de participar do estudo.

Quadro 2 – Resumo dos questionários aplicados

Variável	Objetivo
1. Caracterização do entrevistado	Descrever o início dos processos, localizar e quantificar a produção, indicar a existência de indústria própria ou não, identificar variedades cultivadas.
2. Questões relativas à produção	Identificar a percepção dos produtores sobre aspectos críticos relacionados às etapas produtivas do olival, como condições climáticas, disponibilidade de insumos, desafios na colheita, produtividade e mão de obra.
3. Questões sobre o mercado consumidor	Identificar a percepção dos produtores sobre o conhecimento do consumidor a respeito do azeite gaúcho e ações que possam estimular o consumo.
4. Questões sobre os ambientes organizacional e institucional	Identificar a percepção dos produtores sobre questões relacionadas ao crédito, à pesquisa e ao apoio governamental à produção.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

3.2.4 Entrevistas

Após a análise das respostas dos questionários, foram elaborados roteiros de entrevistas de profundidade semiestruturadas, conforme o Apêndice B. O propósito, nesta etapa, foi aprofundar alguns temas considerados críticos, assim como buscar propostas para solucionar os gargalos mais importantes indicados pelos fabricantes de azeite.

Em amostra intencional, foram entrevistados o coordenador da Câmara Setorial das Oliveiras da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação do Rio Grande do Sul; um engenheiro agrônomo especialista em fruticultura do serviço oficial de extensão rural do Estado (Emater/RS); um fabricante de azeite que não possui extratora própria; e um fabricante que possui unidade própria e completa o ciclo produtivo, desde a produção de mudas até a extração do azeite para terceiros. O mesmo entrevistado também é presidente do Instituto Brasileiro da Olivicultura (Ibraoliva).

Os quatro informantes foram selecionados devido às suas experiências e atribuições e ainda pela disponibilidade em colaborar com a pesquisa. As entrevistas foram gravadas e realizadas entre novembro de 2017 e janeiro de 2018 *in loco*, nos municípios de Cachoeira do Sul, Porto Alegre e Barra do Ribeiro.

3.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados obtidos a partir dos questionários foram tabulados em planilha do *Microsoft Office Excel 2007* para facilitar a confecção de gráficos e tabelas. Na busca de relacionamento entre determinadas variáveis, foi utilizada a ferramenta de tabulação cruzada do *software IBM SPSS 18*. Com o apoio do referencial teórico e da pesquisa bibliográfica, a estatística descritiva foi a ferramenta utilizada para a interpretação e apresentação das informações desta etapa do estudo.

Em outro momento da avaliação dos resultados, foi realizada a análise de conteúdo das entrevistas em profundidade, de onde foram extraídos os argumentos necessários para o atendimento dos objetivos do estudo. Conjunto de técnicas utilizadas para análises das comunicações, a análise de conteúdo, segundo Bardin (2011), leva o pesquisador ao esforço de entender o sentido da comunicação e buscar outros significados nas mensagens transmitidas. O método segue três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento das informações (inferência e interpretação).

O trabalho de apresentação e análise dos resultados desta dissertação seguiu com a triangulação dos dados obtidos nas distintas e complementares etapas da pesquisa. Yin (2005) classifica a triangulação como fundamento lógico para se utilizar várias fontes de evidências. Na presente dissertação, os processos que envolveram as pesquisas bibliográfica e documental, a aplicação de questionários e a realização de entrevistas proporcionaram uma visão abrangente e interpretativa a respeito do fenômeno em estudo.

No capítulo a seguir, a apresentação e a discussão dos resultados iniciarão com a descrição do SAG da olivicultura no Rio Grande do Sul. Em seguida, as informações obtidas com a aplicação dos questionários e a realização das entrevistas serão apresentadas de forma conjunta tendo em vista que os dados são complementares.

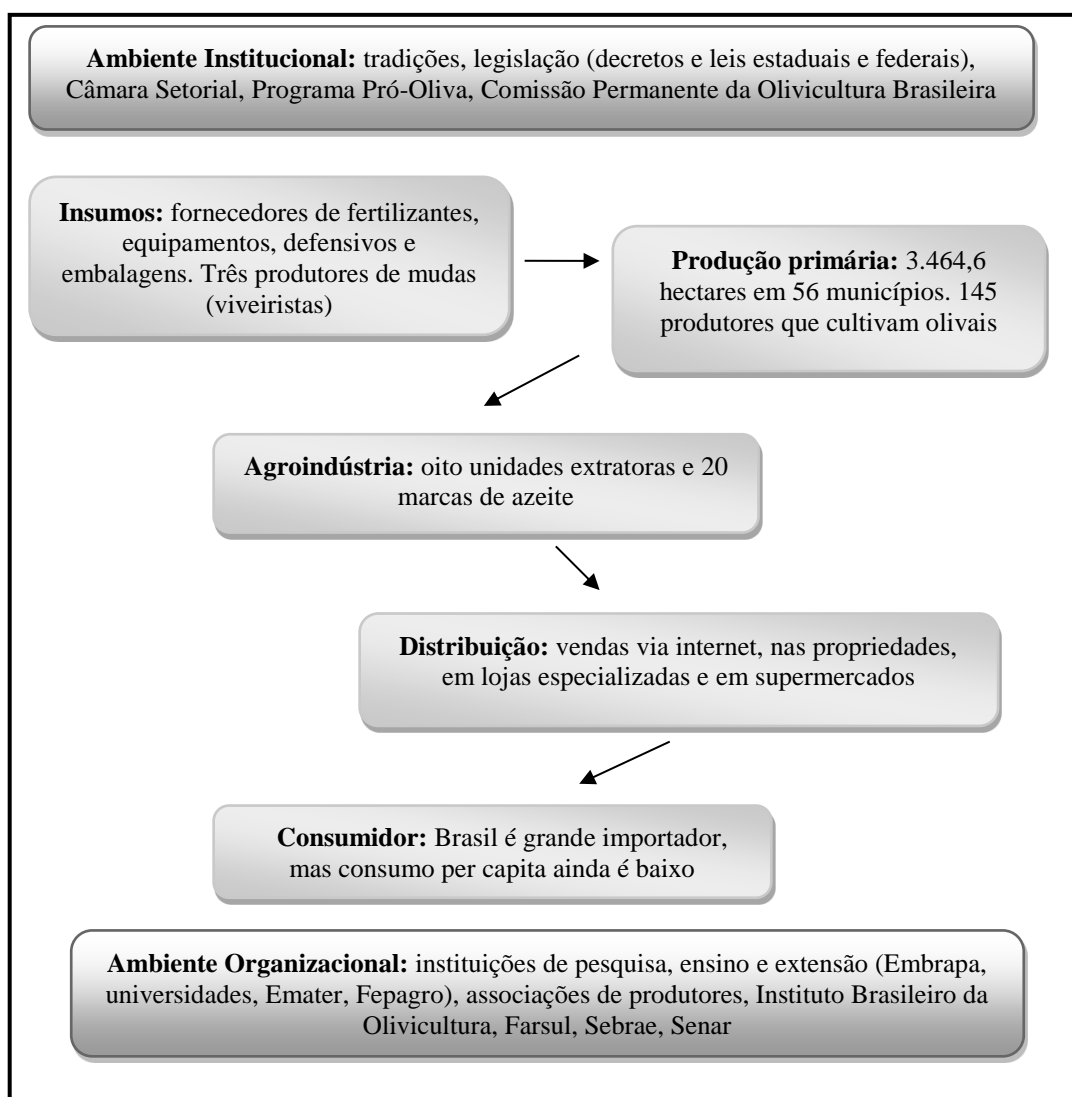
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A apresentação dos resultados do estudo está dividida em seis tópicos. O primeiro deles faz a descrição do SAG da olivicultura rio-grandense. A segunda seção apresenta os entrevistados e a caracterização dos produtores de azeite que responderam ao questionário. O terceiro tópico aborda a discussão de questões relacionadas a aspectos produtivos. O quarto faz a análise das respostas sobre o mercado consumidor, enquanto o quinto item apresenta a discussão sobre a interferência dos ambientes institucional e organizacional na cadeia. Todas as informações obtidas nos questionários e nas entrevistas foram complementadas com a teoria pesquisada sobre o assunto. O sexto e último tópico aborda considerações sobre competitividade no âmbito do SAG da olivicultura e apresenta um quadro com as principais conclusões sobre as limitações e as potencialidades do sistema.

4.1 DESCRIÇÃO DO SAG DA OLIVICULTURA NO RIO GRANDE DO SUL

A opção pela utilização do SAG como proposta conceitual para a presente pesquisa deve-se à percepção da importância de ressaltar a influência dos ambientes institucional e organizacional como suporte ao funcionamento da cadeia da olivicultura no Rio Grande do Sul. Para adequar o estudo à análise, o SAG será apresentado seguindo, com adaptações, o esquema proposto por Zylbersztajn (1995; 2010). Dessa forma, serão descritos a seguir os diferentes agentes participantes da atividade. Inicialmente, a Figura 4 apresenta um resumo do esquema proposto.

Figura 4 – SAG da olivicultura no Rio Grande do Sul



Fonte: Dados da pesquisa. Adaptado de Zylbersztajn (1995; 2010).

4.1.1 Insumos

São providos pelas indústrias e revendas de fertilizantes, defensivos, equipamentos destinados a processos no campo e à etapa de elaboração e embalagem do azeite. A maior parte do maquinário utilizado nas propriedades ainda é importada, mas algumas empresas instaladas no Brasil já investem na oferta de equipamentos que são utilizados na colheita das azeitonas e na extração do azeite.

Entre esses agentes também podem ser incluídos os fornecedores de mudas. No Rio Grande do Sul, três produtores de azeite estão cadastrados e registrados como viveiristas nos municípios de Santana do Livramento, Barra do Ribeiro e Cachoeira do Sul (JOÃO, ALMEIDA e AMBROSINI, 2017).

4.1.2 Produção primária

No final dos anos 1960, quando alguns plantios comerciais de olivais surgiram no Brasil, o município de Uruguaiana, no Rio Grande do Sul, era um dos locais de produção. Segundo Coutinho et al. (2009a), o embaixador Batista Luzardo cultivou 72 mil plantas com mudas importadas da Argentina. O plantio foi intensificado para outras regiões do Estado, mas hoje existem poucas árvores remanescentes destas áreas.

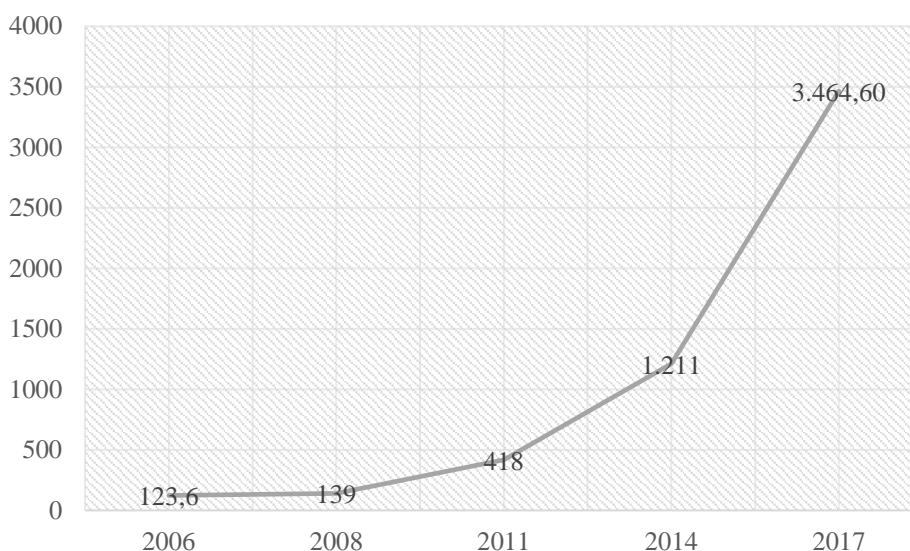
Na nova fase da olivicultura rio-grandense, o cultivo foi intensificado especialmente a partir de 2005. Naquele ano, foram implantados pomares com o apoio da Secretaria da Agricultura por um grupo de produtores em Caçapava do Sul (JOÃO, ALMEIDA E AMBROSINI, 2017). A área plantada na safra 2005/2006 foi estimada em 123,6 hectares, com a identificação de 43 produtores em quatro municípios (JOÃO e CONTE, 2006). A partir de então, houve uma curva ascendente no cultivo.

Também em 2005, a Embrapa Clima Temperado aprovou um projeto de pesquisa de introdução e desempenho agrônômico de cultivares de oliveira no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Foram, então, implantadas 25 unidades experimentais de observação (BERTONCINI, TERAMOTO e PRELA-PANTANO, 2010).

Ao final do ano de 2017, segundo o Cadastro Olivícola do RS, a área cultivada no Estado era de 3.464,6 hectares em 56 municípios. O número de produtores passou a 145. Deste total, 81 produtores (56%) declararam áreas entre um e dez hectares. Outros 48 (33%) informaram cultivo entre 10,5 e 50 hectares, enquanto 16 (11%) possuem pomares com áreas maiores que 50 hectares (JOÃO, ALMEIDA e AMBROSINI, 2017). Embora não exista um levantamento oficial, a estimativa é de que, até o final de 2017, em torno de 600 hectares estivessem em plena produção². Isto se deve ao fato de que a oliveira, normalmente, leva em torno de quatro anos para iniciar a produção de frutos (BRASIL, 2017a).

Entre os municípios onde a olivicultura é atividade agrícola, Canguçu tem a maior área, com 575,2 hectares, seguido por Encruzilhada do Sul, com 568,5 hectares. Os demais municípios com as maiores áreas são: Pinheiro Machado (383,7 ha); Cachoeira do Sul (368,2 ha); Santana do Livramento (136 ha); Bagé (128 ha); Caçapava do Sul (115,1 ha); e Barra do Ribeiro (103,5 ha). A evolução da área cultivada no Estado pode ser visualizada na Figura 5.

² Informação fornecida por Paulo Lipp João, coordenador da Câmara Setorial das Oliveiras.

Figura 5 - Evolução da área cultivada com olivais no RS (em ha)

Fonte: Adaptado de João e Conte (2006); João, Almeida e Ambrosini (2017); informações fornecidas por Antônio Conte (2017).

4.1.3 Agroindústria

Até o ano de 2017, oito unidades extratoras estavam em funcionamento no Rio Grande do Sul nos seguintes municípios: Formigueiro (uma), Pinheiro Machado (uma), Caçapava do Sul (duas), Candiota (uma), Canguçu (uma), Cachoeira do Sul (uma) e Santana do Livramento (uma). O número de marcas de azeite chegou a um total de 20 ao final de 2017, o que é explicado pelo fato de que uma mesma planta de elaboração processa as frutas recebidas de outros produtores. A produção de azeite no Estado foi de 57.873 litros em 2017 (JOÃO, ALMEIDA e AMBROSINI, 2017).

Após a colheita, os frutos da azeitona inicialmente passam por uma etapa de retirada de folhas e galhos e, então, lavagem. Uma vez limpo, o fruto deve ser armazenado em recipientes que permitam aeração. O mais importante é que a capacidade de armazenamento deve ser bem dimensionada para regular o fluxo de entrada para a moagem, já que o armazenamento prolongado do fruto provoca alterações que podem prejudicar a qualidade do azeite em seus aspectos físicos, químicos e sensoriais (OLIVEIRA et al., 2008).

A extração do azeite deve ocorrer apenas por processos mecânicos ou físicos que não causem alteração no produto, seguidos de tratamentos que incluem etapas de lavagem, decantação, centrifugação e filtração. Na sequência do processo, o armazenamento e envasamento corretos garantem maior prazo de validade e qualidade. Geralmente, o azeite é

armazenado em tanques de inox fechados de forma que não absorva odores do ambiente. O recomendável é que a temperatura do ambiente seja controlada entre 13°C e 18°C (BORGES, 2017). O envase deve ocorrer em embalagens escuras para evitar a degradação de suas propriedades devido à incidência de luz (OLIVEIRA et al., 2008a). Entre a colheita e o processamento, o mais recomendado é um tempo máximo de 24 horas.

4.1.4 Distribuição

Os produtores de azeite do Rio Grande do Sul comercializam o produto por meio de diferentes canais. Entre estes, a comercialização via internet, vendas diretas na propriedade, em empórios próprios, em restaurantes, em lojas especializadas em produtos alimentícios diferenciados e em lojas de supermercados do município onde a empresa produtora está sediada. Apenas uma marca é encontrada em uma grande rede de supermercados estadual.

Segundo Bertoncini, Teramoto e Praela-Pantano (2010), o principal desafio na comercialização de azeites no varejo no Brasil está relacionado ao preço pouco acessível a um grande mercado consumidor. Grandes volumes do produto acabam permanecendo durante muito tempo nas prateleiras e nos estoques em condições inadequadas de luminosidade e temperatura, o que afeta a qualidade do azeite e pode, inclusive, ocasionar problemas à saúde.

Como é um produto natural, o preço de venda do azeite de oliva é alto quando comparado a outros óleos, concluem Oliveira et al. (2008b). Também por isso, acrescentam os autores, é comum encontrar no varejo brasileiro embalagens que contêm misturas de azeite com outros óleos visando à redução de custos, mas geralmente com perda de qualidade.

4.1.5 Consumidor

Embora o Brasil seja um dos maiores importadores de azeite de oliva do mundo (COI, 2017b), o consumo per capita ainda é baixo. Considerando números da população e das importações no ano de 2017 (IBGE, 2018), o volume é de menos de 300 ml por pessoa ao ano, o que demonstra um potencial interessante para o crescimento do mercado. Em 2012/2013, quando houve um recorde de importações de 73 mil toneladas de azeite, o consumo per capita foi calculado em 365 ml, mas em 2005/2006 havia sido de apenas 150 ml (JORGE et al., 2014). A produção nacional, com origem principalmente em propriedades do Rio Grande do Sul, Minas Gerais e São Paulo, abastece menos de 1% do total consumido no País (BRASIL, 2018b).

Além de o preço representar uma barreira importante ao aumento do consumo, a maior conscientização da população a respeito dos benefícios do azeite para a saúde e, principalmente, sobre a qualidade dos rótulos à venda, é percebida como esforço necessário para estimular o consumo. Muitos consumidores, ao optarem por produtos importados de preço mais acessível, acabam adquirindo azeites com problemas relacionados à qualidade e a informações errôneas nos rótulos das embalagens (BRASIL, 2018b).

Em estudo realizado com 171 consumidores, 167 afirmaram consumir o azeite de oliva puro ou composto, ou seja, com a mistura de outros óleos. Do total dos entrevistados, 64% disse consumir porque gosta, 31% porque é saudável e 5% por recomendação de um profissional de saúde (DUTRA, DUARTE e SOUZA, 2013). Outra pesquisa, com 343 consumidores brasileiros, quando puderam escolher uma ou mais opções de utilização do azeite de oliva, 332 entrevistados afirmaram utilizar o produto para temperar saladas. Entre os que optaram por duas formas de uso, 80 no total, as opções preferenciais foram temperar saladas e finalizar pratos (AMBROSINI, et al., 2017).

Um terceiro estudo, realizado com 108 consumidores, revelou que 63% decidem comprar azeite por ser um alimento saudável, enquanto 10% acredita ser um alimento nutritivo (JORGE et al., 2014). Cabe lembrar que o consumo do azeite de oliva, fonte de ácidos graxos monoinsaturados, é recomendado para a prevenção de diabetes, redução de risco cardiovascular, melhoria do controle da pressão arterial e auxiliar na redução dos níveis de LDL, conhecido como o “mau” colesterol (SANTOS et al., 2013). Wrege et al. (2015) afirmam que a divulgação das qualidades nutricionais e organolépticas³ do azeite extravirgem, especialmente os monovarietais, com sabores e aromas marcantes, estimula o consumo do produto cru e como incremento em saladas.

4.1.6 Ambiente Institucional

As tradições formam um dos elementos do ambiente institucional em que está inserido determinado sistema agroindustrial e, portanto, é relevante abordar o contexto da agropecuária e do agronegócio no Rio Grande do Sul. A importância do Estado para a oferta nacional de alimentos é historicamente reconhecida. Na década de 1940, os produtores gaúchos foram pioneiros no cultivo comercial da soja, que hoje é a principal *commodity* agrícola do País.

³ As características organolépticas são formadas por um conjunto de sensações detectadas pelos sentidos, como o odor, o sabor e a cor (OLIVEIRA et al., 2008b).

Nos últimos anos, devido ao avanço da agricultura em diferentes regiões do Brasil, o Rio Grande do Sul passou a dividir o papel de protagonista na produção com outros estados (FEIX, LEUSIN JÚNIOR e AGRANONIK, 2017). Ainda assim, os gaúchos respondem por parcela significativa dos seguintes produtos que são cultivados no País: arroz (70,6%), uva (58,5%), tabaco (47,8%), maçã (47,3%) e trigo (25,3%) (TOREZANI, 2017).

Dos 5.219.588 estabelecimentos agropecuários identificados no Brasil, 441.467 estão localizados no Rio Grande do Sul (IBGE, 2009). Na safra 2017, entre culturas de verão e de inverno, a área cultivada no Estado foi de 8,56 milhões de hectares, enquanto a produção de grãos somou 36,6 milhões de toneladas (FARSUL, 2017).

Em 2013, a agropecuária era a principal atividade econômica em 147 municípios. A atividade está presente em todas as regiões do Estado, mas é possível identificar algumas concentrações regionais, como a soja, o milho e o trigo no Planalto Médio, nas Missões e no Alto Uruguai; o arroz na Campanha e na Metade Sul; o tabaco no Vale do Rio Pardo; a maçã nos Campos de Cima da Serra, e a uva na Serra (FEIX, LEUSIN JÚNIOR e AGRANONIK, 2017).

A atividade agropecuária, ou seja, apenas as operações realizadas nos limites das propriedades, corresponde a 9% do PIB do Estado (RIO GRANDE DO SUL, 2015c). De um total de R\$ 498,5 bilhões do Valor Bruto da Produção agropecuária (VBP) alcançado pelo Brasil em 2015, o Rio Grande do Sul participou com R\$ 55,294 bilhões (BRASIL, 2016a).

A fruticultura, segmento em que a olivicultura está inserida, tem expressão econômica em todas as regiões do Estado, que é o maior produtor nacional de uva, pêssego, figo, pera, nectarina, kiwi, amora, mirtilo e azeitona (CONTE, 2018). A produção anual é estimada em 2,5 milhões de toneladas de frutas em uma área de 138 mil hectares. Em torno de 40 mil produtores cultivam 35 espécies com fins comerciais.

O sistema legal e as regulamentações representam outro elemento de fundamental importância no ambiente institucional do SAG. São as determinações oficiais que auxiliam na viabilidade da produção. O Decreto nº 49.945, de 11 de dezembro de 2012, instituiu no Rio Grande do Sul a Câmara Setorial das Oliveiras no âmbito da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação (RIO GRANDE DO SUL, 2012). Com a participação de representantes dos governos estadual e federal e de instituições privadas, a câmara passou a trabalhar por meio de iniciativas como encontros regulares e eventos técnicos para debater assuntos pertinentes à cadeia produtiva.

Por meio do Decreto nº 52.479, de 29 de julho de 2015, o governo determinou a criação do Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura (Pró-Oliva). O propósito, segundo

o texto, é “incentivar, fomentar e coordenar ações com vista ao desenvolvimento da olivicultura moderna sustentável e competitiva, com a expansão de cultivo da oliveira e de agroindústrias de azeite e de azeitonas em conserva no Estado” (RIO GRANDE DO SUL, 2015d).

Entre os instrumentos do programa indicados no decreto estão: i) mobilização dos produtores por meio de reuniões, seminários e palestras; ii) assistência técnica aos produtores e assessoria a municípios que desenvolvam programas de olivicultura; iii) manutenção de um cadastro olivícola; iv) ações em defesa sanitária vegetal com o intuito de evitar a entrada de pragas e de doenças não presentes no Estado; v) realização de eventos de capacitação em produção para técnicos e produtores, bem como de campanhas educativas junto à sociedade visando ao esclarecimento sobre qualidade de azeites; vi) utilização e criação de linhas de financiamento para a implantação de olivais e de agroindústrias; e vii) mecanismos de adequação tributária no sentido de estimular a produção de azeite gaúcho.

Os mecanismos citados formaram as Diretrizes Gerais do Pró-Oliva, que foi dividido em quatro subprogramas: Defesa Sanitária e Produção de Mudanças de Qualidade; Aumento da Produção e Produtividade dos Olivais; Produção e Comercialização de Azeites e Conservas; e Crédito - Linhas de Financiamentos (RIO GRANDE DO SUL, 2015b). Por meio do programa também são realizadas atividades de promoção do produto, como o Salão do Azeite Gaúcho, que expõe as marcas fabricadas no Estado em eventos como exposições agropecuárias.

Em 2017, a Portaria 059/2017, da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação oficializou o Sistema Operacional Eletrônico para o Cadastro Olivícola no Estado do Rio Grande do Sul para a coleta de dados entre o setor. O primeiro levantamento, relativo à produção em 2017, já foi publicado (JOÃO, ALMEIDA e AMBROSINI, 2017).

Em âmbito nacional, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento publicou a Instrução Normativa nº 1, de 30 de janeiro de 2012. Pelo texto, ficam definidos padrões oficiais de classificação do azeite de oliva e do óleo do bagaço de oliva. A instrução envolve requisitos de identidade, qualidade, classificação e rotulagem (BRASIL, 2012).

O regulamento técnico considera azeite de oliva “o produto obtido somente do fruto da oliveira (*Olea europaea* L.) excluído todo e qualquer óleo obtido pelo uso de solvente, por processo de reesterificação ou pela mistura com outros óleos, independentemente de suas proporções” (BRASIL, 2012). A instrução normativa também estabelece limites de tolerância de parâmetros de qualidade, das características sensoriais e de análises complementares. Um dos critérios é a acidez livre, que deve ser menor ou igual a 0,8% em azeites extravirgem e menor ou igual a 2% em azeite de oliva virgem. O azeite lampante tem acidez maior que 2%,

mas precisa ser refinado para ser consumido, quando passa a ser classificado como azeite de oliva refinado.

Fica determinado, pela regulamentação, que o Ministério da Agricultura poderá efetuar análises para a verificação da presença de outros óleos não provenientes do fruto da oliveira no azeite de oliva e no óleo de bagaço de oliva. Se constatada a irregularidade, o produto é considerado desclassificado (BRASIL, 2012).

Ainda na esfera do Ministério da Agricultura, foi instituída em 2015 a Comissão Permanente da Olivicultura Brasileira (BETEMPS, 2015). Formada por representantes de órgãos do governo federal, da Embrapa e de instituições dos estados produtores, a comissão tem como objetivos discutir os assuntos relevantes da cadeia e encaminhar soluções para as principais demandas do setor.

4.1.7 Ambiente Organizacional

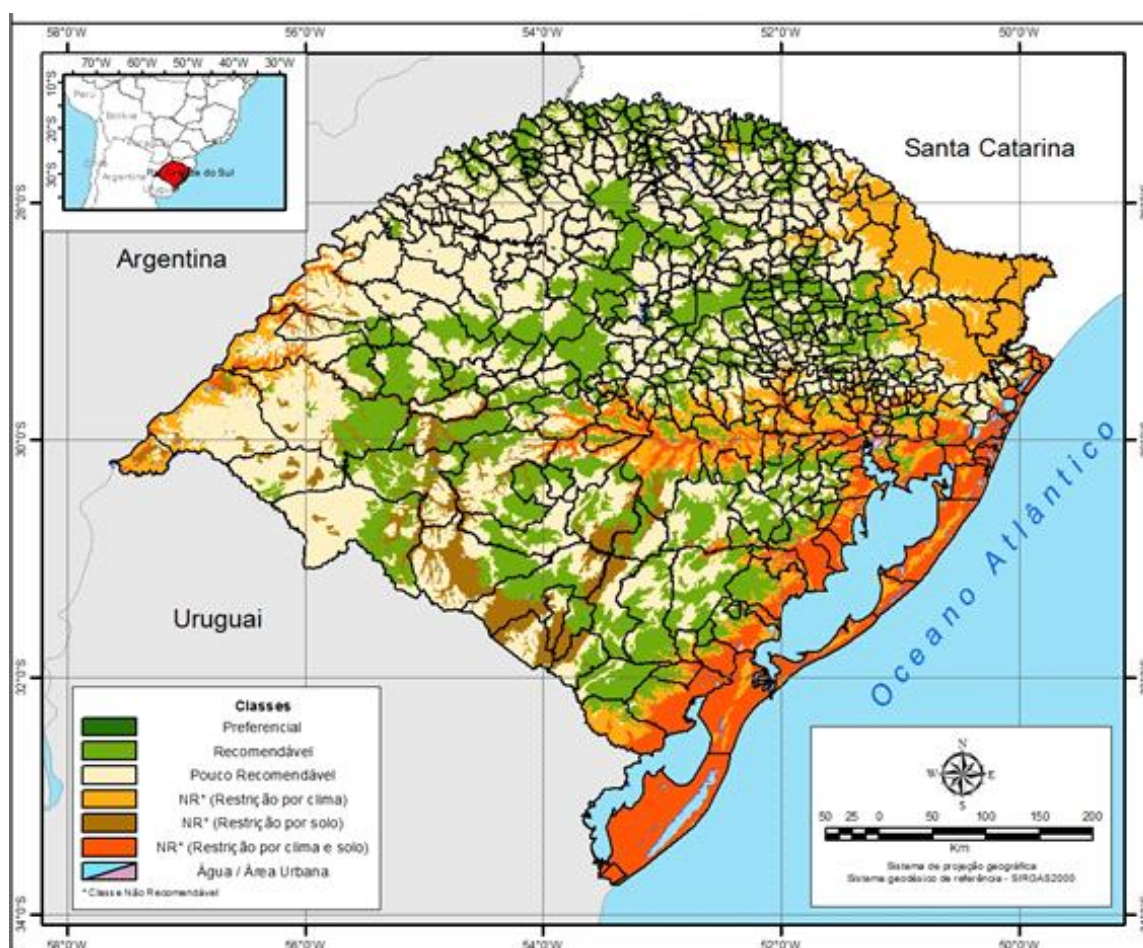
Determinações técnicas são relevantes para todas as culturas agrícolas e, no caso da olivicultura, passam a ter papel fundamental num momento em que a cadeia busca consolidação e suporte para o crescimento. O envolvimento de pesquisadores de diferentes instituições de pesquisa e extensão vem ajudando a direcionar os rumos da atividade no Rio Grande do Sul. Da mesma forma, a proatividade dos produtores auxilia na construção de um ambiente organizacional de importância significativa para a continuidade da evolução da cadeia.

Em 2008, devido ao aumento da demanda por informações identificadas entre os produtores, a Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação criou o Grupo Técnico de Pesquisa e Extensão em Olivicultura. A equipe, formada por engenheiros agrônomos de diferentes instituições e universidades, mantêm-se em atividade e vem publicando documentos com recomendações sobre temas de interesse dos olivicultores (JOÃO, ALMEIDA e AMBROSINI, 2017).

Em novembro de 2016, a Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura publicou a portaria nº 205 que instituiu o Zoneamento Agrícola de Risco Climático da cultura da oliveira para os estados de São Paulo e Rio Grande do Sul. Em outubro de 2017, no entanto, o documento foi cancelado para a instituição da portaria nº 222, que aprovou o Zoneamento de Risco Climático para a Cultura da Oliveira no Estado do Rio Grande do Sul (BRASIL, 2017b). A publicação descreve os períodos recomendados para a semeadura, assim como os municípios indicados para o cultivo. As orientações previstas no zoneamento devem ser seguidas por produtores que pretendem acesso a programas oficiais de governo, como o seguro agrícola.

Uma das bases para a elaboração do documento foi o Zoneamento Edafoclimático da Olivicultura para o Rio Grande do Sul. A instrução, publicada pela Embrapa em 2013, identifica as regiões preferenciais, recomendáveis, pouco recomendáveis e não recomendáveis para o cultivo com base na aptidão climática e edáfica mais adequada. O zoneamento edafoclimático é parte resultante de um trabalho iniciado em 2006 por um grupo de pesquisadores de diferentes instituições e estados do Brasil e também do Uruguai (WREGE e COUTINHO, 2013). As análises do estudo indicam que a classe “preferencial” não existe no Rio Grande do Sul, devido às diferenças em relação à região de origem da planta. Já a classe “recomendável” é posicionada em 7.413.509,5 hectares, enquanto a categoria “pouco recomendável” está presente em 11.181.927,7 hectares, conforme mostra a Figura 6.

Figura 6 – Zoneamento Edafoclimático da Olivicultura para o RS



Fonte: Filippini Alba et al. (2013).

Estudos direcionados à cultura também foram intensificados em universidades. Existem iniciativas de capacitação de estudantes em regiões produtoras, assim como grupos de pesquisa e trabalhos específicos voltados a aspectos agrônômicos e econômicos da olivicultura (UFRGS,

2012; COSTA, 2015; DIAS et al., 2017; UFSM, 2017; WASCHBURGER, 2017). Na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), pesquisas com a oliveira são conduzidas no Departamento de Solos da Faculdade de Agronomia desde 2008. Em 2010, o Programa de Pós-Graduação em Fitotecnia ofereceu, pela primeira vez no Estado, uma disciplina em olivicultura (UFRGS, 2012).

O tema ainda passou a integrar a programação de trabalho de instituições como a Fepagro (Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária) e a Emater/RS, que sediou, em 2017, o Seminário Técnico de Olivicultura (RODRIGUES, 2017). Um ano antes, a Embrapa Clima Temperado, com sede em Pelotas/RS, realizou o II Encontro Estadual e a 2ª Reunião Técnica Nacional de Olivicultura. Em dois dias de atividade, houve palestras com especialistas do Brasil e do exterior e visita técnica a uma propriedade dedicada à cultura, no município de Pinheiro Machado (ELOI, 2016).

Ações dirigidas à produção olivícola passaram a contar ainda com o apoio do Programa Juntos para Competir, formado por Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul (FARSUL), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR). Um protocolo de intenções foi assinado por representantes destas entidades com o governo do Estado para o desenvolvimento da atividade (SEBRAE/RS, 2017).

Associações de produtores criadas nos últimos anos também colaboram para a organização da atividade. Alguns exemplos são a Associação dos Olivicultores do Sul do Brasil (OLISUL), Associação Rio-Grandense de Olivicultores (ARGOS) e Associação Brasileira de Produtores, Importadores e Comerciantes de Azeite de Oliva (OLIVA). Entre as iniciativas mais recentes de organização da atividade pode-se citar a fundação, em agosto de 2017, do Instituto Brasileiro da Olivicultura (Ibraoliva) (JOÃO, ALMEIDA e AMBROSINI, 2017), que foi criado para fortalecer o sistema em negociações conjuntas, como por exemplo, em reivindicações junto ao governo federal. Até janeiro de 2018, o instituto contava com 74 associados, sendo que deste total, 70 são produtores do Rio Grande do Sul, dois são de Santa Catarina e dois são de São Paulo⁴.

4.2 DESCRIÇÃO DOS ENTREVISTADOS E CARACTERIZAÇÃO DOS PRODUTORES DE AZEITE

⁴ Informação fornecida por Eudes Marchetti, presidente do Ibraoliva.

Dos 17 questionários enviados aos representantes da totalidade das marcas de azeite participantes do Programa Pró-Oliva, 15 responderam à pesquisa. As entrevistas em profundidade foram realizadas com: i) o coordenador da Câmara Setorial da Olivicultura da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação do Rio Grande do Sul; ii) um especialista em fruticultura da Emater/RS; iii) um produtor detentor de marca de azeite que não possui indústria própria; e iv) um produtor de azeite que detém indústria própria e é presidente do Ibraoliva.

Para facilitar a exposição do conteúdo atribuído às repostas dos informantes e visando preservar sua identidade, foram definidos códigos de identificação para cada um deles, conforme o Quadro 3.

Quadro 3 – Informantes entrevistados e codificação utilizada na análise dos resultados

Entrevistado	Empresa/Instituição	Atividade	Localização
Governo	Coordenador da Câmara Setorial das Oliveiras da Secretaria da Agricultura	Organização do setor por meio de divulgação de informações técnicas, realização de eventos voltados à promoção da produção gaúcha e de atividades contempladas no Programa Pró-Oliva.	Porto Alegre
Emater	Especialista em fruticultura do órgão oficial de extensão rural do Estado	Acompanhamento do desenvolvimento do setor há mais de dez anos e participação em eventos técnicos como palestrante.	Porto Alegre
Produtor 1	Proprietário de olival	Pesquisa e produção em olivais próprios e comercialização de azeite. Não possui unidade extratora.	Cachoeira do Sul
Produtor 2	Sócio diretor de empresa e presidente do Ibraoliva	Pesquisa e produção em olivais próprios. Produção e comercialização de mudas e de azeite. Assessoria para a implantação de pomares. Extração de azeite para outros produtores. Organização e promoção do desenvolvimento do setor no Brasil.	Barra do Ribeiro

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.2.1 Cargos dos respondentes

Com a intenção de caracterizar os produtores de azeite do Rio Grande do Sul, serão apresentadas a seguir informações sobre características do perfil das empresas fabricantes. A autodefinição dos respondentes será sinalizada na Tabela 1.

Tabela 1 – Autodefinição de cargos pelos respondentes

Cargo	Frequência
Proprietário	5
Diretor	2
Diretor executivo	1
Diretor técnico	1
Engenheiro agrônomo	1
Produtora	1
Sócio diretor	1
Gerente da filial de Porto Alegre	1
Pesquisador e proprietário	1
Sócia proprietária	1
Total	15

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

4.2.2 Início do cultivo, tamanho de área e volume de produção

Dos 15 entrevistados, o mais antigo olival é de 2002, sendo que um respondente declarou que foi neste ano que iniciou os experimentos na área. O ano mais recente de começo de cultivo foi 2012, quando três respondentes afirmaram ter iniciado o plantio. O ano de 2005 foi citado duas vezes, e a safra 2005/2006 foi citada uma outra vez.

A menor área de cultivo informada é de quatro hectares. Já a maior área é de 370 hectares, o que revela uma grande diversidade de tamanho entre as propriedades. No total, a área indicada pelos fabricantes somou 1.394,5 hectares, numa média de 92,96 hectares. O ano de início do cultivo e a área plantada correspondente estão relacionados na Tabela 2, bem como o volume de azeite produzido em 2017.

Tabela 2 – Ano de início de cultivo, área cultivada e volume produzido em 2017

Marca	Ano	Área (ha)	Volume de azeite (L)
1	2012	6	275
2	2012	60	800
3	2007	9	150
4	2005/2006	15	800
5	2010	370	15.000
6	2011	300	12.500
7	2011	300	12.000
8	2012	38	200
9	2005	4	150
10	2005	21	200
11	2006	135	6.000
12	2010	50	50
13	2002	50	1.500
14	2008	6,5	717
15	2009	30	7.000
Total		1.394,50	57.342,0

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com a classificação do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), seis propriedades são consideradas minifúndios, cinco são pequenas propriedades, três são médias propriedades e apenas uma é grande propriedade. Tal categorização é obtida por meio da dimensão do módulo fiscal em hectares, que varia de acordo com o município (BRASIL, 1993). São minifúndios os imóveis rurais com área inferior a um módulo fiscal; pequenas propriedades são consideradas áreas que possuem entre um e quatro módulos fiscais; médias propriedades compreendem mais de quatro até 15 módulos; e grandes propriedades são áreas superiores a 15 módulos fiscais. O valor do módulo fiscal no Brasil varia de 5 a 110 hectares (EMBRAPA, 2013).

Dessa forma, uma propriedade com o mesmo número de hectares em um município A é considerada grande propriedade, enquanto num município B, pode ser classificada como média propriedade. Exemplo: em São Sepé, um módulo fiscal equivale a 35 hectares, enquanto em Dom Feliciano, a mesma medida equivale a 16 hectares.

Assim como foi observado no tamanho da área cultivada, o volume de azeite produzido na safra 2017 foi bastante variável entre os 15 respondentes. A quantidade mínima foi de 50

litros, enquanto a máxima foi de 15.000 litros. No total, os fabricantes indicaram a produção de 57.342 litros.

Para facilitar a compreensão destas informações, foi estabelecida uma nova variável em relação ao volume produzido, com a seguinte divisão em quatro categorias, de acordo com a Tabela 3.

Tabela 3 – Categorização dos produtores de acordo com o volume de azeite produzido

Volume de azeite (em litros)	Nº de produtores
Entre 50 e 200	5
Entre 201 e 1.000	4
Entre 1.001 e 10.000	3
Mais que 10.000	3

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Nota-se que os três maiores volumes de produção foram informados pelos produtores que detêm as maiores áreas plantadas. No entanto, nem sempre estas duas situações estão relacionadas. A Marca 15, por exemplo, possui área plantada de 30 hectares, mas produziu 7.000 litros de azeite, um volume superior à Marca 11, que tem área de 135 hectares e produção de 6.000 litros.

Cabe destacar que o volume total de produção se relaciona à produtividade, tanto da quantidade de fruta colhida por hectare, quanto do volume de azeite extraído das frutas. Ambos os rendimentos são variáveis devido a uma série de fatores, como densidade de plantio, variedade cultivada, tempo de vida dos olivais, condições climáticas, tratos culturais, sistema de extração, época de colheita, método de colheita, sistema de transporte, entre outros (BERTONCINI, TERAMOTO e PRELA-PANTANO, 2010).

Também é necessário citar que nem toda a área cultivada encontra-se em plena capacidade produtiva devido às diferenças de datas de implantação dos olivais. O entrevistado do Governo acredita que em torno de 600 hectares estão efetivamente em produção no Rio Grande do Sul: “Teoricamente, a partir do oitavo ano, estaria estabilizada (a produção). E temos árvores de dez anos e de quatro anos. Então é muito baixa a nossa produtividade por isso e pelos problemas climáticos” (GOVERNO).

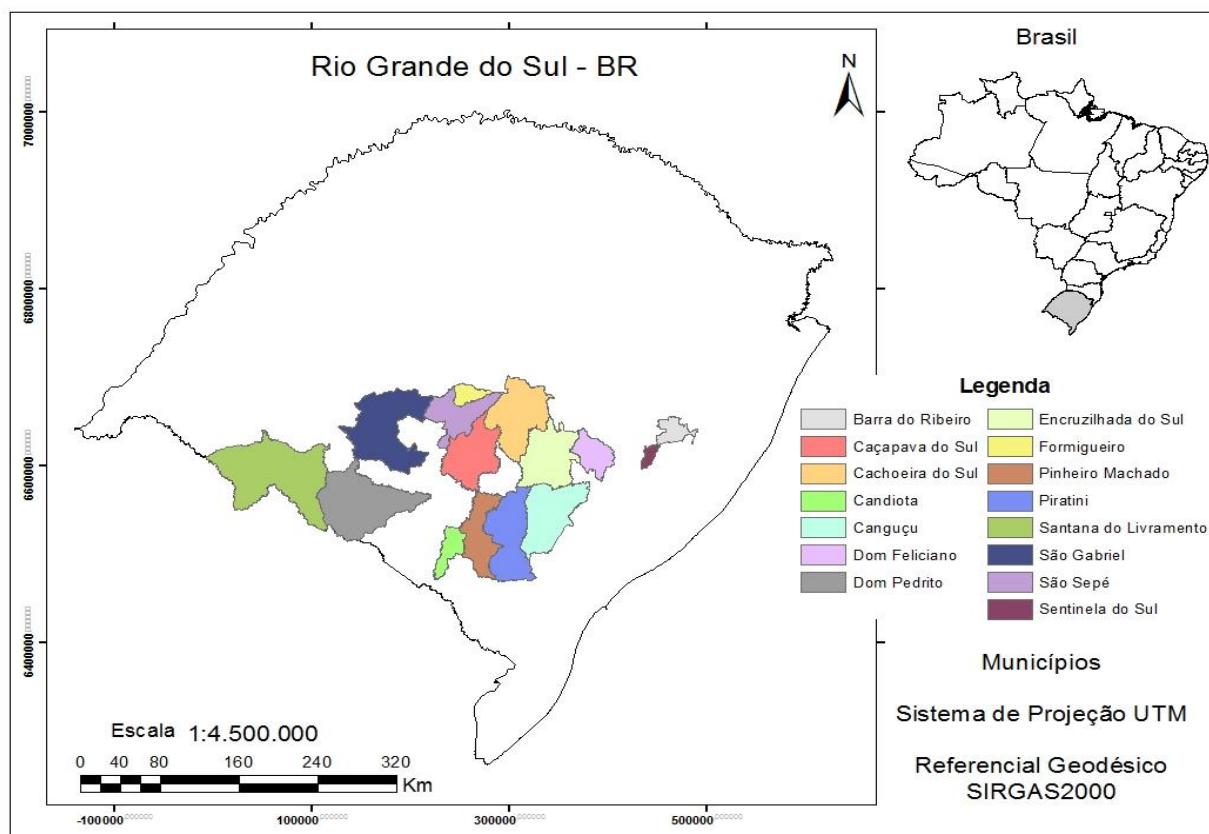
O entrevistado Produtor 2 confirma a informação ao declarar que “a oliveira atinge a maior idade a partir do oitavo ano”. Segundo ele, “o que se produz antes, diminui um pouco a

despesa do investimento. Já no terceiro ano ela (a oliveira) dá um quilo, dois quilos. Nós começamos a colher no terceiro ano”. Percebe-se que os três produtores que declararam ter iniciado seus cultivos em 2012, o ano mais recente de plantio entre os respondentes, também informaram o início da fabricação de azeite em 2017, ou seja, cinco anos após a implantação da cultura, indicando que este é o período usual entre a implantação e a efetiva produção de azeite de um olival.

4.2.3 Localização da propriedade

Quando questionados sobre a localização do cultivo de olivais, os produtores citaram um total de 15 municípios, sendo que dois respondentes indicaram pomares em mais de um município. Caçapava do Sul foi citada por quatro fabricantes, e Cachoeira do Sul, por dois. Todas as localizações estão indicadas na Figura 7, que revela a concentração da produção nas seguintes regiões, conforme classificação de Pessoa (2017): Centro-Sul (Barra do Ribeiro, Dom Feliciano e Sentinela do Sul), Vale do Rio Pardo (Encruzilhada do Sul), Sul (Canguçu, Pinheiro Machado e Piratini), Campanha (Caçapava do Sul, Dom Pedrito e Candiota), Fronteira Oeste (Santana do Livramento e São Gabriel), Jacuí Centro (Cachoeira do Sul e São Sepé) e Central (Formigueiro).

Figura 7 – Localização dos produtores participantes da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa (2018), com base nas respostas dos questionários.
 Autora: Yesica Ramirez Flores.

O município de Caçapava do Sul, indicado por quatro entrevistados, integra o Zoneamento Agrícola de Risco Climático (ZARC) para a cultura da oliveira no Rio Grande do Sul. Do total dos municípios citados, apenas três não constam neste documento: Barra do Ribeiro, Cachoeira do Sul e Formigueiro.

O zoneamento é, segundo definição do Ministério da Agricultura, um instrumento de política agrícola e gestão de riscos na agricultura. Publicado pela primeira vez para o trigo, na safra de 1996, o mecanismo considera a melhor época de plantio das culturas nos diferentes tipos de solos identificados nos municípios. O objetivo é reduzir os riscos relacionados às condições climáticas adversas no período de desenvolvimento das lavouras e, consequentemente, incrementar o grau de segurança dos produtores caso ocorram perdas em decorrência do clima (BRASIL, 2017c).

Os estudos que precedem a divulgação das portarias do ZARC analisam parâmetros de ciclos de cultivares, clima e solo por meio de metodologia legitimada pela Embrapa. Para ser enquadrado em benefícios referentes à subvenção federal ao prêmio do seguro rural, ao Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (PROAGRO) e ao Programa de Garantia da

Atividade Agropecuária da Agricultura Familiar (PROAGRO Mais), o produtor deve seguir as recomendações do zoneamento. Alguns agentes financeiros também condicionam o acesso a linhas de crédito ao cumprimento das regras indicadas no ZARC (BRASIL, 2017c).

O entrevistado do Governo informa que, a pedido dos produtores, a portaria do zoneamento deverá passar por revisão no Ministério da Agricultura:

Barra do Ribeiro, onde fizemos a abertura da colheita em 2016, foi um dos melhores olivais do ano, a melhor produtividade em todo o Estado, e não está no zoneamento. Quem está fora do zoneamento não pode solicitar custeio e aí não pode pedir Proagro, que seria um seguro contra alguma coisa. (GOVERNO).

O entrevistado Produtor 1, cuja propriedade está localizada em Cachoeira do Sul, considera o zoneamento questionável. “Tem que sofrer uma série de ajustes, de alterações. Para a parte bancária, se eu quiser um financiamento, eu não consigo, porque aqui estou fora do zoneamento” (PRODUTOR 1).

4.2.4 Variedades cultivadas

Quando questionados sobre as variedades utilizadas em suas áreas, os 15 respondentes afirmaram plantar a cultivar Koroneiki, originária da Grécia, e a cultivar Arbequina, com origem na Espanha. Segundo Coutinho, Jorge e Haerter (2015), a Arbequina é considerada a cultivar de maior adaptabilidade a diferentes condições de ambiente, e o volume de azeite extraído é alto, com variação entre 16% e 18%.

Ainda quando perguntados sobre as variedades, 14 entrevistados afirmaram trabalhar com a cultivar Picual, 13 com a Arbosana, 12 com a Frantoio e dez com a Coratina. Entre os dez que escolheram também a opção “Outras” entre as respostas, a variedade de mesa Manzanilla de Sevilha, originária da Espanha, foi citada por seis respondentes, e a Galega, cultivar portuguesa de dupla finalidade (azeite e azeitona em conserva), por três fabricantes.

No total, 13 variedades foram assinaladas e/ou citadas pelos fabricantes. Os países de origem são: i) Itália (Frantoio, Coratina, Pendolino, Leccino, Ascolana e Grappolo); ii) Espanha (Arbequina, Arbosana, Picual e Manzanilla); iii) Grécia (Koroneiki); e iv) Portugal (Galega). Um dos dados que chama a atenção é que um dos respondentes declarou utilizar a cultivar Maria da Fé, desenvolvida em Minas Gerais pela EPAMIG. O Produtor 1 informa que recebeu mudas da empresa de pesquisa mineira para a realização de testes em sua propriedade. “É a primeira cultivar de oliveira genuinamente brasileira. Se adaptou bem, cresceu bem. São árvores que estão com quatro anos” (PRODUTOR 1).

No Uruguai, onde as condições climáticas são semelhantes às encontradas no Rio Grande do Sul, mais de 20 variedades são cultivadas. A Arbequina, no entanto, representa cerca de 50% da área total. Em torno de 40% dos cultivos são preenchidos pelas variedades Picual, Coratina, Frantoio e Leccino (ASOLUR, 2018a).

Segundo Wrege et al. (2015), a escolha da cultivar implica diretamente na qualidade do azeite de oliva. Bertoncini, Teramoto e Praela-Pantano (2010) também consideram a escolha de cultivares elemento bastante relevante na implantação de olivais. Para as autoras, o recomendado para o Brasil é priorizar, entre outros fatores, cultivares com menos exigências de horas de frios. Tal fato possibilitaria a expansão da produção de oliveiras para diferentes regiões do País, a exemplo do que ocorreu com outras culturas agrícolas.

O lançamento de cultivares adaptadas às condições locais é apontado como um dos desafios para o maior desenvolvimento da olivicultura no Rio Grande do Sul e vem recebendo atenção da pesquisa por meio da avaliação de materiais genéticos (EMBRAPA, 2016). O entrevistado da Emater conclui que este é um trabalho que demanda tempo e investimentos:

A avaliação e o lançamento de variedades levam em média de 12 a 15 anos. É preciso avaliar, testar e depois colocar no mercado. E precisa que alguém coloque dinheiro nisso. O que a Embrapa fez foi resgatar o que tinha de cultivos centenários no Rio Grande do Sul, acompanhar estas plantas, fazer a análise de DNA delas para caracterizar, descrever, nominar e até poder registrar plantas que em alguns casos tem mais de um século. Esse trabalho vai andar mais ou menos rápido de acordo com os recursos. (EMATER).

4.2.5 Início da fabricação de azeite e indústria própria

Quando questionados quando iniciaram o processo de elaboração do azeite, dois produtores informaram o ano de 2010, o que corresponde ao primeiro ano de processamento entre os 15 respondentes. Um indicou 2012, quatro declararam 2013, dois informaram 2014, outros dois citaram 2015, apenas um deles iniciou em 2016 e três citaram 2017 como o ano de início da fabricação.

O ano de 2010 é considerado pelo entrevistado do Governo como um período importante para a olivicultura gaúcha. Foi quando, segundo o informante, um maior número de empresários passou a notar a atividade como uma alternativa interessante. “Já em 2012 fizemos a abertura oficial da colheita e aí o assunto repercutiu mais ainda” (GOVERNO).

Quando perguntados se possuem ou não indústria própria para a elaboração do azeite, seis produtores responderam “SIM”, enquanto nove responderam “NÃO”. Considerando que o Programa Pró-Oliva registra a existência de oito extratoras no Rio Grande do Sul, conclui-se

que as duas marcas cujos responsáveis não responderam ao questionário possuem unidades próprias de elaboração de azeite, também chamadas de lagar.

Dos nove produtores que não possuem processadoras, sete declararam que pretendem instalar a própria unidade. Já três fabricantes dos seis que possuem indústria informaram que realizam ou já realizaram a extração para outros produtores. Este processo vem ocorrendo por meio de acordos estabelecidos entre as partes e pode ser uma alternativa para a produção em pequena escala, o que foi corroborado pelo entrevistado Produtor 1. Segundo ele, para produtores que trabalham com áreas pequenas de cultivo, o investimento em um lagar é de alto custo, considerando que a estrutura será utilizada apenas uma vez ao ano. Na opinião deste informante, a tendência é de regionalização da industrialização, com grandes produtores que possuem lagar beneficiando a fruta de outros produtores próximos. “Esse é um modelo que podemos ver na Europa, com as cooperativas” (PRODUTOR 1).

Na Espanha, os sistemas produtivos são formados por um amplo coletivo de olivicultores organizados em torno de cooperativas, mas também por uma parcela menor de pequenas extratoras privadas geralmente ligadas a sistemas produtivos locais (SACCO DOS ANJOS, FROEHLICH e AGUILAR, 2014). A estimativa é de que 70% da produção de azeite virgem espanhol tenham como origem as cooperativas (SANZ CAÑADA, 2009).

O entrevistado do Governo informa que no Rio Grande do Sul há diferentes tipos de acordos com detentores de indústrias e olivicultores:

Tem sido uma relação tranquila, porque praticamente não tem produto. Para quem tem indústria é interessante ficar com uma parte do azeite, porque ele precisa. Talvez daqui um tempo o quadro seja outro. A maioria dos que não têm suas fábricas está planejando sua indústria. É bom que se tenha uma série de indústrias, mas para quem não quer também é bom, porque não imobiliza capital. (GOVERNO).

O entrevistado Produtor 2, que elabora sua própria marca de azeite e presta o serviço para outros produtores descreve que também existe a possibilidade de comprar a fruta de olivicultores que não desejam ter o azeite com marca própria. Segundo o informante, em 2017, o preço do quilo da azeitona adquirida foi de R\$ 3,50.

Em outra modalidade, quando o produtor entrega a fruta e recebe de volta o azeite, a indústria responsável pela extração retém 30% do volume elaborado como forma de pagamento. “Cobramos um percentual para eu processar, dar a garrafa, o regulador de saída e a tampa” (PRODUTOR 2). Segundo ele, a forma de operação, no entanto, poderá ser alterada nas próximas safras de acordo com as mudanças percebidas no processo.

O entrevistado da Emater considera fundamental o planejamento relacionado à extração do azeite no momento em que os produtores decidem pelo cultivo da oliveira. “Quando se planeja o pomar, é preciso saber se vai colocar indústria ou se há uma indústria na porta do teu pomar, porque entre a colheita e o processamento, a vida da fruta é de, no máximo, 24 horas” (EMATER).

As negociações estabelecidas para a elaboração do azeite no Rio Grande do Sul têm semelhanças com os processos empregados no Uruguai, onde em torno de 100 produtores necessitam contratar serviços para a moagem das azeitonas. Assim como ocorre entre os produtores gaúchos, os uruguaios também adotam diferentes modelos de operação (ROSA, 2012).

4.2.6 Produção de azeitonas em conserva e outros produtos

Quando questionados se produzem azeitonas em conserva, 12 produtores responderam “NÃO”. Destes, cinco informaram que estão fazendo testes ou produzindo de forma artesanal, quatro declararam que pretendem produzir, dois relataram que não pretendem produzir e apenas um respondeu com “TALVEZ”, justificando que, no momento, o projeto é para a extração de azeite.

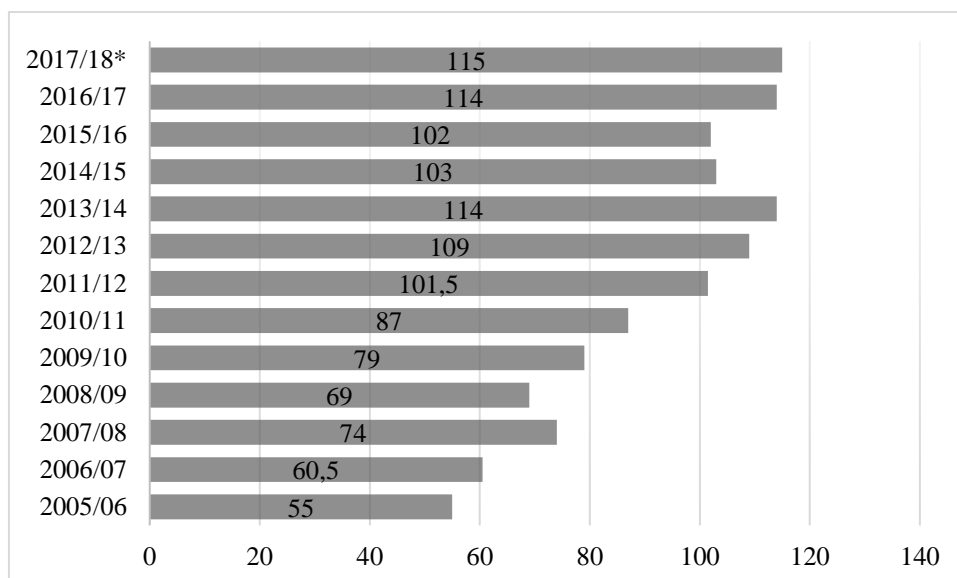
Dos seis respondentes que afirmaram plantar a variedade de mesa Manzanilla de Sevilha, dois afirmaram produzir azeitonas em conserva. Um relatou que está realizando testes e outro assinalou que pretende produzir azeitonas em conserva. Dois destes, no entanto, declararam que não pretendem produzir azeitonas em conserva, o que indica que a cultivar também está sendo utilizada para a elaboração de azeite. Na Espanha, país de origem da Manzanilla, a variedade é utilizada principalmente, mas não exclusivamente, para a produção de azeitonas de mesa (BARRANCO e RALO, 2000).

O entrevistado Produtor 2 informa que recomenda aos seus clientes que plantem entre 20% a 30% dos olivais com variedades de mesa. “O custo para fazer azeite é maior do que para fazer uma compota de azeitona de mesa. É um mercado tão bom quanto o do azeite” (PRODUTOR 2). Conclui-se, assim, que esta é uma possibilidade viável de diversificação da produção no Estado.

Como já exposto no Capítulo 1 deste trabalho, o Brasil registrou um incremento de 15% nas importações de azeitonas de mesa no ciclo 2016/2017, num total de 114,3 mil toneladas (COI, 2017b). Para efeito comparativo, em 2005/2006, o volume importado era de 55 mil toneladas, conforme descrito na Figura 8. Os números da evolução da produção mundial

também são significativos. No ciclo 1990/1991, o volume somava 950 mil toneladas, enquanto em 2017/2018 deverá alcançar 2,9 milhões de toneladas, um incremento de 211% (COI, 2017a).

Figura 8 – Importações brasileiras de azeitonas (em mil t)



*Projeção

Fonte: Adaptado de COI (2017a).

Além da produção de azeite e de azeitonas em conserva, a olivicultura apresenta outras possibilidades de mercado. Os entrevistados Produtor 1 e Produtor 2 enumeram produtos que podem ser elaborados a partir da planta. É o caso da madeira resultante da poda das árvores que pode gerar peças de artesanato e utensílios de culinária. Também as pequenas árvores (bonsai) comercializadas para paisagismo, as folhas para chás, o caroço para a geração de energia e a polpa para a fabricação de cosméticos. “Já há experimentos da polpa como componente da ração para alimentar frango, gado e suínos. Acredito que logo teremos um resultado surpreendente no uso dessa polpa” (PRODUTOR 2). O mesmo informante declara que atualmente, nas suas propriedades, o resíduo é espalhado no solo, junto aos pomares. Esta destinação é uma alternativa mais econômica e sustentável, que evita tratamentos dispendiosos e tem por base a elevada capacidade de biodegradação do resíduo (MEDEIROS et al., 2016).

A biomassa gerada no cultivo da oliveira (madeira e ramos oriundos das podas e resíduos da colheita) e a resultante da extração do azeite podem ser exploradas como fontes energéticas. Ainda que a emissão de poluentes possa variar consideravelmente, a necessidade mundial de combustíveis alternativos faz com que a queima do bagaço seco da azeitona represente uma alternativa viável ao carvão. Na Europa, o material é utilizado para abastecer fornos industriais (MEDEIROS et al., 2016).

Os subprodutos obtidos da elaboração do azeite apresentam diferentes formas e composição, variando conforme o equipamento de extração, a cultivar de azeitona e a maturidade do fruto. Tanto os resíduos líquidos, quanto os resíduos sólidos apresentam características e utilidades que exigem gestão apropriada (MEDEIROS, et al., 2016). A preocupação com a destinação correta destes resíduos é justificada, principalmente, pela questão ambiental (JÚLIO, 2014).

A cada 100 quilos de azeitonas processadas, em torno de 35 quilos de bagaço, ou resíduo sólido, são gerados (NASOPOULOU e ZABETAKIS, 2013). Uma série de estudos que evidenciam as características físico-químicas destes resíduos ocorre visando à utilização em ração animal, adubo, herbicida ou pesticida. Também há pesquisas que se dedicam a avaliar o aproveitamento na alimentação humana (JÚLIO, 2014; MEDEIROS et al., 2016). Tais trabalhos são importantes, já que o bagaço permanece com considerável teor de nutrientes e outros componentes de valor (JÚLIO, 2014).

Embora necessite de cuidados e de tratamento prévio na sua administração, experimentos apontam adaptação do resíduo da azeitona em caprinos (YÁÑEZ RUIZ, et al., 2004), peixes (NASOPOULOU e ZABETAKIS, 2013) e suínos (GARCÍA-CASCO et al., 2017). Nasopoulou e Zabetakis (2013) citam que, em 1985, a FAO/ONU publicou estudo sobre o uso de subprodutos (folhas e torta) da azeitona como complementação na alimentação de ruminantes, especialmente ovinos e bovinos, indicando como resultado geral que o mesmo pode ser utilizado desde que devidamente tratado e conservado. Estes produtos, dessa forma, podem diminuir a dependência de grãos tradicionais na alimentação animal e suprir rebanhos em épocas de escassez de pastagem (SANSOUCY, 1985).

A pesquisa da FAO recomenda que, devido ao caráter complexo dos subprodutos, sejam realizados estudos laboratoriais e a campo, incluindo etapas de análises químicas específicas, avaliação de digestibilidade, evolução da flora microbiana, fermentação, degradabilidade da proteína bruta e da matéria orgânica, ingestão voluntária e comportamento de alimentação (SANSOUCY, 1985).

4.3 ASPECTOS PRODUTIVOS

A seguir, serão apresentados os principais resultados obtidos nas questões que abordaram diferentes aspectos relacionados à produção, desde o pomar, até a elaboração do azeite.

4.3.1 Investimento

Os produtores foram questionados se “O valor do investimento por hectare representa um limitante para a expansão do cultivo de olivais”. Dos 15 respondentes, nove concordam parcialmente; três mantêm-se neutros; um concorda totalmente; um discorda parcialmente; e um discorda totalmente.

Nota-se que não há uma relação significativa entre o tamanho da área plantada e a concordância em relação ao investimento como limitante. Dos 10 produtores que concordam parcialmente ou totalmente com a afirmação, quatro indicaram área plantada entre um e 29 hectares; outros quatro possuem entre 30 e 130 hectares; e dois têm mais de 130 hectares de cultivo. Já o produtor que discorda totalmente informa área de apenas quatro hectares.

O entrevistado do Governo avalia o custo como muito relativo, devido a fatores relacionados ao perfil da propriedade. “Uma coisa é certa: não dá pra considerar só a implantação, mas sim, quatro ou cinco anos como custo, já que o produtor vai plantar e vai manter o pomar sem ter retorno nesses primeiros anos” (GOVERNO). Na opinião do informante, o alto custo de implantação e manutenção da atividade é uma das razões pelas quais a maioria dos empreendedores da olivicultura mantenha outras fontes de renda.

Para o Produtor 1, o investimento vai depender do quanto cada produtor está disposto a gastar. Já o Produtor 2 avalia o custo como alto. “Não baixa de R\$ 16 mil por hectare. Para o pequeno produtor é muito dinheiro. Até 20 hectares tem que plantar pensando que vai vender a fruta. Não tem como você imaginar que vai ter um lagar para menos de 20 hectares” (PRODUTOR 2).

A implantação do olival requer grandes investimentos iniciais e que envolvem custos como valor da terra e seu preparo, mudas, insumos, equipamentos, infraestrutura, mão de obra, entre outros (COSTA, COUTINHO e JORGE, 2015). Estimativa realizada para um hectare de olival irrigado na região da Campanha do Rio Grande do Sul revela custos de formação (1º e 2º anos) e de condução (3º e 4º anos) de R\$ 21 mil e R\$ 4 mil, respectivamente (COUTINHO et al., 2009b).

Em outra análise, foi considerada a implantação dos três primeiros anos de um hectare de oliveiras sem irrigação, com preços consultados em 2013. O espaçamento adotado foi de sete metros entre linhas e de seis metros entre plantas, num total de 238 plantas por hectare. O custo, considerando-se o valor de investimento, somou R\$ 19,2 mil. Já o valor de manutenção e investimentos do quarto ao oitavo ano do olival foi contabilizado em R\$ 60,1 mil (COSTA, COUTINHO e JORGE, 2015). O dispêndio nessa fase é alto devido a gastos com mão de obra

para colheita e com equipamentos de poda e colheita. Um terceiro estudo, com o mesmo espaçamento, indica custo de implantação de R\$ 10,48 mil para um hectare sem irrigação no município de Dom Pedrito (COSTA e JORGE, 2018).

4.3.2 Condições climáticas

Os produtores foram questionados se “As condições climáticas representam um limitante para a produção de oliveiras na sua região”. Dos 15 respondentes, dez concordam parcialmente; dois discordam parcialmente; um concorda totalmente; um discorda totalmente; e um mantém-se neutro. Dos dez que concordam parcialmente, três possuem propriedades em Caçapava do Sul. O único produtor que concorda totalmente tem seu pomar localizado em Piratini. Já o único que respondeu discordar totalmente, possui propriedade em Dom Pedrito.

As regiões semiáridas do Mediterrâneo, onde a oliveira é cultivada em grande escala, têm como características as elevadas temperaturas e o baixo índice pluviométrico (entre 250 mm e 550 mm anuais) nos meses de verão (WREGGE, FILIPPINI ALBA e COUTINHO, 2015). Em média, a planta necessita de 650 a 800 mm de água ao ano, preferencialmente com chuvas bem distribuídas, segundo os mesmos autores.

No Rio Grande do Sul, o índice pluviométrico varia entre 1.000 mm e 1.900 mm. Durante o verão, no entanto, podem ocorrer períodos de estiagem, principalmente na região da Campanha. Nesta situação, a precipitação média é de 400 mm a 500 mm nos meses da estação, o que se assemelha às condições encontradas nos países de clima mediterrâneo o que, conseqüentemente, pode favorecer o desenvolvimento dos olivais (WREGGE, FILIPPINI ALBA e COUTINHO, 2015).

Segundo Coutinho, Jorge e Costa (2015a), a crença popular de que a oliveira é resistente à seca é válida apenas para a sobrevivência da árvore e não para a produção, que pode ser prejudicada seriamente em condições de déficit hídrico. Portanto, a irrigação do olival pode ser recomendada em situações particulares.

A umidade relativa do ar é outra condição que precisa ser analisada no cultivo da oliveira, já que o excesso prejudica a polinização e favorece a ocorrência de doenças fúngicas (WREGGE et al., 2015). Tal consideração permite a observação de que a Fronteira Oeste é a melhor zona para o cultivo. Nesta região, detalham Wrege, Filippini Alba e Coutinho (2015), a umidade é baixa na fase de florescimento. A ressalva, segundo os autores, é que em cada local dentro de uma mesma região existem microclimas que devem ser observados.

Experiências em países do Mediterrâneo indicam que as temperaturas adequadas para a frutificação efetiva normal não devem superar os 35°C ou ficar abaixo dos 25°C (WREGGE, FILIPPINI ALBA e COUTINHO, 2015). Considerando este aspecto, o clima ideal para a maturação dos frutos é o da Metade Sul do Estado, com faixas de temperatura entre 25°C e 35°C e onde está implantada a maior parte dos olivais cultivados.

Segundo os autores, devido à escassez de informações técnicas sobre a cultura no Brasil, são necessários mais estudos da ecofisiologia da espécie e a influência da acumulação de horas de frio durante o inverno. Entretanto, no inverno do clima mediterrâneo normalmente ocorre acumulação de frio, o que é considerado indispensável para que a oliveira atinja posteriormente um florescimento uniforme (WREGGE et al., 2015).

Considerando que a oliveira é uma planta de clima temperado, Oliveira et al. (2010) indicam que a mesma necessita de baixas temperaturas no período que antecede a floração para a obtenção de produções satisfatórias. Os mesmos autores citam que temperaturas de inverno (médias) entre 8°C e 10°C, sem ultrapassar os 21°C, representam as ideias para a cultura, que pode se desenvolver economicamente em altitudes variáveis, entre 800 e 1.900 metros.

No Rio Grande do Sul, dificilmente ocorrem temperaturas de inverno abaixo de 0°C, mas são comuns faixas entre 3°C e 15°C (WREGGE, FILIPPINI ALBA e COUTINHO, 2015). No entanto, na mesma estação, também podem ser verificadas temperaturas acima de 25°C em alguns dias, o que ocorre devido a variabilidades em áreas subtropicais.

Dos 15 entrevistados, apenas dois produtores responderam que não enfrentaram problemas relacionados às condições climáticas nos últimos três anos. As propriedades dos mesmos estão localizadas em Dom Feliciano e Pinheiro Machado, municípios que constam no Zoneamento Agrícola de Risco Climático para a cultura, o que significa que integram o estudo de recomendações técnicas oficiais para o cultivo. Na questão anterior, que perguntou se as condições climáticas representam um limitante para a produção, o produtor de Dom Feliciano concordou parcialmente, enquanto o produtor de Pinheiro Machado discordou parcialmente.

A questão seguinte, de múltipla escolha, listou ocorrências climáticas ocorridas nos últimos anos. A Tabela 4 descreve as situações assinaladas pelos 13 respondentes que afirmaram ter enfrentado problemas relacionados ao clima.

Tabela 4 – Ocorrências climáticas relatadas pelos produtores

Ocorrências	Frequência	Municípios de produção
Chuva em excesso	1	Caçapava do Sul
Geadas e chuva em excesso	3	São Sepé, Piratini e Dom Pedrito
Geadas, chuva em excesso e frio em excesso	1	Caçapava, São Sepé, Barra do Ribeiro e Sentinela do Sul
Geadas, chuva em excesso e vento em excesso	1	Caçapava do Sul
Geadas e granizo	1	Canguçu
Geadas, granizo e chuva em excesso	1	Caçapava do Sul
Granizo, chuva em excesso e falta de frio	1	Cachoeira do Sul
Granizo	1	Cachoeira do Sul e Encruzilhada do Sul
Granizo e chuva em excesso	1	São Gabriel
Granizo, falta de frio, chuva em excesso e vento em excesso	1	Formigueiro
Outros: chuvas de primavera	1	Santana do Livramento

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A ocorrência de chuva em excesso foi citada por oito dos 13 produtores que declararam ter enfrentado problemas climáticos nos últimos anos. Também seis produtores relataram prejuízos com granizo e cinco assinalaram geada. Assim como foi citado por um dos respondentes que enfrentou o problema, Wrege, Filippini Alba e Coutinho (2015) descrevem que as chuvas em excesso que frequentemente ocorrem na primavera do Estado gaúcho podem afetar o florescimento da oliveira. Os informantes ouvidos na etapa de entrevistas após a aplicação dos questionários concordam que o enfrentamento das condições climáticas é um dos principais desafios da olivicultura estabelecida no Rio Grande do Sul. O entrevistado da Emater afirma que a atividade chega a ser uma “aventura” devido a determinadas situações enfrentadas:

Quando há estações climáticas bem definidas a temperatura vai diminuindo gradativamente e aí vai a dois ou três graus e a planta não brota e não acontece nada. No Brasil, temos 30 graus em julho e em agosto, e dois dias depois vai a dois graus negativos. Aí depois vai a 30 graus e ela emite uma brotação nova e aí vem uma geada e ela não tem nenhuma resistência ao frio. (EMATER).

Determinadas práticas agronômicas são recomendadas para diminuir os efeitos nocivos de ocorrências climáticas indesejáveis. O ideal, segundo o entrevistado, é que os produtores escolham áreas que retêm menos umidade e que sejam mais ventiladas. Uma adequada

exposição solar também é aconselhável e, para que isso ocorra, é possível pensar em redução da densidade do pomar.

Vieira Neto et al. (2008) recomendam, além do plantio em locais que recebam maior incidência de luz solar, que sejam evitados terrenos muito encharcados, vales e baixadas para diminuir o risco de danos provocados pela geada. Ao avaliar os riscos relacionados ao clima, o entrevistado da Emater faz uma comparação com a viticultura e, apesar das dificuldades, vislumbra possibilidades para a olivicultura:

Conseguimos produzir uva aqui e conseguimos vinhos diferenciados, inclusive alguns com mais resveratrol⁵ do que na Europa e na Califórnia, porque aqui a planta precisa ter mais resistência contra a adversidade do clima. Assim como o Nordeste tem vinhos diferenciados e foram plantas adaptadas para a região. Então, não dá para dizer que a oliveira é viável ou não é viável. Temos é que buscar alternativas. E se não for viável vamos fazer outra coisa. (EMATER).

Ao afirmar que em determinadas regiões do Rio Grande do Sul o excesso de chuva atrapalha a produção, o entrevistado Produtor 2 cita que esta condição combinada com o calor remete a planta da oliveira a um crescimento desordenado, o que, na sua avaliação, aumenta a dificuldade em relação à necessidade de poda das árvores. O informante considera que é preciso detalhar de maneira mais ampla o conhecimento dos efeitos do clima sobre a cultura:

É preciso ter um aprendizado muito grande para tratar as oliveiras ou por município, ou por sítio. Tem muita diferença de uma propriedade para outra. A precipitação, o frio, o tipo de solo. Dentro da mesma propriedade temos diferentes tipos de solo. Precisamos de variedades que floresçam mais tarde, depois de agosto, de 15 de setembro em diante. A oliveira não morre por geada, mas a geada aborta toda a fruta. (PRODUTOR 2).

O entrevistado Produtor 1 relata que a instabilidade produtiva causada pelos efeitos do clima é uma das razões pelas quais ele optou pela diversificação de atividades na sua propriedade:

Nos primeiros anos plantamos as oliveiras em consórcio com milho e feijão. Hoje estamos com pastagem e ovinos. Em 2015, tivemos, em 12 horas, quatro chuvas de granizo que liquidaram o pomar. Ficamos 2015 e 2016 sem safra. Aí está o perigo de ter uma estrutura montada num produto só. (PRODUTOR 1).

⁵ Substância natural encontrada em diferentes espécies de plantas, é produzida como uma resposta a estresses bióticos e abióticos. Tem ações benéficas à saúde, como propriedades antioxidantes e funções cardioprotetoras (CARVALHO, 2013).

4.3.3 Mudanças e defensivos

Os produtores de azeite foram questionados se “A qualidade das mudas comercializadas é adequada”. Dos 15 respondentes, nove concordam parcialmente, cinco concordam totalmente e apenas um discorda parcialmente. Cabe ressaltar que três produtores de azeite se enquadram também como produtores e fornecedores de mudas de oliveira no Rio Grande do Sul com inscrição no Registro Nacional de Sementes e Mudanças (RENASSEM) (BRASIL, 2018c).

A padronização para a produção de mudas em diferentes estados do País é foco dos trabalhos da Comissão Permanente da Olivicultura Brasileira (BRASIL, 2017a). Da mesma forma, é tema de um dos subprogramas do Pró-Oliveira, que apresenta, entre seus objetivos, a oferta de mudas de excelente padrão morfológico, sanitário e agrônomico aos produtores (RIO GRANDE DO SUL, 2015b).

Coutinho, Jorge e Costa (2015b) relatam que mudas de qualidade garantem uniformidade e origem varietal ao olival. Da mesma forma, também representam fator que influenciará toda a vida da planta, permitindo a maximização dos efeitos de clima e de solo e dos tratamentos culturais adotados no pomar. Para Silva et al. (2017), será interessante para o Brasil a instalação de um programa de produção de mudas protegidas e certificadas, com garantia de que as plantas jovens estejam livres de patógenos. A aquisição de mudas representa a maior fatia dos custos de implantação do olival, 29,18% do total (COSTA e JORGE, 2018). Segundo os autores, tal fato é reflexo do pouco número de viveiristas credenciados e da grande demanda por parte de produtores.

Quando perguntados se “A disponibilidade de defensivos agrícolas para tratamento dos olivais é adequada”, seis respondentes discordam totalmente, cinco discordam parcialmente, dois concordam parcialmente, um concorda totalmente e um mantém-se neutro. Atualmente, existem apenas dois produtos formulados registrados no Ministério da Agricultura para a oliveira: um inseticida e um acaricida (BRASIL, 2018d).

Percebeu-se, durante a coleta de dados nas diferentes etapas da pesquisa, que esta é uma questão crítica para a cadeia produtiva, já que, quando enfrentam ocorrências fitossanitárias, os produtores frequentemente necessitam utilizar agroquímicos indicados para outras culturas, além de medidas profiláticas (COUTINHO e JORGE, 2015). Segundo Teramoto, Bertoni e Praeli (2013), é importante que os órgãos legisladores e fiscalizadores trabalhem sobre o registro de outros defensivos para a cultura, já que a utilização de produtos inapropriados pode ocasionar riscos aos produtores e à saúde dos consumidores.

Para o entrevistado Produtor 1, a maior oferta de agroquímicos vai depender do crescimento do cultivo. “Não adianta eu brigar com o ministério, dizer que o Ministério da Agricultura não registrou. Eles não vão registrar. Quem vai registrar é a Bayer, é a Syngenta. E eles só vão registrar quando houver uma demanda em hectares que valha à pena” (PRODUTOR 1). O informante da Emater apresenta um argumento semelhante:

Temos que construir essa realidade de produtos. O fabricante (de defensivos) precisa de uma área expressiva de cultivo para ter interesse de vender, porque o registro custa caro. Só que ter área expressiva é razão de insegurança (para o produtor), já que não terá produtos para usar. Quem corre o primeiro risco? (EMATER).

4.3.4 Colheita

Numa questão de múltipla escolha, os produtores foram perguntados quais eram os principais desafios na etapa de colheita da azeitona. O resultado é expresso na Tabela 5:

Tabela 5 – Principais desafios na colheita

Desafio	Frequência assinalada
Alto custo da mão de obra	13
Mão de obra pouco capacitada	10
Alto custo dos equipamentos específicos	9
Carência de equipamentos específicos adequados	7
Falta de mão de obra	5
Conhecimento sobre os diferentes métodos de colheita	1

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O fato de a colheita no Rio Grande do Sul ser realizada principalmente pelos métodos manuais ou com o auxílio de pentes vibratórios faz com que a demanda por trabalhadores seja significativa entre os olivicultores, o que justifica as opções dos respondentes do questionário, que assinalaram 13 vezes o alto custo da mão de obra, 10 vezes a mão de obra pouco qualificada e cinco vezes a falta de mão de obra.

Importante ressaltar que a colheita é fator-chave para a qualidade da fruta e, conseqüentemente, para a rentabilidade da atividade produtiva (SOLA-GUIRADO, 2014). O processo nos olivais pode ser realizado manualmente ou por meio de sistemas mecanizados. A retirada manual dos frutos pode ou não ser combinada com o uso de equipamentos como um

rastilho. Como vantagem do processo manual, os frutos não são danificados, sujos ou machucados, especialmente se o rastilho não for utilizado (JORGE, COUTINHO e COSTA, 2015a). A desvantagem, segundo os autores, é a lentidão do processo, com baixa produtividade por pessoa.

A colheita manual também pode ser feita pela técnica de vareio, um método mais agressivo em que a copa da planta é golpeada com uma vara robusta para que os frutos caiam nas malhas de material plástico colocadas debaixo das árvores. O sistema, no entanto, pode causar danos às árvores e aos frutos (BORGES, 2017).

A colheita mecanizada pode ser realizada com a utilização de uma vara mecânica com pentes vibratórios na extremidade e também com um equipamento motorizado com um braço mecânico que funciona como um vibrador de tronco (JORGE, COUTINHO e COSTA, 2015a; BORGES, 2017). Este último método pode poupar trabalho e mão de obra, mas é pouco utilizado, já que os olivais dependem de um espaçamento apropriado para a passagem da máquina (JORGE, COUTINHO e COSTA, 2015a).

No maior produtor mundial de azeite, a Espanha, nos olivais tradicionais não mecanizados, presentes em mais de 500 mil hectares no país, a colheita representa a maior fatia dos custos de produção por hectare, com 34,1% do total. Neste caso, são considerados olivais tradicionais os pomares com densidade entre 80 e 120 plantas por hectare e rendimentos entre 2.000 e 4.000 quilos de azeitona por hectare (AEMO, 2012).

O alto custo de equipamentos específicos e a carência de equipamentos específicos adequados foram apontados por nove e sete produtores, respectivamente, e pode ser explicado, em partes, devido à necessidade de importação desses produtos pelas empresas instaladas no Brasil. O entrevistado Produtor 2 revela que, por meio do Ibraoliva, foi estabelecida parceria com uma empresa para o fornecimento de equipamentos aos olivicultores:

Fizemos uma parceria, e a Stihl doou para o Ibraoliva 100 máquinas. O produtor só precisa comprar o carregador e a bateria, que custam em torno de R\$ 1 mil. Isso dá incentivo ao pequeno produtor. Você não pode plantar oliveira achando que terá mão de obra para colher. Não temos mão de obra. Na hora da colheita tem que ser tudo muito rápido. Quanto menor for o tempo de colher a fruta e levar para processar, melhor a qualidade do azeite. Diminui a acidez, porque a fruta não fica exposta, então não vai fermentar. (PRODUTOR 2).

4.3.5 Equipamentos

A seguinte questão afirmou: “No mercado brasileiro, a disponibilidade de máquinas e equipamentos para a instalação de unidades processadoras de azeite é adequada às necessidades

do setor”. Cinco respondentes discordam totalmente, cinco discordam parcialmente, três concordam parcialmente, e dois mantêm-se neutros.

Dos cinco produtores que discordam totalmente, quatro não têm unidade própria para extração, mas todos afirmam que pretendem instalar a sua indústria. Dos cinco respondentes que discordam parcialmente, dois não possuem unidade própria, sendo que um deles afirma que pretende ter uma extratora. Percebe-se, então, que este pode representar um interessante nicho de mercado a ser explorado por empreendedores do setor de máquinas e equipamentos no Brasil.

O entrevistado Produtor 1, que não possui extratora própria, afirma que um dos principais empecilhos para o investimento é o alto custo dos equipamentos importados. O produtor, cita, no entanto, que a iniciativa de uma empresa instalada no Brasil pode facilitar a aquisição destas máquinas: “A empresa Fast desenvolveu um projeto de máquina brasileira que pode ser financiada, o que viabiliza ter indústria aqui. É um contêiner, onde o moinho está todo montado dentro do contêiner” (PRODUTOR 1).

O processo de extração tem importância significativa para a obtenção de bons resultados na elaboração do azeite extravirgem. A qualidade do produto depende em 30% da época da colheita, 30% do sistema de extração, 20% da cultivar, 10% do tempo de estocagem, 5% do sistema de transporte e 5% do método de colheita (ALFEI e PANELLI, 2002, apud BERTONCINI, TERAMOTO e PRELA-PANTANO, 2010).

4.3.6 Produtividade

Na afirmativa “É necessário ampliar a produtividade do olival para melhorar o resultado econômico da atividade”, nove produtores concordam totalmente, quatro concordam parcialmente, e dois discordam parcialmente. Como é uma atividade recente no Rio Grande do Sul, a produtividade dos olivais ainda não é mensurada oficialmente, assim como é feito a cada ano/safra em culturas convencionais e já estabelecidas, como a soja, o milho ou o arroz.

O entrevistado da Emater informa que a maior parte dos produtores vem colhendo volumes em torno de três toneladas por hectare:

Estamos em uma fase agora em que poucos produtores conseguiram produtividade média que viabilize economicamente a atividade. Embora se tenha preços muito bons, porque é um azeite de excelência comparado com o padrão do supermercado, o que permite a venda por R\$ 40 ou R\$ 50 reais o meio litro. Mesmo assim, para viabilizar, precisaríamos colher ao redor de 4,5 ou 5 toneladas por hectare. Já houve produtores que colheram até 10 toneladas por hectare, mas isso não se manteve. Muitos pomares foram feitos sem tecnologia, sem referências, sem padrões técnicos recomendados.

Agora é quase impossível acertar esses pomares. É mais fácil acertar pomares novos, porque há mais informações. (EMATER).

Além dos quilos de azeitona colhidos por hectare, a produtividade pode ser medida pelo volume de azeite obtido no processamento dos frutos, como ressalta o informante do Governo:

O que importa é o azeite. Em certos casos, no Rio Grande do Sul, o rendimento do azeite tem ficado entre 10% e 12%. Alguns países chegam a 15%, até 20%. O bom aqui é que o azeite é de alta qualidade, é um azeite *premium*, mas o rendimento ainda é baixo, porque chove muito, a fruta tem mais água, tem uma série de coisas que a pesquisa ainda não nos explicou bem. (GOVERNO).

Vieira Neto et al. (2008) enumeram que a produtividade e a qualidade da azeitona e do azeite dependem de uma série de fatores. Entre eles, a definição de técnicas de cultivo adequadas às condições de clima e solo da região, e o manejo de pragas e doenças. Propriedades químicas e físicas do solo, adubação (FLORES e FILIPPINI ALBA, 2015), espaçamento adaptado às diferentes variedades (LARBI et al., 2012; COUTINHO, JORGE e HAERTER, 2015), escolha das variedades (DE GENNARO et al., 2012), condições do clima durante o desenvolvimento dos frutos (WREGGE et al., 2015), poda das árvores (LOPES, PINTO e RODRIGUES, 2009), maturação dos frutos e métodos de colheita também interferem no desempenho qualitativo e quantitativo da produção (JORGE, COUTINHO e COSTA, 2015a).

4.3.7 Mão de obra

Três questões referentes à mão de obra foram apresentadas nesta etapa do questionário. Na primeira delas, o enunciado foi “A quantidade de mão de obra disponível para o trabalho nos olivais é adequada”. Quatro produtores discordam parcialmente, quatro concordam parcialmente, três discordam totalmente, dois concordam totalmente, e dois mantêm-se neutros.

Na segunda afirmativa “A mão de obra disponível para o trabalho nos olivais é capacitada”, seis produtores discordam totalmente, cinco discordam parcialmente, três concordam parcialmente, e um mantém-se neutro. A terceira questão teve como afirmação “A mão de obra disponível para o trabalho nos olivais é de alto custo”. Neste caso, seis concordam parcialmente, três concordam totalmente, três discordam parcialmente, dois mantêm-se neutros, e um discorda totalmente.

Assim como já foi descrito em seção anterior que abordou os desafios enfrentados na colheita, é perceptível que a mão de obra é fator crítico para a olivicultura gaúcha,

especialmente quando são considerados o custo e a capacitação da mesma. A estimativa é de que os processos de poda e de colheita representem 80% dos gastos com mão de obra nos olivais (JORGE, COUTINHO e COSTA, 2015a). Já a contratação de mão de obra e serviços de terceiros compõe 28,4% dos custos de implantação do olival, informam Costa e Jorge (2018).

O desafio da escassez de trabalhadores também é perceptível em outros países produtores. Em Portugal, por exemplo, o decréscimo de mão de obra para trabalho na colheita nos olivais tradicionais é considerado o principal responsável por um recuo de 7% na produção de azeite entre os anos de 1986 e 2001 (SANTOS, 2003). Na Argentina, o custo relacionado à mão de obra é avaliado como um dos fatores que afeta todo o ambiente de negócios da olivicultura (GONZÁLEZ, PICARDI e VALLS, 2015).

O entrevistado da Emater pontua que a mão de obra é um problema que não é específico da oliveira, mas sim das diferentes atividades do meio rural. Já para o informante do Governo, a qualificação dos trabalhadores pode ser aprimorada com iniciativas por parte de instituições que atuam no setor:

O Senar pode fazer cursos de capacitação para mão de obra nas propriedades, a Emater pode fazer mais cursos, mas também é preciso reverter o processo de saída de pessoas do campo para as cidades, modificando as leis trabalhistas. Outra solução é a mecanização, mas o volume (de produção) ainda não é grande para isso. (GOVERNO).

O informante Produtor 1 acredita que o suporte também poderá partir dos viveiros que fornecem as mudas. O mesmo revela que 70% dos seus custos são formados pela poda e colheita, sendo que esta última é realizada apenas manualmente, sem o auxílio de nenhum tipo de equipamento:

Se tivéssemos mão de obra treinada para poda e para colheita, conseguiríamos reduzir o custo. Eu tenho a equipe que colhe comigo há quatro anos. Mas noto que cada vez que chega alguém novo, naquele ano os antigos têm que ensinar, e o rendimento do novo é muito menor do que o do velho. (PRODUTOR 1).

4.4 MERCADO CONSUMIDOR

Os resultados a seguir detalham a percepção dos agentes da olivicultura sobre o mercado consumidor de azeite no Brasil.

4.4.1 Conhecimento do consumidor e divulgação

Na questão cujo enunciado foi “A maioria dos consumidores gaúchos sabe que o Rio Grande do Sul é produtor de azeite de oliva”, sete respondentes concordam parcialmente, quatro discordam parcialmente, três discordam totalmente e um não concorda, nem discorda. A afirmativa foi construída devido ao fato de que o azeite de oliva é um produto tradicionalmente importado pelo Brasil e às percepções obtidas durante a etapa exploratória da pesquisa. Sobre o assunto, o informante Produtor 2 declara: “Ainda tem gente que duvida que existe azeite gaúcho”.

Quando questionados se “O consumidor gaúcho tem conhecimento adequado a respeito dos benefícios do azeite de oliva para a saúde”, sete respondentes concordam parcialmente, cinco discordam totalmente e três discordam parcialmente. Na afirmação “É preciso criar ações para a divulgação do azeite gaúcho no mercado consumidor”, 12 produtores concordam totalmente e três concordam parcialmente.

O entrevistado do Governo considera a qualidade do azeite um dos pontos fortes da olivicultura gaúcha e, por isso, sugere estratégias para que seja ampliado o conhecimento do consumidor a respeito do produto:

Tem que fazer programa de televisão, material de jornal, usar a imprensa e a mídia. O vinho, que já está consagrado, fala-se muito da qualidade. É disso que precisamos. Fazer cursos de degustação rápidos e acessíveis, de duas horas, que custem R\$ 30 ou R\$ 40 por pessoa. Na década de 1990 e 2000, foi um *boom* de cursos de degustação de vinhos. É disso que precisamos: cursos de degustação e mídia. (GOVERNO).

O Produtor 1 concorda que é preciso valorizar a divulgação dos atributos do azeite gaúcho, que tem importantes diferenças em relação aos importados:

A gente teria que trabalhar e fazer uma batalha na parte de marketing e propaganda, semelhante com o que foi feito com o vinho gaúcho. Valorizar o nosso produto, que é um produto fresco e novo. Pensa num navio que viajou 30 dias com azeite dentro do porão e que depois será colocado em garrafas e distribuído para todo o Brasil. É bem diferente do nosso azeite, que a oliveira foi destacada da árvore e em 30 dias o azeite está na prateleira. Só que o consumidor não sabe disso. No momento em que eu vejo na TV que o azeite é fraudado ou falsificado, eu posso pensar que o gaúcho também é. Não precisamos falar mal do azeite da Europa. Mas a gente teria que mostrar que é diferente ter um produto aqui novo e um produto que atravessou o Atlântico. (PRODUTOR 1).

Sobre a necessidade de divulgação da produção ao consumidor, uma ressalva deve ser considerada. Ao longo da pesquisa e a partir dos depoimentos dos informantes qualificados, percebe-se que a produção de azeite de algumas marcas não consegue atender à procura dos consumidores. É o caso dos produtores 1 e 2 que participaram das entrevistas de profundidade. “O nosso maior problema hoje é a demanda. Muita gente quer azeite e em 30 dias não temos

mais azeite para vender. Nesses últimos dois anos, nós vendemos mais da metade da nossa produção em pré-venda” (PRODUTOR 1). Neste aspecto, o Produtor 2 avalia que o consumidor bem informado a respeito da produção gaúcha reconhece a qualidade diferenciada do produto:

Quem enviou azeite para concurso, acho que todos foram premiados. A Prosperato, em dois anos, de 17 concursos, foram 17 prêmios. A insatisfação das pessoas que param no nosso empório e veem que não tem azeite, é muito grande. As pessoas deixam os nomes na lista e querem comprar de caixa. Isso é uma injeção de ânimo. Tenho certeza que se continuar assim não precisamos fazer comercial para vender. E somado isso às premiações, à velocidade da internet e da comunicação, as pessoas já sabem o que é Prosperato, Batalha, Olivas do Sul. (PRODUTOR 2).

O informante do Governo avalia que havia desconfiança dos consumidores nos primeiros anos de produção, quando o volume era mais baixo. “Agora que tem mais produção e as pessoas já sentiram a diferença no paladar, ninguém consegue fechar o ano com estoque da safra passada, o que permite o preço lá em cima” (GOVERNO).

Em estudo realizado em 2016, com 343 entrevistados, os rótulos nacionais de azeite surgem na segunda posição na ordem de compra, atrás apenas dos portugueses. Os consumidores consideraram que os critérios mais importantes para a decisão de compra são o grau de acidez, o preço, a origem e a marca (AMBROSINI et al., 2017). Em outra pesquisa, realizada em 2013, a preferência pelos azeites brasileiros não esteve entre as respostas. Das 108 pessoas que foram entrevistadas, 57% preferem o produto de origem portuguesa, 30% optam pelo espanhol, 9% escolhem o italiano e 4% citaram os azeites grego e argentino (JORGE et al., 2014).

Um terceiro estudo, realizado com 167 pessoas no ano de 2013, conclui que os benefícios do azeite para a saúde ainda não são totalmente conhecidos pelos consumidores (DUTRA, DUARTE e SOUZA, 2013). Assim, torna-se necessário direcionar estratégias que possam estimular o aumento do consumo do produto.

Segundo Zylbersztajn (1995), sistemas agroindustriais que estão capacitados a obter informações mais qualificadas sobre o gosto, hábitos e satisfação dos consumidores podem ser considerados os mais competitivos. Saab, Neves e Cláudio (2009) afirmam que saber o que o consumidor deseja, reconhecer as mudanças no consumo e levar essas informações a toda a cadeia representam uma vantagem bastante importante, tanto para empresas, quanto para sistemas agroindustriais.

Em pesquisa realizada no Uruguai, onde a olivicultura também é atividade emergente, concluiu-se que uma grande proporção de consumidores não está familiarizada com os traços

sensoriais do azeite extravirgem e opta por produtos defeituosos no momento da compra (GÁMBARO et al., 2013). Tal dedução faz com que os autores sugiram ações de sensibilização.

Para Teramoto, Bertoncini e Praela-Pantano (2013), a conscientização do mercado consumidor sobre a qualidade e o preço do azeite é grande desafio a ser superado em países tradicionalmente importadores do produto. Em geral, as compras são feitas pela cor ou pelo menor grau de acidez anunciado no rótulo. No entanto, ambos os critérios não representam indicativos confiáveis de qualidade (TERAMOTO, BERTONCINI e PRELA-PANTANO, 2013).

Embora ainda sejam limitados os estudos científicos a respeito da composição e qualidade dos produtos elaborados no Brasil, trabalhos já realizados indicam diferentes resultados (MELLO e PINHEIRO, 2012; ANDRADE et al., 2017; SANTIAGO e MARTINS, 2017) e sugerem a continuidade e o aprofundamento de pesquisas na área (FARIA-MACHADO et al., 2017). Em um estudo que comparou azeites produzidos no Rio Grande do Sul e em Minas Gerais com azeites produzidos na Espanha com as mesmas variedades, os testes de análise sensorial classificaram os produtos brasileiros como extravirgens (BORGES, 2017).

Além de atender aos parâmetros exigidos na legislação, o azeite deve ser elaborado e armazenado seguindo uma série de requisitos que visam à qualidade, conforme cita o informante Produtor 2.

O azeite de oliva se mantém extravirgem por, no máximo 18 meses, mantido em condições normais, numa garrafa escura, num ambiente escuro e climatizado. Quando permanece muito tempo na luz, o produto pode perder as suas características de aroma, por exemplo. (PRODUTOR 2).

4.4.2 Preço, comercialização e identificação

Quando a afirmação foi “É preciso reduzir o preço do azeite gaúcho para que o produto alcance um maior número de consumidores”, cinco respondentes concordam parcialmente, quatro discordam parcialmente, quatro discordam totalmente e dois mantêm-se neutros.

A questão foi proposta devido ao preço superior dos rótulos nacionais em comparação com as marcas importadas mais populares encontradas no varejo. O valor acima do mercado é considerado natural pelo informante do Governo devido à baixa escala de produtividade e de produção:

A única maneira de se manter na atividade é vender o azeite pelo preço que está sendo vendido nesse momento, que é um valor bem acima do mercado mundial. É um nicho

de mercado, é uma perfumaria o azeite brasileiro. A maioria vende a R\$ 80 o litro, que é um preço excelente. (GOVERNO).

Entre os oito produtores que discordam da afirmativa com maior ou menor intensidade, quatro produziram volumes entre 50 e 200 litros em 2017, a menor quantidade entre as diferentes categorias explicadas na seção 4.2.2. Tal frequência permite deduzir que a fixação de um preço acima dos importados é ainda mais importante quanto menor a escala de produção. As demais respostas foram assinaladas conforme explica a Tabela 6.

Tabela 6 – Relação entre preço e volume produzido

Respostas	Volume (litros)				Total
	Entre 50 e 200	Entre 201 e 1.000	Entre 1.001 e 10.000	Mais que 10.000	
Discordo	4	1	1	2	8
Neutro	0	0	2	0	2
Concordo	1	3	0	1	5
Total	5	4	3	3	15

Fonte: Elaborada pelo NAE/UFRGS, com base nos resultados da pesquisa (2018).

O representante da Emater constata que, na medida em que a oferta aumentar, os preços irão baixar. Entretanto, o informante destaca a necessidade de ampliar a produtividade para manter a rentabilidade dos produtores:

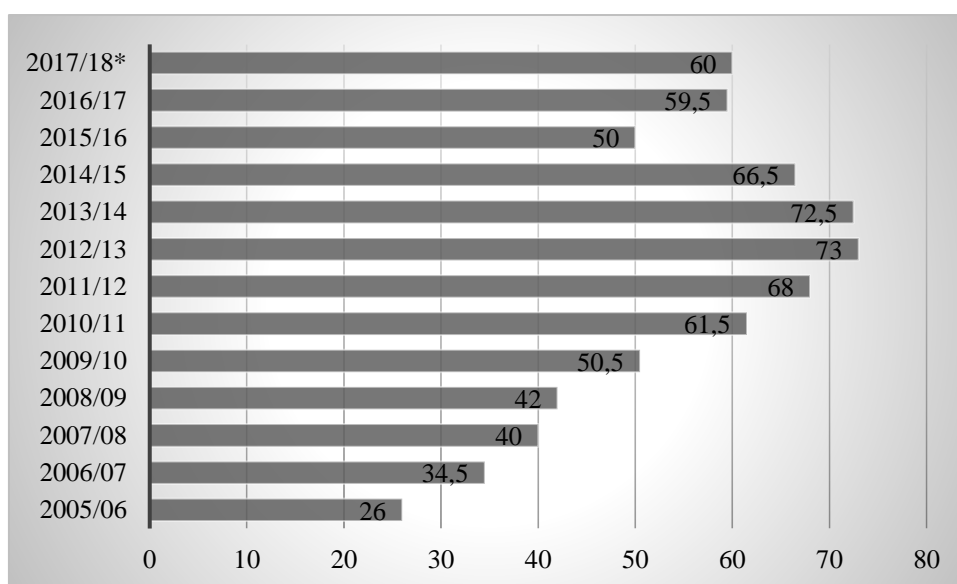
Mundialmente os extravirgens custam entre US\$ 5 e US\$ 8 o litro no mercado internacional, e nós estamos vendendo entre US\$ 12 e US\$ 15 o meio litro. Nos preços praticados no mundo todo, não viabiliza nem com quatro toneladas (produtividade de azeitonas/ha). Teríamos que ter cinco ou seis. (EMATER).

O preço surge como segundo critério no momento da decisão da compra de azeite, logo depois do grau de acidez e, dessa forma, pode representar um entrave para o aumento do consumo, segundo Ambrosini et al. (2017). Dos 343 consumidores entrevistados pelos autores, 219 informaram que aumentariam o consumo se o azeite fosse mais barato. O mesmo estudo indica que, para 50% das pessoas respondentes, o azeite de oliva é percebido como um produto caro.

Dutra, Duarte e Souza (2013) relatam que o consumo de azeite puro é mais frequente na faixa de consumidores com renda superior a cinco salários mínimos. Já o consumo de azeite composto destaca-se entre indivíduos com renda de um a três salários mínimos. Tais informações permitem inferir que o custo superior do produto de mais alta qualidade pode ser um limitante para a compra.

O Brasil alcançou o recorde de importações de azeite no ciclo de 2012/2013, quando o volume chegou a 73 mil toneladas depois de um crescimento contínuo desde 2005/2006 (Figura 9). Nota-se que, nos três períodos seguintes, houve redução na quantidade importada, o que pode ser explicado pela desaceleração da economia brasileira (AMBROSINI et al., 2017) o que, conseqüentemente, gera reflexos nos hábitos de compras da população. A retomada do crescimento das importações ocorreu já na safra 2016/2017, quando o volume foi de 59,5 mil toneladas (COI, 2017a).

Figura 9 – Importações brasileiras de azeite de oliva (em mil t)



*Projeção

Fonte: Adaptado de COI (2017a)

Em outra análise, quando o foco é sobre o comportamento do consumidor, é preciso levar em conta que a opção alimentar vai além do preço e da renda. Questões culturais, psicológicas e relacionadas ao estilo de vida, assim como as tendências de consumo, exercem influência sobre a decisão no momento da compra (SILVA e BATALHA, 2014). No entanto, são fatores que podem ser observados mais frequentemente junto a consumidores com alta renda. Tal avaliação pode ser aplicada aos clientes das marcas de azeite gaúcho, já que o produto chega aos canais de venda com preço superior aos rótulos importados mais conhecidos, mas mesmo assim tem sido muito procurado.

No enunciado que propôs “É importante a comercialização de marcas de azeite gaúcho em grandes redes de supermercado”, cinco respondentes concordam parcialmente, três concordam totalmente, três discordam parcialmente, dois discordam totalmente e dois mantêm-se neutros.

Até o momento, a presença de marcas de azeite gaúcho em supermercados é restrita, com a preferência dos produtores por canais de comercialização como internet e venda direta nas propriedades e em lojas próprias. Também são realizadas vendas em empórios que oferecem outros tipos de produtos alimentícios.

Entre os consumidores entrevistados por Ambrosini et al. (2017), mais de 80% informa comprar azeite em supermercados ou hipermercados, enquanto 5% revela adquirir diretamente do produtor. Em outro estudo, realizado com 108 pessoas, os pesquisadores verificaram que 76% dos entrevistados adquirem o produto em supermercados, enquanto 23% afirmou comprar em *free shops*, devido à disponibilidade deste tipo de loja no local da pesquisa (JORGE et al., 2014).

O entrevistado Produtor 1 revela que, por enquanto, não tem a pretensão de vender o azeite em supermercados. Segundo ele, o produto poderá perder competitividade ao ser colocado ao lado de um rótulo importado com preço mais baixo, já que a maior parte dos consumidores ainda não recebeu informações qualificadas sobre os diferenciais da produção nacional. Na avaliação do produtor, outro aspecto que dificulta a comercialização no grande varejo é o pouco volume produzido, que é incapaz de abastecer uma rede de supermercado durante os 12 meses do ano. O informante Produtor 2 relata já ter recebido proposta para a venda de azeite em uma grande rede de supermercados. No entanto, devido ao volume necessário para a oferta neste tipo de canal, acredita que apenas a partir de 2020 poderá projetar tal possibilidade.

A última questão deste bloco de perguntas perguntou se “É importante a criação de um selo que identifique o azeite gaúcho”. Os produtores responderam da seguinte forma: dez concordam totalmente, três concordam parcialmente, um discorda parcialmente e um não concorda, nem discorda.

O Produtor 2, que também é presidente do Ibraoliva, declara que um tipo de identificação está em avaliação pelos agentes do setor, mas afirma que ainda não há definição se o selo abrangerá a produção gaúcha ou brasileira. “Não podemos só dizer que o azeite é bom. Temos que pensar também em certificação” (PRODUTOR 2). Para o entrevistado do Governo, o selo pode ser planejado para os próximos anos, mas é dispensável neste momento em que o volume produzido ainda é baixo.

A questão proposta também recebeu um comentário voluntário de um dos respondentes do questionário, conforme descrito abaixo:

Parece prematuro falar de azeite gaúcho, pois até estandardizarmos as práticas na lavoura e na extração, especialmente na sanidade, ponto de maturidade dos frutos e

aplicação de fitofármacos, entre outros aspectos, teremos uma grande diversidade de produtores e práticas. Teremos produtores que adotam a qualidade, e outros, não. Para criar selos é indicado que exista educação e fiscalização por parte de uma entidade. É importante que os produtores adotem certos parâmetros e práticas que visem a qualidade. (PRODUTOR RESPONDENTE).

No Uruguai, onde a olivicultura foi intensificada comercialmente especialmente a partir do início dos anos 2000, um selo de qualidade é concedido a azeites comprovadamente extravirgens de produtores vinculados à Associação Olivícola Uruguaia. A certificação é concedida após análises realizadas na Faculdade de Química da Universidade da República, que por sua vez, tem habilitação do Ministério da Saúde para este tipo de trabalho (ASOLUR, 2018b).

Futuramente, a olivicultura brasileira poderá ser beneficiada por certificação via produção integrada (PI), sistema coordenado pelo Ministério da Agricultura que é baseado em boas práticas agropecuárias e geradora de benefícios a produtores e consumidores (JORGE, COUTINHO e COSTA, 2015b). A adequada implantação da PI, no entanto, requer assessoramento técnico e treinamento dos agentes envolvidos nos processos.

A implantação de certificados e de selos por iniciativa do Estado e/ou do setor produtivo vem crescendo à medida que aumenta a necessidade de agregar valor aos produtos e de atender consumidores mais exigentes em relação à qualidade dos alimentos (PERETTI e ARAÚJO, 2010). Estratégias que objetivam a valorização de determinadas características também são importantes para ampliar a competitividade de produtos do agronegócio num contexto de atenção à critérios de segurança alimentar, identificação de origem e boas práticas agrícolas. Ainda segundo Peretti e Araújo (2010), a certificação visa proporcionar ao consumidor a garantia de determinado produto quanto às normas ou especificações técnicas estabelecidas.

No caso do azeite gaúcho, um selo de certificação poderia auxiliar no processo de conhecimento e identificação do consumidor sobre a produção existente no Rio Grande do Sul. De acordo com Lourenzani, Lourenzani e Pigatto (2012), a informação sobre um produto ou processo produtivo faz parte da decisão de compra dos consumidores.

Mendes e Padilha Junior (2007) consideram que somente a padronização e a classificação permitem definir a qualidade. Para os autores, o diferencial de preço é estímulo à fabricação desses tipos de produto. No entanto, será o nível de renda do consumidor que lhe dará condições financeiras para pagar preços mais elevados. Fornazier e Waquil (2012) ressaltam que a adoção de um protocolo de certificação não significa necessariamente que os produtores terão melhores resultados na comercialização. Isso porque o processo pode apenas gerar aumento de custos e não a valorização do atributo da certificação pelos consumidores.

4.5 AMBIENTES INSTITUCIONAL E ORGANIZACIONAL

A atuação dos ambientes organizacional e institucional revelam-se ainda mais importantes num momento em que o sistema da olivicultura busca sua consolidação. A seguir, os resultados apresentam a percepção dos agentes sobre a atuação desses mecanismos de apoio à atividade.

4.5.1 Crédito

Quando questionados se “As condições das linhas de crédito disponíveis para investimentos no setor são satisfatórias”, cinco produtores concordam parcialmente, quatro discordam parcialmente, quatro discordam totalmente, um concorda totalmente e um mantém-se neutro.

Procurou-se estabelecer a correlação entre a concordância e a discordância dos respondentes e o fato de possuírem ou não indústria própria de extração. Entre os oito produtores que discordam em maior ou menor intensidade, cinco afirmaram não ter unidade própria de elaboração, o que pode ser um indicativo de que são necessários aprimoramentos nos financiamentos existentes para a aquisição de equipamentos para a fabricação do azeite.

Outro fato a ser considerado é que, dos oito produtores que discordam com a afirmação, dois deles cultivam olivais em municípios que estão fora do Zoneamento Agrícola de Risco Climático para a cultura, tema que foi abordado em seção anterior. Como alguns agentes financeiros condicionam a liberação de crédito ao cumprimento das regras previstas no zoneamento, a resposta destes produtores pode estar atrelada à dificuldade na liberação de crédito junto às instituições bancárias.

Os produtores também foram questionados se “O volume de crédito disponível para investimentos no setor é satisfatório”. Neste caso, seis respondentes discordam totalmente, quatro concordam parcialmente, três discordam parcialmente e dois não concordam, nem discordam. A Tabela 7 descreve a relação entre as respostas concordantes e discordantes e o tamanho da área plantada estabelecido em três categorias. Nota-se que, dos nove respondentes que discordam do enunciado, cinco correspondem às menores áreas cultivadas, o que pode representar maior dificuldade de acesso ao crédito por produtores de menor porte.

Tabela 7 – Relação entre crédito e área plantada

Respostas	Área plantada (ha)			Total
	Entre 1 e 29	Entre 30 e 130	Maior que 130	
Discordo	5	3	1	9
Neutro	1	1	0	2
Concordo	0	1	3	4
Total	6	5	4	15

Fonte: elaborada pelo NAE/UFRGS com base nos resultados da pesquisa (2018).

O crédito e as linhas de financiamentos voltados ao setor integram as Diretrizes Gerais do Programa Pró-Oliva, que enumera como objetivos específicos relacionados à questão a adequação de condições de financiamento ao cultivo de olivais, o estabelecimento de parcerias com bancos para o crédito voltado à expansão de olivais e agroindústrias e o crédito rural atrelado à assistência técnica e recomendações da pesquisa para a cultura (RIO GRANDE DO SUL, 2015b). Nas ações listadas para atingir os objetivos anteriores estão o pleito de linhas de crédito com carência adequada à cultura, a divulgação de linhas de crédito junto aos produtores, a disponibilização de informações sobre custos de produção para fins de financiamento de implantação de olivais pelas instituições financeiras e a inserção da olivicultura no Programa ABC, de Agricultura de Baixo Carbono.

Esta última reivindicação foi atendida pelo Governo Federal no Plano Agrícola e Pecuário 2017/2018, quando a atividade foi incluída como beneficiária de uma linha que disponibilizou um total de R\$ 2,13 bilhões com taxas de juros de 7,5% ao ano para diferentes sistemas de produção em todo o País (BRASIL, 2017d). No Plano Agrícola e Pecuário da safra 2016/2017, a olivicultura integrou o Programa de Modernização da Agricultura e Conservação dos Recursos Naturais (MODERAGRO). A linha ofertou um total de R\$ 2,64 milhões, com taxa de juros de 9,5% ao ano (BRASIL, 2016b). Investimentos na olivicultura também podem ser enquadrados, de acordo com as condições de cada produtor, em linhas como o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) e o Programa Nacional de Apoio ao Médio Produtor Rural (PRONAMP).

Para estimular a oferta de crédito junto ao setor, a Secretaria da Agricultura do Rio Grande do Sul firmou termos de cooperação com as seguintes instituições financeiras: Badesul, Banco do Brasil, Banrisul, Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) e Sicredi (RIO GRANDE DO SUL, 2015e). A olivicultura também foi contemplada no Plano Safra Gaúcho 2017/2018, que ofertou um total de R\$ 3,2 bilhões à agropecuária via sistema financeiro estadual (RIO GRANDE DO SUL, 2017a).

É preciso considerar que uma parte importante dos produtores de olivais e de azeite no Rio Grande do Sul possuem outras fontes de renda e, conseqüentemente, têm capacidade de investir recursos próprios na atividade. O informante do Governo atesta que a atividade tem como uma das suas características a presença de empreendedores com origem no meio urbano:

A maioria desse pessoal, 90%, não é do ramo da fruticultura e muitos não são do ramo da agricultura. São advogados, médicos, engenheiros, uns já tinham terra, outros compraram terras para esse fim. Muitos por paixão mesmo, outros porque já tinham interesse, com visão bastante racional e econômica. (GOVERNO).

Embora a maior parte dos produtores que respondeu ao questionário indique dificuldades em aspectos relacionados a condições e volume de crédito, nos últimos anos, houve sobra de recursos oficiais destinados à agropecuária no Brasil. Na safra 2016/2017, dos R\$ 185 bilhões ofertados, R\$ 137,2 bilhões foram contratados (BRASIL, 2017e). Nantes e Scarpelli (2014) citam que, na safra 2005/2006, do total de recursos disponibilizados pelo Pronaf, apenas 50% foram efetivamente aplicados.

Os autores identificam razões para que pequenos produtores deixem de acessar linhas de crédito: i) não atendimento de exigências bancárias; ii) condições de pagamento inadequadas às atividades, como altas taxas de juros e prazo reduzido para pagamento; iii) aversão ao risco em razão do receio de perder o patrimônio; iv) falta de informações sobre as possibilidades de financiamento existentes; v) dificuldades de agentes financeiros para obter informações sobre o projeto e a capacidade de pagamento do produtor; vi) despreparo de agentes financeiros; e vii) assistência técnica ausente ou incapaz de apoiar o desenvolvimento de projetos viáveis (NANTES e SCARPELLI, 2014).

4.5.2 Evolução da pesquisa

O questionário buscou saber a percepção dos produtores de azeite a respeito das iniciativas voltadas ao conhecimento técnico da olivicultura. Na pergunta “Nos últimos anos, a evolução da pesquisa sobre o cultivo de oliveiras no Brasil é satisfatória”, quatro produtores discordam totalmente e quatro discordam parcialmente. Outros quatro concordam parcialmente, dois concordam totalmente e um não concorda, nem discorda.

Quando perguntados se “O Brasil deve investir mais em pesquisas voltadas ao cultivo de olivais”, 14 concordam totalmente e um concorda parcialmente. É consenso entre produtores

e especialistas envolvidos com a atividade que a geração de conhecimentos específicos sobre a cultura é fundamental para promover o desenvolvimento sustentável da atividade no País.

Ainda que muitas iniciativas tenham sido impulsionadas nos últimos anos, é natural que uma atividade recente de uma cultura não tradicional demande um maior volume de informações sobre os diferentes aspectos que envolvem a produção. O informante da Emater analisa a questão:

Ainda estamos muito longe de fazer pesquisa nas nossas condições climáticas e meteorológicas a ponto de dizer que se tivermos tal variedade poderemos ter um azeite com mais polifenóis. São detalhes e ajustes de pesquisa que levam 10 ou 15 anos. Ainda temos que construir toda uma história com a olivicultura, mas economicamente acredito que nos próximos quatro ou cinco anos seja a fase decisiva. (EMATER).

O entrevistado do Governo informa que a atuação de um Grupo Técnico de discussão entre engenheiros agrônomos está gerando recomendações aos produtores:

Reativamos o grupo técnico de pesquisa e extensão. Na última reunião tivemos 24 agrônomos. São profissionais que dão assistência particular, ou que estão vinculados à Emater, à Embrapa e a universidades. É um grupo que coordenamos na secretaria (da Agricultura) e que foi criado em fins de 2008 porque na época recebemos um pedido de socorro de uma produtora. A cada reunião discutimos um assunto, que é um tema base. É como uma junta médica. Esse grupo está ajudando na troca de informações e correção de erros. Mas faltam mais cursos na área. As universidades ainda estão tímidas nesse aspecto. (GOVERNO).

4.5.3 Conhecimento e informações técnicas

Um bloco de questões foi destinado a enumerar aspectos críticos relacionados à produção nos olivais e a relevância da pesquisa sobre os mesmos. Todas as afirmativas iniciaram com o seguinte enunciado: “É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre...”. Para facilitar a leitura das respostas a cada uma das perguntas, a Tabela 8 apresentará os resultados.

Tabela 8 – Frequência das respostas sobre a importância de ampliar o conhecimento e as informações sobre o cultivo dos olivais*

	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
As condições adequadas de solo para o plantio de olivais.	0	4	11
As condições adequadas de clima para os olivais.	0	3	12
O espaçamento adequado para os olivais.	1	7	7
A necessidade de adubação dos olivais.	1	4	10
O correto manejo da poda nos olivais.	0	5	10
As pragas que afetam os olivais.	1	3	11
As doenças que afetam os olivais.	0	2	13

*Não houve respostas “Discordo totalmente” ou “Discordo parcialmente”

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A análise deste grupo de questões permite concluir que os produtores entendem a grande necessidade da geração de conhecimento técnico a respeito de diferentes fatores produtivos. Temas como doenças e clima, este último já abordado em seção anterior, são ainda mais urgentes.

Além de defender maior intensidade nas pesquisas voltadas à olivicultura, o entrevistado Produtor 1 argumenta que também é necessário o compartilhamento do conhecimento gerado:

Ainda não conseguimos definir época de poda, modalidades de poda, intensidade de poda. Tanto que nós aqui estamos testando sem poda, poda anual, poda bianual e poda trianual. Poda forte, fraca e média. Poda no inverno, no verão e na primavera. Se hoje me perguntar o que tem de resultado, temos um monte de resultados, mas nada conclusivo. Mas a gente nota que o momento é de pesquisa, a única certeza que temos é essa. O ponto negativo é que a gente tem muito pouca interação e pouco compartilhamento do que vem sendo pesquisado. Tudo o que eu pesquiso está no meu site, mas há outras propriedades que não têm site, ou não divulgam, de repente se eu soubesse o que estão fazendo, eu tentaria fazer outra coisa. Notamos que está faltando um gerenciamento desse conhecimento. (PRODUTOR 1).

O informante da Emater enumera aspectos que considera mais urgentes no processo de cultivo:

As etapas mais críticas são erros na instalação do pomar, que não são mais permitidos, como correção de acidez e de fertilidade, assim como escolha do lugar certo e espaçamento. Precisa ao menos ouvir técnicos com experiência um pouco maior, mas também precisa que as pessoas sejam menos aventureiras e um pouco mais profissionais. Há áreas em que o responsável pela oliveira é o mesmo responsável pela pecuária e por tudo. Ninguém consegue ser bom em tudo. (EMATER).

O entrevistado Produtor 2 também resume fatores que considera importante.

Precisamos melhorar o manejo, as podas, a parte nutricional, o tipo de adubo e a hora que precisa colocar, e também definir o material genético. Tem muita coisa boa por vir, mas também teremos muitos problemas de doenças, pragas. Existe uma doença

chamada *Xylella fastidiosa*, que está em São Paulo e em Minas Gerais. Se hospeda no café, mas também entra nos galhos da oliveira e mata a planta. (PRODUTOR 2).

Patógeno bacteriano transmissor de vetores associado a doenças em uma ampla gama de plantas, a *Xylella fastidiosa* é fonte de preocupação para olivicultores em diferentes países. Em 2013, no sul da Itália, o surto de uma doença que afetou olivais foi associado à bactéria (EFSA, 2017; SILVA et al., 2017). No Brasil, problema semelhante foi registrado em olivais na Região Sudeste em 2016 (COLETTA-FILHO et al., 2016; SILVA et al., 2017). Entre os métodos recomendados pela pesquisa para evitar a ocorrência da enfermidade está a aquisição de mudas sadias produzidas em viveiros certificados (SILVA et al., 2017).

Entre outras doenças que afetam os olivais, publicações destacam verticilose, repilo, tuberculose e antracnose (PEREIRA et al., 2010). Esta última pode levar à podridão dos frutos e, em condições de umidade e temperatura favoráveis, as perdas podem alcançar até 50% da produção (TÖFOLI et al., 2013). Por ser favorecida pela alta umidade, que é uma das características climáticas de algumas regiões de cultivo no território gaúcho, a antracnose merece atenção especial de produtores e especialistas. Em 2017, o Grupo Técnico da Olivicultura no Rio Grande do Sul publicou uma série de recomendações para prevenção da ocorrência da doença (RIO GRANDE DO SUL, 2017b).

Semelhantes orientações foram publicadas sobre a calagem e adubação corretas para o cultivo. Tais cuidados podem determinar o sucesso ou insucesso da produção, como avalia o informante do Governo:

Precisamos pensar sempre em correção, acidez, adubação, drenagem, tipo de solo mais apropriado. A Secretaria da Agricultura, durante 12 anos, teve um Serviço Oleícola, de 1948 a 1960. Foram distribuídas mais de 300 mil mudas que foram plantadas em praticamente todo o Estado. Não sobrou nada. Ninguém fazia análise e correção de solo. (GOVERNO).

4.5.4 Recursos humanos técnicos

Na questão cujo enunciado foi: “Existe um número satisfatório de profissionais (técnicos e engenheiros agrônomos) atuando na olivicultura, sete respondentes discordam parcialmente, quatro discordam totalmente, três concordam parcialmente e um mantêm-se neutro.

A seguinte questão propôs: “Os profissionais (técnicos e engenheiros agrônomos) que atuam na olivicultura são capacitados para a área”. Dos 15 produtores, sete concordam parcialmente, seis discordam parcialmente, um concorda totalmente e um discorda totalmente.

Neste caso, quando são criadas duas categorias de resposta, entre os que concordam e os que discordam, existe uma pequena relação entre a concordância e o tamanho da área plantada, o que pode ser um indicativo de que produtores que trabalham em cultivos maiores podem ter acesso a informações mais qualificadas. Para uma melhor visualização dos resultados, foram estabelecidas três categorias de área plantada, segundo a Tabela 9.

Tabela 9 – Relação entre a capacitação dos técnicos e área cultivada

Respostas	Área plantada (ha)			Total
	Entre 1 e 29	Entre 30 e 130	Maior que 130	
Discordo	4	2	1	7
Concordo	2	3	3	8
Total	6	5	4	15

Fonte: Elaborada pelo NAE/UFRGS, com base nos resultados da pesquisa (2018).

As questões relativas aos profissionais atuantes na olivicultura receberam um comentário adicional de um dos produtores, conforme descrito abaixo:

Referente aos questionamentos sobre a disponibilidade de técnicos, acredito que existam dois problemas. Primeiro, vão fazer um curso na Europa e se julgam especialistas em olivicultura, sendo que o manejo é extremamente diferente. Segundo, fazem especialização ou mestrado na área estudando um ponto específico e se julgam especialistas na cultura. E produtores, que na sua maioria são investidores que vieram de outros setores, contratam estes “especialistas” para conduzirem seus olivais e erros básicos continuam a ser cometidos. Sem falar em advogados e engenheiros elétricos dando assistência técnica. (PRODUTOR RESPONDENTE).

O entrevistado Produtor 1 defende o aumento do número de capacitações na área e revela que está cursando Agronomia para ampliar seus conhecimentos sobre a atividade. Já o informante da Emater analisa que o número de profissionais atuando na cadeia vem aumentando, mas ressalva que as dificuldades ainda são muitas:

Toda atividade nova traz uma ansiedade muito grande. Pegamos o exemplo da Emater: tem um, dois ou às vezes três técnicos em cada município, mas demanda para diversas atividades agrícolas e pecuárias. Então, qual é a lógica: tentar me atualizar e me informar naquilo que tenho mais demanda. E daí o técnico nunca viu um pomar. Ele vai buscar conhecimento, mas não será de um dia para o outro e nem em 10 dias. Leva tempo para se formar. O técnico vai buscar soluções à medida que os produtores apresentarem suas dúvidas. É um processo demorado. E a responsabilidade do produtor é não sair como aventureiro plantando (EMATER).

Ainda que órgãos de pesquisa e extensão rural venham investindo em conhecimentos relacionados à olivicultura, percebe-se que há dificuldades na difusão destas informações. Nantes e Scarpelli (2014) ressaltam que a adoção de tecnologia é uma exigência para a permanência na atividade rural. Sobre o suporte técnico aos produtores, os autores concluem

que, embora a assistência técnica esteja disponível para grande parte dos produtores rurais no País, ela mostra-se incapaz de atender plenamente às suas necessidades.

4.5.5 Atuação governamental

Três questões foram formuladas para que os produtores se manifestassem sobre o grau de importância da atuação do governo sobre diferentes aspectos relacionados à olivicultura. Todas as afirmativas iniciaram com o seguinte enunciado: “Qual é o grau de importância da atuação governamental sobre...”. Para facilitar a leitura das respostas a cada uma das perguntas, a Tabela 10 apresentará os resultados.

Tabela 10 – Frequência das respostas sobre o grau de importância da atuação governamental sobre diferentes aspectos da atividade*

	Extremamente importante	Muito importante	Importante	Pouco importante
O registro de insumos para os olivais	8	6	1	0
A criação de normativas que envolvem a produção de mudas de oliveiras	9	2	3	1
A fiscalização de azeites importados	13	2	0	0

*Não houve respostas “Nada importante”

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Como atividade recente no Brasil, a olivicultura dispõe de poucos insumos específicos para o manejo dos cultivos. O tema foi abordado em seção anterior deste capítulo e, as respostas apresentadas na Tabela 10 confirmam que este é um grande gargalo da produção. Nota-se que os produtores esperam maior regulação por parte do governo sobre a produção de mudas, assunto que também foi discutido em seção anterior. Apenas um respondente considerou “pouco importante” tal atuação. A questão parece preocupar mais os produtores que trabalham nas menores áreas de cultivo. Os nove que consideram a atuação “extremamente importante”, informam áreas plantadas entre 4 e 60 hectares.

O entrevistado Produtor 2 revela que um dos principais objetivos do Ibraoliva, entidade que foi criada em 2017 para representar os produtores, é fortalecer o plantio de olivais com material genético credenciado pelo Ministério da Agricultura. Segundo o informante, é preciso combater o que ele classifica de “viveiros clandestinos, sem registro e sem garantia”.

A atuação governamental sobre a fiscalização de azeites importados é a mais urgente das três questões, visto que 13 produtores consideram a mesma como “extremamente

importante” e dois avaliaram como “muito importante”. Ainda que o Brasil seja dependente dos importados, já que a produção nacional é capaz de suprir menos de 1% do consumo (BRASIL, 2018b), o tema é alvo de atenção devido ao grande volume de azeites fora de conformidade à venda no varejo brasileiro. O Produtor 2 afirma que o Ibraoliva contesta, junto ao Ministério da Agricultura, a importação de azeite a granel, devido à baixa qualidade desses produtos:

Não somos contra a importação do azeite, mas questionamos a forma como ele é importado. Por vir a granel, é adicionado a esse azeite óleos de soja, de milho, de trigo. Então, queremos acabar com a importação do azeite a granel. O dia que conseguirmos isso, além de valorizar mais os nossos, nós vamos diminuir o risco de trazer um azeite ruim. (PRODUTOR 2).

O Ministério da Agricultura vem realizando ações de controle de fraudes na venda de azeites importados desde 2014 (BRASIL, 2018b). Em uma das operações do ano de 2018 foram avaliadas 107 marcas comercializadas por 65 empresas. Do total das amostras coletadas, 59,7% foram reprovadas, sendo que, 300 mil litros de produtos irregulares e mais de 400 mil litros de produtos classificados como temperos, mas que continham rótulos de azeite de oliva, foram retirados do mercado. As principais irregularidades são a mistura do azeite com outros óleos e as informações incorretas contidas nos rótulos (BRASIL, 2018b). A punição envolve multa, apreensão do produto para descarte e denúncia junto ao Ministério Público.

A atuação sobre azeites importados fraudados também pode auxiliar no processo de promoção da qualidade dos azeites gaúchos, que devem atender aos requisitos da legislação determinados na Instrução Normativa nº 1, do Ministério da Agricultura (BRASIL, 2012). Marcas de azeites produzidos no Rio Grande do Sul vêm sendo incluídas nas operações de fiscalização do governo e aprovadas nos testes realizados (BRASIL, 2018b).

4.6 CONSIDERAÇÕES SOBRE COMPETITIVIDADE E O SAG DA OLIVICULTURA

A descrição do SAG da olivicultura gaúcha e a análise das respostas dos questionários e das entrevistas realizadas durante a coleta de dados permitem a percepção de diferentes características presentes no processo produtivo. É possível observar transações próximas das tradicionais, já que existem empresas que adquirem insumos (mudas), terceirizam a fabricação do azeite e comercializam a produção em lojas especializadas. Por outro lado, nota-se que algumas empresas instaladas no Estado completam o ciclo de produção.

Um dos exemplos é a TecnoPlanta, que fabrica a marca de azeite Prosperato. A empresa produz as mudas necessárias para o cultivo, mantém um olival próprio, industrializa a colheita

e comercializa seus produtos em canais diretos de venda pela internet e na sua sede, localizada em Caçapava do Sul (PROSPERATO, 2017). Ao mesmo tempo, a empresa atua como fornecedora de insumos, já que disponibiliza a venda de suas mudas a outros produtores. O trabalho segue com assistência técnica, aquisição e processamento da produção dos clientes.

O processo tem similaridades com o que Silva e Batalha (2014) definem como integração vertical, estratégia em que há apropriação dos lucros dos mercados situados a montante e a jusante da atividade original da empresa. Também pode ser considerado o controle destes mercados com o objetivo de favorecer a atividade original da empresa. A integração a montante pode garantir o fornecimento da matéria-prima em qualidade e em quantidade adequadas, enquanto a integração a jusante pode oferecer maior proximidade com o consumidor e melhor controle de canais de distribuição. Farina (1999) cita que o foco em qualidade pode exigir o uso de matérias-primas com especificações mais rígidas e, caso a empresa não consiga obter este produto junto a fornecedores, a própria firma terá que trabalhar para obtê-lo.

Governar a transação vertical, segundo Farina (1999), significa incentivar o comportamento desejado e, ao mesmo tempo, conseguir monitorá-lo. Ainda conforme a autora, para que sejam bem-sucedidas, as estratégias competitivas dependem de estruturas de governança apropriadas. Não há uma estrutura de governança superior às demais, mas o conceito de eficiência, útil a uma análise de competitividade, terá apoio numa estrutura de governança adequada às características de cada transação e à redução de custos das transações. Além da integração vertical, pode-se citar outros exemplos de estruturas de governança, como os contratos de suprimento regular e contratos de longo prazo com cláusulas de monitoramento.

Zylbersztajn (1995) define que existem pelo menos duas dimensões para lidar com a coordenação de sistemas dos agronegócios. A primeira são os modos de governança resultantes das características das transações, enquanto o segundo é representado pelas características de governança resultantes dos ambientes organizacional e institucional. As duas interagem revelando a forma final do modo de governança do sistema.

A coordenação adequada dos sistemas agroindustriais é importante para gerenciar diferentes aspectos do processo, segundo Saab, Neves e Cláudio (2009). Podem ser incluídos nesta análise, segundo os autores, a redução da incerteza e do risco, a economia de tempo, a diminuição de custos, o aumento da efetividade, a adição de valor e a melhoria da qualidade.

Também é perceptível, na análise do SAG da olivicultura gaúcha, que os ambientes institucional e organizacional atuam como importantes forças coordenadoras do sistema. Assim como assinalado por Zylbersztajn (1995), o papel do Estado é ainda mais especial quando são valorizados programas de proteção da renda, regulamentação de operações com alimentos e

investimentos em pesquisa. Observa-se que o envolvimento de instituições como Embrapa, Secretaria estadual da Agricultura e Emater vem colaborando para ampliar o conhecimento sobre o cultivo das oliveiras por meio de recomendações técnicas.

Zylbersztajn (1995) cita Goldberg, que em seus trabalhos de 1957 e 1968, analisou que as associações apoiam as firmas nos processos de adaptação necessários devido às mudanças nos sistemas agrícolas. Principalmente as pequenas empresas têm acesso limitado a informações e, assim, as organizações podem colaborar para difundir o conhecimento necessário. Respostas institucionais também são importantes num ambiente de alta instabilidade, como é o que está inserido o setor agrícola, que tantas vezes é afetado por condições climáticas desfavoráveis, oscilação de preços e mudanças nos hábitos de compra do consumidor (ZYLBERSZTAJN, 1995).

Instabilidades podem motivar o surgimento de uma organização formada especialmente para lidar com determinado problema. No entanto, cabe a ressalva de que nem sempre os benefícios desta atuação serão distribuídos igualmente entre os agentes da cadeia, revelando que também existem limites para ações desta natureza (ZYLBERSZTAJN, 1995).

Farina (1999) afirma que as relações entre os agentes do sistema são necessárias para ganhos de competitividade, mas também podem ser dificultadas por conflitos. Nesse momento, revela-se a importância de atores capazes de negociar a solução destes conflitos. É o caso de organizações públicas, como as secretarias da Agricultura, e privadas, como associações e sindicatos de produtores.

Identificar e entender elementos de competitividade são estratégias essenciais para estabelecer decisões e ações que possam incorporar fatores de fortalecimento a uma empresa ou sistema agroindustrial. Ao analisar a importância do conceito para a coordenação desses sistemas, Farina (1999) destaca que as diferentes formas de organizar a produção têm impactos significativos sobre a capacidade de reação a mudanças no ambiente competitivo, identificação de oportunidades e ação estratégica.

Segundo a autora, o termo “competitividade” não tem uma definição precisa, já que envolve muitas faces de uma mesma questão. Alguns exemplos de interpretação, no entanto, podem ser considerados, como é o caso do ponto de vista das teorias de concorrência, em que a competitividade é definida como a capacidade sustentável de sobreviver e ainda crescer em mercados correntes ou em novos mercados. Esta sustentabilidade representa uma situação em que a empresa tenha lucros (FARINA, 1999).

Outros fatores podem ser indicadores que ajudam a explicar em parte a competitividade, como a evolução da participação no mercado, a relação entre custos e produtividade e produtos

ou processos inovadores que atendam demandas específicas de consumidores ou clientes. Nota-se aqui, relação com a cadeia produtiva da olivicultura no Rio Grande do Sul. Percebendo o crescimento das importações de azeite pelo Brasil, empreendedores decidem investir na atividade com a elaboração de um produto genuinamente nacional e de alta qualidade.

Estudos de competitividade no âmbito dos agronegócios não podem considerar a simples soma da competitividade dos seus agentes, analisam Batalha e Silva (2014). É preciso, necessariamente, levar em conta os ganhos potenciais de uma coordenação eficiente dos vários mercados que articulam estes sistemas.

O esforço pela competitividade ainda passa pela definição de mecanismos que permitam comunicar aos agentes as condições e modificações impostas pelo mercado. Na sequência, segundo Zylbersztajn (1995), é preciso determinar se os ajustamentos necessários serão espontâneos ou se haverá mecanismos para tal. Em tal processo, completa o autor, as iniciativas públicas podem atuar como aceleradoras da implementação de mudanças, com ferramentas como linhas de crédito voltadas ao incremento tecnológico.

Numa abordagem sobre gerenciamento de processos, Batalha e Silva (2014) analisam a importância de trabalhar sobre as especificidades dos sistemas agroindustriais. São aspectos que se enquadram, em maior ou menor intensidade, em desafios enfrentados pela olivicultura gaúcha e que, conseqüentemente, deverão ser alvos de atenção por parte de todos os agentes da cadeia. Segundo os autores, é preciso considerar as seguintes particularidades: i) sazonalidade de disponibilidade de matéria-prima; ii) variações de qualidade de matéria-prima; iii) perecibilidade da matéria-prima; iv) sazonalidade de consumo; e v) perecibilidade do produto final.

Outra observação no SAG da olivicultura do Rio Grande do Sul refere-se à relação geralmente amistosa entre os representantes das marcas de azeite. Num contexto em que os equipamentos necessários à elaboração do produto final ainda são inacessíveis para parte dos empreendedores, a opção é pela terceirização dos processos em uma unidade concorrente. As empresas também participam de forma conjunta de atividades relacionadas ao Programa Pró-Oliva, como o Salão do Azeite Gaúcho. Batalha e Silva (2014) explicam tal interação abordando o conceito de coopeção, ou seja, quando a competição e a cooperação caminham juntas. Apesar de cada empresa manter sua própria marca no mercado, existem associações e acordos entre os concorrentes que revelam que é possível incrementar os negócios sem prejudicar os objetivos finais das outras organizações.

A capacidade de ação estratégica, conforme Farina (1999), pode depender de articulação de ações entre rivais, fornecedores, distribuidores, institutos de pesquisa públicos ou privados.

Para a autora, é crescente o reconhecimento de que a coordenação e cooperação vertical e horizontal são importantes na vitalidade da concorrência. Assim, a competitividade não depende apenas da excelência da gestão individual de cada empresa, mas também de políticas públicas e privadas, individuais e coletivas.

Conforme citam Batalha e Silva (2014) a caracterização e a análise dos segmentos de um sistema agroindustrial revelam a existência de um variado conjunto de fatores que afetam de maneira positiva ou negativa o seu desempenho competitivo. No entanto, este tipo de estudo deve também observar em profundidade o ambiente institucional, já que o mesmo pode ter grande influência sobre a sua competitividade.

A análise dos resultados realizada a partir das diferentes etapas da coleta de dados da pesquisa permite identificar potencialidades e desafios nos processos que envolvem o sistema agroindustrial da olivicultura no Rio Grande do Sul. O Quadro 4 apresenta um resumo das principais observações possibilitadas pelo estudo em cinco etapas do sistema: insumos, produção, agroindústria, mercado consumidor e ambientes institucional e organizacional.

Quadro 4 – Resumo das potencialidades e desafios da olivicultura no RS

POTENCIALIDADES	DESAFIOS
INSUMOS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Divulgação de normas técnicas relacionadas à adubação e ao controle de problemas fitossanitários ✓ Três produtores cadastrados oficialmente como fornecedores de mudas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necessidade de registro e lançamento de defensivos específicos para a cultura ✓ Necessidade de normas oficiais e fiscalização sobre a produção de mudas ✓ Necessidade de ampliação do número de produtores de mudas
PRODUÇÃO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mesmo com limitações, identificação de condições de clima e solo favoráveis ao cultivo em algumas regiões ✓ Zoneamento Agrícola de Risco Climático para a Oliveira ✓ Recomendações técnicas relacionadas a aspectos agrônômicos da cultura ✓ Empreendedorismo dos produtores, com aumento da área plantada e colocação de marcas de azeite no mercado ✓ Parceria para o fornecimento de equipamentos de colheita aos produtores 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necessidade de ampliação da pesquisa a respeito das condições de clima adequadas à olivicultura ✓ Municípios com pomares fora do zoneamento ✓ Cultivo realizado sem as devidas orientações técnicas ✓ Necessidade da adoção, pelos produtores, de práticas agrônômicas adequadas para reduzir os custos e os riscos ✓ Necessidade de lançamento de cultivares adaptadas às condições locais ✓ Baixa produtividade dos olivais ✓ Pouca disponibilidade, baixa capacitação e alto custo da mão de obra ✓ Escassez de equipamentos nacionais para a colheita. Oportunidade de mercado para empresas da área
AGROINDÚSTRIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disposição de produtores em ampliar o número de unidades extratoras no Estado ✓ Possibilidade de diversificação da produção para além do azeite ✓ Possibilidade de aproveitamento dos resíduos do processo de elaboração do azeite 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necessidade de equipamentos nacionais para a elaboração do azeite para possibilitar a implantação de mais unidades extratoras. Oportunidade de mercado para empresas da área ✓ Necessidade de ampliação de estudos para viabilidade do aproveitamento de resíduos e conscientização dos produtores sobre a importância da destinação correta de resíduos
MERCADO CONSUMIDOR	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brasil é grande importador de azeite ✓ Alta qualidade de produtos elaborados no RS e reconhecidos por premiações internacionais ✓ Ações de fiscalização do governo para combater produtos irregulares 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necessidade de combate da importação de produtos a granel ✓ Baixo consumo per capita ✓ Educação do consumidor a respeito da qualidade do azeite ✓ Ações de divulgação a respeito do produto brasileiro junto ao consumidor ✓ Preço mais alto dos azeites gaúchos, o que diminui a competitividade do produto em relação aos importados
AMBIENTES INSTITUCIONAL E ORGANIZACIONAL	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Câmara Setorial das Oliveiras ✓ Programa Pró-Oliva ✓ Leis e regulamentações específicas ✓ Criação do Ibraoliva ✓ Associações de produtores ✓ Iniciativas de órgãos públicos e privados voltados à cadeia ✓ Linhas de crédito disponíveis para a atividade ✓ Introdução da olivicultura no Programa ABC 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Necessidade de ampliar o número e a capacitação de agrônomos e técnicos para o trabalho na atividade ✓ Necessidade de ampliar a divulgação de conhecimentos das instituições de pesquisa a respeito de diferentes aspectos da produção ✓ Necessidade de melhoria e adequação de linhas de crédito disponíveis para a atividade

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na proposta de identificar as potencialidades e as limitações da olivicultura no Rio Grande do Sul, o estudo obteve, com a essencial participação de agentes formadores do sistema agroindustrial (SAG), elementos importantes para o atendimento de cada um dos objetivos planejados. A coleta de dados realizada com distintos métodos e em situações diversas permitiu o aprofundamento do conhecimento a respeito da cadeia e trouxe contribuições teóricas e práticas para o processo de evolução do desenvolvimento da atividade.

A observação direta com a inserção nos ambientes em que ocorrem os fatos, a revisão de literatura, a aplicação de questionários e a realização de entrevistas possibilitaram, de forma complementar, a descrição do SAG do setor, a caracterização de 15 produtores de azeite, a compreensão dos principais desafios que circundam a cadeia e a identificação de possibilidades para melhorias de pontos críticos indicados pelos agentes. A análise das respostas obtidas nos questionários indicou perfis diversos de empreendedores, especialmente em fatores relacionados à área cultivada e ao volume de azeite produzido. Foi possível perceber que, embora estes agentes revelem opiniões semelhantes sobre muitas questões, existem sutilezas importantes que demonstram variações de acordo com o perfil de cada produtor.

A avaliação dos resultados revelou pontos críticos que nos próximos anos podem determinar a sustentabilidade econômica de uma cadeia que ainda está em formação. Sugere-se o incremento da formulação de políticas públicas e estratégias empresariais voltadas a soluções para questões como a necessidade de maior envolvimento da pesquisa e difusão de conhecimentos a respeito de aspectos agronômicos da produção, o esforço pelo registro de insumos para utilização na produção, a capacitação de mão de obra para trabalho nos pomares, a necessidade da oferta de equipamentos nacionais para colheita das oliveiras e elaboração do azeite, e as ações de educação do consumidor a respeito do produto nacional. Sobre este último aspecto, cabe destacar que, se por um lado, alguns rótulos fabricados no Estado tenham procura intensa e sequer conseguem atender a demanda, por outro, ainda há desconhecimento do consumidor sobre a existência do azeite elaborado no Estado.

As tentativas de cultivo de olivais em décadas passadas no Rio Grande do Sul ensinaram que não é viável produzir uma planta exótica ao ambiente sem recomendações técnicas fundamentadas. Nas experiências do presente, nota-se que ainda persiste esta insistência por um grupo de produtores. A pesquisa já mostrou que, apesar da identificação de áreas que apresentam condições de solo e clima favoráveis ao cultivo de olivais no Estado, não existe

uma classe preferencial para o plantio. Dessa forma, para que o futuro da olivicultura seja sustentável e rentável, é imprescindível que os principais atores do processo, ou seja, os produtores que estão no campo, estejam conscientes das implicações negativas de um cultivo sem o devido embasamento técnico.

Entre os pontos fortes identificados neste novo ciclo da olivicultura estão as iniciativas dos empreendedores que possibilitaram um incremento de 2.392,5% na área cultivada no Rio Grande do Sul entre os anos de 2008 e 2017. O Estado também conta com 20 marcas de azeite elaboradas em oito unidades extratoras. A alta qualidade dos rótulos é reconhecida pela demanda de consumidores e por premiações recebidas em concursos internacionais.

O grande envolvimento percebido no contexto dos ambientes institucional e organizacional vem representando um diferencial importante num momento em que a cadeia precisa de estruturação para um pleno desenvolvimento. Neste âmbito, cabe destacar como potencialidades as iniciativas de órgãos como a Secretaria da Agricultura do Estado, Ministério da Agricultura, Embrapa e Emater. A representação dos produtores foi fortalecida mais recentemente pela criação do Ibraoliva, que embora tenha sede no Rio Grande do Sul, tem a proposta de reunir produtores de todo o País.

As muitas possibilidades vislumbradas a partir da pesquisa que envolveu a olivicultura no Rio Grande Sul permitem a sugestão de estudos futuros com abordagem em diferentes etapas e agentes do processo. Entre as possibilidades podem ser citados trabalhos relacionados ao potencial da integração da olivicultura com outras atividades, como a pecuária, e a projetos voltados à exploração do turismo relacionado ao azeite, conhecido como “oleoturismo” em outros países. Também podem ser analisadas com profundidade as formas de aproveitamento de resíduos provenientes do processo de elaboração do azeite e o beneficiamento de outros produtos com aproveitamento total da planta.

No contexto de sistema agroindustrial e, à medida que a cadeia se desenvolva, será possível ainda avaliar como ocorrem as transações entre os agentes e quais são as estruturas de governança adotadas. Também representam temas potenciais de pesquisas a construção de cenários futuros, a rentabilidade da atividade, as estratégias de aproximação com o consumidor e a viabilidade da certificação para o azeite elaborado no Rio Grande do Sul.

Como conclusão final, é possível perceber que a olivicultura necessita de esforços para melhorias nas diferentes etapas da produção, desde o fornecimento de insumos para o cultivo no campo, até ações de educação do consumidor. Constata-se que apenas com o trabalho conjunto entre os diferentes agentes do sistema será possível não repetir os erros cometidos no passado e consolidar o Brasil como produtor de azeite e azeitona de mesa.

REFERÊNCIAS

AEMO - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS DEL OLIVO. **Aproximación a los costes del cultivo del olivo**. Córdoba, 2012. Disponível em:

<<https://www.aemo.es/slides/slide/estudio-2012-8>>. Acesso em: 8 abr. 2018.

AMBROSINI, L.B. et al. Comportamento de compra dos consumidores de azeite de oliva no Brasil: um estudo exploratório. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 55., 2017, Santa Maria. **Anais...** Brasília: SOBER, 2017.

ANDRADE, D. et al. Azeite de oliva da região da campanha: padrões de identidade e qualidade. In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, 9., 2017, Bagé. **Anais...** Bagé: UNIPAMPA, 2017.

ASOLUR- ASOCIACIÓN OLIVÍCOLA URUGUAYA. **Acerca del sello**. Montevideo, 2018b. Disponível em: <<http://www.extravirgenuruguay.com/po/a-respeito-do-selo>>. Acesso em: 4 maio 2018.

ASOLUR- ASOCIACIÓN OLIVÍCOLA URUGUAYA. **Sector olivícola: características**. Montevideo, 2018a. Disponível em: <<http://asolur.org.uy/caracteristicas/>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRANCO, D.; RALLO, L. Olive cultivars in Spain. **HortTechnology**, Alexandria, v. 10, n. 1, p. 107-110, jan./mar. 2000.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BATALHA, M. O.; SILVA, A. L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições, especificidades e correntes metodológicas. In: BATALHA, M. O. (Coord.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p.1-60.

BERTONCINI, E. I.; TERAMOTO, J.R.S.; PRELA-PANTANO, A. **Desafios para produção de azeite no Brasil**. [S.l.], 2010. Artigo em hipertexto. Disponível em: <http://www.infobibos.com/Artigos/2010_4/DesafioOliva/index.htm>. Acesso em: 4 jul. 2016.

BETEMPS, C. **Primeira reunião da Comissão Nacional da Olivicultura é realizada em Pelotas**. Brasília, out. 2015. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/en/busca-de-noticias/-/noticia/6159226/primeira-reuniao-da-comissao-nacional-da-olivicultura-e-realizada-em-pelotas>>. Acesso em: 22 mar. 2018.

BORGES, T. H. P. **Caracterización nutricional, físico-química y organoléptica de aceites de oliva virgen producidos em Brasil em comparación con las variedades originales españolas**. 2017. 306 f. Tesis (Doctoral) – Programa de Doctorado en Nutrición y Ciencias de los Alimentos, Universidad de Granada, Granada, 2017.

BRASIL. Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba. **Semi-árido nordestino produzirá azeitona**. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.codevasf.gov.br/noticias/2004/20040823_02>. Acesso em: 2 abr. 2018.

BRASIL. Economia e emprego. **Agricultura empresarial: financiamentos da safra 2016/2017 superam R\$ 137 bilhões**. [S.l.], 2017e. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/07/financiamentos-da-safra-2016-2017-superam-r-137-bilhoes>>. Acesso em: 5 de maio 2018.

BRASIL. Instrução Normativa nº 1, de 30 de janeiro de 2012. Estabelece o Regulamento Técnico do Azeite de Oliva e do Óleo de Bagaço de Oliva. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 01 de fev. 2012. Seção 1, n.23.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. Portaria nº 222, de 20 de outubro de 2017. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 24 out. 2017b. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/riscos-seguro/risco-agropecuario/portarias/safra-vigente/rio-grande-do-sul>>. Acesso em: 12 maio 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Notícias: Comissão publicará normas para a produção nacional do azeite de oliva**. Brasília, 2017a. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/noticias/mapa-vai-publicar-normas-para-a-producao-nacional-do-azeite-de-oliva>>. Acesso em: 5 abr. 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Notícias: Fiscalização reprovou 59,7% das amostras de azeite de oliva**. Brasília, 2018b. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/noticias/fiscalizacao-reprovou-59-7-das-amostras-de-azeite-de-oliva>>. Acesso em: 4 maio 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. **Plano Agrícola e Pecuário 2017/2018**. Brasília, 2017d. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/plano-agricola-e-pecuario/arquivos-pap/PAP1718.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. **Plano agrícola e pecuário 2016/2017**. Brasília, 2016b. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/plano-abc/arquivo-publicacoes-plano-abc/PAP1617.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Registro nacional de sementes e mudas**. Brasília, 2018c. Disponível em: <<http://sistemasweb.agricultura.gov.br/renasem/>>. Acesso em: 2 maio 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **AGROFIT-Sistema de agrotóxicos fitossanitários**. Brasília, 2018d. Disponível em: <http://agrofit.agricultura.gov.br/agrofit_cons/principal_agrofit_cons>. Acesso em: 12 abr. 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Notícias: Sul lidera ranking regional do valor bruto da produção agropecuária**. Brasília, 2016a. Disponível em:

<<http://www.agricultura.gov.br/noticias/sul-lidera-ranking-regional-do-valor-bruto-da-producao-agropecuaria>>. Acesso em: 5 maio 2018.

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Comex Stat. **Exportação e Importação Geral**. Brasília, 2018a. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

BRASIL. Lei nº 8.629, de 25 de fevereiro de 1993. Dispõe sobre a regulamentação dos dispositivos constitucionais relativos à reforma agrária. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 25 fev. 1993. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8629.htm>. Acesso em: 13 jan. 2018.

CAPPELLARO, T.H. (Ed.). **Cultivo de oliveira (Olea europaea L.)**. Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2009. (Embrapa Clima Temperado. Sistemas de produção, 16).

CARVALHO, P. A. S. V. **Concentração de resveratrol e expressão de resveratrol sintase em espécies de Arichis**. 2013. 78 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Biociências de Botucatu, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Botucatu, 2013.

CEPEA - CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA. **PIB do agronegócio brasileiro**. Piracicaba, 2018. Disponível em: <<https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-do-agronegocio-brasileiro.aspx>>. Acesso em: 6 maio 2018.

CEPEA - CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA. **Export/CEPEA: exportação agro em 2017 é recorde e faturamento volta a crescer**. Piracicaba, 2017. Disponível em: <<https://www.cepea.esalq.usp.br/br/releases/export-cepea-exportacao-agro-em-2017-e-recorde-e-faturamento-volta-a-crescer.aspx>>. Acesso em: 7 maio 2018.

COI - CONSEJO OLEÍCOLA INTERNACIONAL. Áreas de Actividad. Economía. **Importaciones por países**. Madrid, 2017a. Disponível em: <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/135-imports-by-selected-markets?lang=es_ES>. Acesso em: 14 jan. 2018.

COI – CONSEJO OLEÍCOLA INTERNACIONAL. World trade in olive oil and table olives. **Market Newsletter**, Madrid, n. 121, nov. 2017c. Disponível em: <<http://www.internationaloliveoil.org/news/view/697-year-2017-news/909-market-newsletter-november-2017>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

COI – CONSEJO OLEÍCOLA INTERNACIONAL. World table olive market. **Market Newsletter**, Madrid, n. 122, dec. 2017b. Disponível em: <<http://www.internationaloliveoil.org/news/view/698-year-2018-news/935-newsletter-mercado-oleicola-diciembre-2017>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

COLETTA-FILHO, H.D. et al. First report of olive leaf scorch in Brazil, associated with *Xylella fastidiosa* subsp. pauca. **Phytopathologia Mediterranea**, Firenze, v. 55, n. 1, p. 130-135, 2016.

CONTE, A. **Fruticultura**. Porto Alegre, 2018. Disponível em: <http://www.emater.tche.br/site/area-tecnica/sistema-de-producao-vegetal/fruticultura.php#.WxF9E_h96Uk>. Acesso em: 12 maio 2018.

COSTA, L. T. **Análise do sistema agroindustrial da olivicultura em Cachoeira do Sul: o caso da agroindústria Olivas do Sul**. 2015. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Bacharelado em Administração Rural e Agroindustrial, Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Cachoeira do Sul, 2015.

COSTA, V. B.; COUTINHO, E. F.; JORGE, R. O. Custos de implantação e manutenção do olival. In: COUTINHO, E. F. et.al (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015. p. 169-175.

COSTA, V. B.; JORGE, R. O. Custos de implantação de olival na Metade Sul do Rio Grande do Sul. **Revista Agronomia Brasileira**, Jaboticabal, v. 2, 2018.

COUTINHO, E. F. et al. Coeficientes técnicos, custos, rendimentos e rentabilidade. In: COUTINHO, E.F.; RIBEIRO, F.C.; CAPPELLARO, T.H. (Ed.). **Cultivo de oliveira (Olea europaea L.)**. Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2009b. p. 119-121. (Embrapa Clima Temperado. Sistemas de produção, 16).

COUTINHO, E. F. et al. Introdução e importância econômica. In: COUTINHO, E.F.; RIBEIRO, F.C.; CAPPELLARO, T.H. (Ed.). **Cultivo de oliveira (Olea europaea L.)**. Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2009a. p. 17-27. (Embrapa Clima Temperado. Sistemas de produção, 16).

COUTINHO, E. F.; JORGE, R. O. Olivicultura: mundo e Brasil. In: FILIPPINI ALBA, J. M., FLORES, C. A.; WREGE, M. S. (Ed.). **Zoneamento edafoclimático da olivicultura para o Rio Grande do Sul**. Brasília: Embrapa, 2013. p. 9-10.

COUTINHO, E. F.; JORGE, R. O. Pragas. In: COUTINHO, E. F. et.al. (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015. p. 146-157.

COUTINHO, E. F.; JORGE, R. O.; COSTA, V. B. Instalação do olival. In: COUTINHO, E. F. et.al. (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015a. p. 97-113.

COUTINHO, E. F.; JORGE, R. O.; COSTA, V. B. Propagação. In: COUTINHO, E. F. et.al. (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015b. p. 88-95.

COUTINHO, E. F.; JORGE, R.O.; HAERTER, J. A. Cultivares. In: COUTINHO, E. F. et.al. (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015. p. 57-85.

CROPS. In: FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **[Base de dados FAOSTAT]**. 2016. Disponível em: <<http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>>. Acesso em: 7 mar. 2018.

DA CROCE, D. M. et al. Avaliação da produção e do rendimento de azeite das oliveiras Arbequina, Arbosana e Koroneiki em Santa Catarina. **Agropecuária Catarinense**, Florianópolis, v. 29, n. 1, p. 54-57, 2016.

DA SILVA, L. F. O. et al. Variação na qualidade do azeite em cultivares de oliveira. **Bragantia**, Campinas, v. 71, n. 2, p. 202-209, 2012.

DE GENNARO, B. et al. Innovative olive-growing models: an environmental and economic assessment. **Journal of Cleaner Production**, Amsterdam, v. 28, p. 70-80, 2012.

DIAS, C. S. et al. Obtenção de óleo do bagaço de azeitona por ultrassom: avaliação do tempo e quantidade de solvente de extração. In: JORNADA DA PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA – CONGREGA, 14., 2017, Bagé. **Anais...** Bagé: URCAMP, 2017.

DUTRA, L.B.; DUARTE, M.S.L.; SOUZA, E.C.G. Tendência do perfil de consumidores de azeite de oliva. **Revista Instituto Adolfo Lutz**, São Paulo, v. 72, n. 4, p. 322-326, 2013.

EFSA - EUROPEAN FOOD SAFETY AUTHORITY. **Xylella fastidiosa**. Parma, 2017. Disponível em: <<https://www.efsa.europa.eu/en/topics/topic/xylella-fastidiosa>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

ELOI, L. **Desafios da olivicultura no RS são debatidos em evento estadual**. Brasília: EMBRAPA Clima Temperado, dez. 2016. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/en/clima-temperado/busca-de-noticias/-/noticia/18641373/desafios-da-olivicultura-no-rs-sao-debatidos-em-evento-estadual>>. Acesso em: 18 jan. 2018.

EMBRAPA. Código Florestal. **Módulos fiscais**. Brasília, 2013. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/codigo-florestal/area-de-reserva-legal-arl/modulo-fiscal>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

EMBRAPA. **Notícias**: Embrapa Semi-Árido e Codevasf avaliam oliveiras para produção de azeitona e azeite. Brasília, mar. 2005. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/17990011/embrapa-semi-arido-e-codevasf-avaliam--oliveiras-para-producao-de-zeitona-e-azeite>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

EVOOWR - WORLD RANKING OF EXTRA VIRGIN OLIVE OILS. **EVOO of the year 2017**. [S.l.], [2018]. Disponível em: <http://www.evooorldranking.org/_EN/ran_evoo.php>. Acesso em: 4 fev. 2018.

FARIA-MACHADO, A. F. et al. Qualidade de azeites de oliva extravirgens produzidos no Brasil. In: I CONGRESSO LUSO-BRASILEIRO DE HORTICULTURA. Lisboa: APH, 2018. (Actas Portuguesas de Horticultura, n. 29).

FARINA, E. M. M. Q. Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. **Gestão & Produção**, São Carlos, v.6, n.3, p. 147-161, dez. 1999.

FARSUL - FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA DO RIO GRANDE DO SUL. **Relatório econômico 2017 e perspectivas 2018**. Porto Alegre, [2017]. Disponível em: <http://www.farsul.org.br/pg_lista_arquivos2.php>. Acesso em: 10 maio 2018.

FEIX, R. D.; LEUSIN JÚNIOR, S.; AGRANONIK, C. **Painel do agronegócio no Rio Grande do Sul - 2017**. Porto Alegre: FEE, 2017. Disponível em: <<https://www.fee.rs.gov.br/relatorios/painel-do-agronegocio-no-rio-grande-do-sul-2017/>>. Acesso em: 12 maio 2018.

FILIPPINI ALBA, J. M.; FLORES, C. A.; WREGE, M. S. (Ed.). **Zoneamento edafoclimático da olivicultura para o Rio Grande do Sul**. Brasília: Embrapa, 2013.

FLORES, C. A.; FILIPPINI ALBA, J. M. Solos. In: COUTINHO, E. F. et.al. (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015. p. 29-45.

FORNAZIER, A.; WAQUIL, P. D. Rastreabilidade e certificação de alimentos como exigência dos mercados: em busca de convergência entre os vários protocolos. In: DÖRR, A. C.; ROSSATO, M. V.; ZULIAN, A. (Orgs.). **Agronegócio: panorama, perspectivas e influência do mercado de alimentos certificados**. Curitiba: Appris, 2012. p.173-190.

GÁMBARO, A.; ELLIS, A.C.; RAGGIO. Virgin olive oil acceptability in emerging olive oil-producing countries. **Food and Nutrition Sciences**, Irvine, n. 4, p.1060-1068, 2013.

GARCÍA-CASCO, J. M. et al. Alternative feeding in Iberian pigs during growth period: incorporation of olive cake in a dry or wet. **Agriculturae Conspectus Scientificus**, Zagreb, v. 82, n. 2, p. 147-150, 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZÁLEZ, G.; PICARDI, S.; VALLS, L. Mercados, desempenho comercial y capacidad para competir del aceite de oliva virgen argentino. **Regional and Sectoral Economic Studies**, [S.l.], v. 15, n.2, p. 157-178, 2015.

GRAZIANO DA SILVA, J. **A nova dinâmica da agricultura brasileira**. Campinas: Instituto de Economia/UNICAMP, 1996.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo agropecuário 2006: Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/51/agro_2006.pdf>. Acesso em: 10 maio 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estimativa da população**. 2018. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 4 abr. 2018.

JOÃO, P. L.; ALMEIDA, G. T. F.; AMBROSINI, L. B. **Nota Técnica: cadastro olivícola 2017**. Porto Alegre: Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação/ Câmara Setorial das Oliveiras, 2017. Disponível em: <<http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>>. Acesso em: 4 abr. 2018.

JOÃO, P. L.; CONTE, A. (Coord.). **Levantamento da fruticultura comercial do Rio Grande do Sul: 2006**. Porto Alegre: Emater/RS-ASCAR, 2007.

JORGE, R. O.; COUTINHO, E. F.; COSTA, V. B. Colheita. In: COUTINHO, E. F. et.al. (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015a. p. 159-167.

JORGE, R. O.; COUTINHO, E. F.; COSTA, V. B. Produção integrada de oliveiras. In: COUTINHO, E. F. et.al. (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015b. p. 177-181.

JORGE, Z.L.C. et al. Estudo de consumo de azeites de oliva virgem extra. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA, 23., 2014, Cuiabá. **Anais...** Cuiabá: Sociedade Brasileira de Fruticultura, 2014.

JÚLIO, L. R. C. **Tratamento, caracterização química e estudo in vivo do bagaço de azeitona resultante da extração do azeite de oliva**. 2014. 145 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2014.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LARBI, A. et al. Planting density affects vigour and production of Arbequina olive. **Spanish Journal of Agricultural Research**, Madrid, v. 10, n.4, p. 1081-1089, 2012.

LOPES, J. I.; PINTO, J.; RODRIGUES, M. A. Condução e poda. In: RODRIGUES, M. A.; CORREIA, C. M. (Ed.). **Manual da safra e contra safra do olival**. Bragança: Instituto Politécnico, 2009. p. 69-78.

LOUMO, A.; GIOURGA, C. Olive groves: the life and identify of the Mediterranean. **Agriculture and Human Values**, Dordrecht, v.20, n.1, p. 87-95, 2003.

LOURENZANI, A. E. B. S.; LOURENZANI, W. L.; PIGATTO, G. Certificação para a fruticultura como estratégia de acesso a mercados. In: DÖRR, A. C.; ROSSATO, M. V.; ZULIAN, A. (Orgs.). **Agronegócio: panorama, perspectivas e influência do mercado de alimentos certificados**. Curitiba: Appris, 2012. p. 71-82.

LUTZENBERGER, J. A. O absurdo da agricultura. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 15, n. 43, p. 61-74, dec. 2001. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/9823/11395>>. Acesso em: 2 mar. 2018.

MARTÍN-GARCÍA, A.I. et al. Chemical composition and nutrients availability for goats and sheep of two-stage olive cake and olive leaves. **Animal Feed Science Technology**, Amsterdam, v.107, n.1, p.61-74, 2003.

MATÍAS, A. et al. **Olivicultura argentina y regional**. Buenos Aires, mar. 2012. Disponível em: <https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-olivicultura_argentina_y_regional.pdf>. Acesso em: 19 maio 2018.

MEDEIROS, R. M. L. et al. Reaproveitamento de subprodutos da extração olivícola. **Scientia Agraria Paranaensis**, Acrelândia, v. 15, n. 2, p. 100-108, abr./jun. 2016.

MELLO, L. D.; PINHEIRO, M. F. Aspectos de azeites de oliva e de folhas de oliveira. **Alimentação e Nutrição**, Araraquara, v. 23, n. 4, p. 537-548, out./dez. 2012.

MENDES, J. T. G.; PADILHA JUNIOR, J. B. **Agronegócio: uma abordagem econômica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MORESI, E. (Org.). **Metodologia da pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2004.

MUELLER, T. **Extravirgindade**: o sublime e escandaloso mundo do azeite de oliva. São Paulo: Tapioca, 2012.

NANTES, J. F. D.; SCARPELLI, M. Gestão da produção rural no agronegócio. In: BATALHA, M. O. (Coord.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 629-664.

NASOPOULOU, C.; ZABETAKIS, I. Agricultural and aquacultural potential of olive pomace: a review. **Journal of Agricultural Science**, London, v. 5, n. 7, p. 116-127, 2013.

OLIVEIRA, A. F. et al. **Extração, armazenamento e embalagem de azeite**. Belo Horizonte: EPAMIG, 2008a. (Circular Técnica, n. 25).

OLIVEIRA, A. F. et al. **Azeite de oliva**: conceitos, classificação, uso e benefícios para a saúde humana. Belo Horizonte: EPAMIG, 2008b. (Circular Técnica, n. 40).

OLIVEIRA, A. F. et al. **Estudos preliminares para o zoneamento agroclimático da cultura da oliveira no Estado de Minas Gerais**. Belo Horizonte: EPAMIG, 2010. (Circular Técnica, n. 88).

PARANÁ. Secretaria da Agricultura e do Abastecimento. Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural. Notícias. **A oliveira pode ser opção para agricultor familiar**. Curitiba, out. 2017. Disponível em: <<http://www.emater.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=5302>>. Acesso em: 7 mar. 2018.

PASCOTINI, P. B. **Desenvolvimento da olivicultura no RS**. 2017. Disponível em: <<https://sebraers.com.br/olivicultura/desenvolvimento-da-olivicultura-no-rs/>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

PEREIRA, L. V. et al. **Antracnose da oliveira**. Belo Horizonte: EPAMIG, 2010. (Circular Técnica, n. 113).

PERETTI, A. P. R.; ARAÚJO, W. M. C. Abrangência do requisito segurança em certificados de qualidade da cadeia produtiva de alimentos no Brasil. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 17, n. 1, p. 35-49, 2010.

PESSOA, M. L. Regiões do RS. In: PESSOA, M. L. (Org.). **Atlas FEE**. Porto Alegre: FEE, 2017.

POLYMEROU-KAMIKALIS, A. The culture of olive tree (Mediterranean World). In: BOSKOU, D. (Ed.). **Olive oil**: chemistry and technology. 2. ed. Champaign: AOCS Press, 2006.

PROSPERATO. **[Dados obtidos da página]**. Caçapava do Sul, 2017. Disponível em: <<http://www.prosperato.com.br>>. Acesso em: 22 jan. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. Decreto nº 49.945, de 11 de dezembro de 2012. Cria a Câmara Setorial das Oliveiras. **Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 12 dez. 2012. v. 70, n. 238.

RIO GRANDE DO SUL. Decreto nº 52.479, de 29 de julho de 2015. Institui o Programa Estadual de Desenvolvimento da Olivicultura. **Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 30 jul. 2015d. v. 73, n. 144.

RIO GRANDE DO SUL. Fundação de Economia e Estatística. **A agropecuária, o agronegócio e a economia gaúcha**. Porto Alegre, 2015c. Disponível em: <<https://www.fee.rs.gov.br/sinteseilustrada/a-agropecuaria-o-agronegocio-e-a-economia-gaucha/>>. Acesso em: 15 maio 2018.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação. Pró-Oliva. **Antecedentes**. Porto Alegre, 2015a. Disponível em: <<http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>>. Acesso em: 8 abr. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Pró-Oliva. **Crédito-linhas de financiamento**. Porto Alegre, 2015e. Disponível em: <<http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>>. Acesso em: 4 mar. 2018.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação. Pró-Oliva. Decretos, Artigos e Publicações Técnicas. **Diretrizes do programa estadual de olivicultura**. Porto Alegre, 2015b. Disponível em: <<http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação. Pró-Oliva. **Grupo técnico da olivicultura**. Porto Alegre, 2017b. Disponível em: <<http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>>. Acesso em: 3 mar. 2018.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia. Comunicação. Notícias. **Plano Safra 2017-2018 dispõe de R\$ 3,2 bilhões para custeio e investimento no RS**. Porto Alegre, out. 2017a. Disponível em: <<http://www.sdect.rs.gov.br/plano-safra-2017-2018-dispoe-de-r-3-2-bilhoes-para-custeio-e-investimento-no-rs>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

RODRIGUES, A.B. **Olivicultura é tema de seminário técnico na Emater/RS-Ascar**. Porto Alegre, 22 nov. 2017. Disponível em: <<http://www.emater.tche.br/site/multimedia/noticias/detalhe-noticia.php?id=27319#.WxGtvvh96Uk>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

ROSA, M. P. **El plan de refuerzo de la competitividade del conglomerado agroindustrial olivícola de Uruguay 2012-2020**. Montevideo, 2012. Disponível em: <<http://asolur.org.uy/plan-estrategico/>>. Acesso em: 17 maio 2018.

SAAB, M. S. M.; NEVES, M. F.; CLÁUDIO, L. D. G. O desafio da coordenação e seus impactos sobre a competitividade de cadeias e sistemas agroindustriais. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Viçosa, v. 38, p. 412-422, 2009. Número especial.

SACCO DOS ANJOS, F.; FROEHLICH, J. M.; AGUILAR, E. Indicações geográficas e desenvolvimento territorial na Espanha e no Brasil: o caso dos azeites de oliva de Jaén e dos

vinhos do Vale dos Vinhedos. In: SACCO DOS ANJOS, F; CALDAS, N. V. (Orgs.). **Para além da qualidade**: trajetórias de valorização de produtos agroalimentares. Chapecó: ARGOS, 2014. p. 21-86.

SAINT-HILAIRE, A. **Viagem ao Rio Grande do Sul**. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2002. 575p. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/1064>>. Acesso em: 8 jul. 2016.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANCHÉZ MARTÍNEZ, J. D. La expansión geográfica de la olivicultura em la globalización. In: CANTOS, J. O.; AMORÓS, A. M. R. (Coord.). **Libro jubilar en homenaje al profesor Antonio Gil Olcina**. Alicante: Instituto Interuniversitario de Geografía Universidad de Alicante, 2016. p. 553-569.

SANSOUCY, R. **Olive by-products for animal feed**. Rome: FAO, 1985. (FAO Animal Production and Health Paper, 43).

SANTIAGO, T. T. A.; MARTINS, T. L. C. Determinação da composição de ácidos graxos de azeites de oliva cultivados na região da campanha no RS. In: SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO, 9., 2017, Bagé. **Anais...** Bagé: UNIPAMPA, 2017.

SANTOS, M. J. **Evolução do sector agrícola português após a adesão à União Europeia**. In: COLÓQUIO HISPANO-PORTUGUÊS DE ESTUDOS RURAIS, 5., 2003, Bragança. **Atas** Bragança: SPER, 2003.

SANTOS, R. D. et al. Diretriz sobre o consumo de gorduras e saúde cardiovascular. **Arquivos Brasileiros de Cardiologia**, São Paulo, v. 100, n. 1, supl. 3, p. 1-40, jan. 2013.

SANZ CAÑADA, J. Las denominaciones de origen protegidas de aceite de oliva en España: sistemas agroalimentarios locales, gobernanza y externalidades territoriales. In: HERNÁNDEZ, J. V. (Coord.). **Algunas contribuciones sobre olivicultura y elaiotecnía desde la perspectiva de la experiencia**. Jaén: GEA Westfalia Separator, 2009. p. 225-241.

SANZ CAÑADA, J. et al. Multifuncionalidad y sistemas agroalimentarios locales: prioridades de investigación e innovación em medio ambiente, territorio y desarrollo rural en el sector español del aceite de oliva. In: INTERNATIONAL EAAE-SYAL SEMINAR, 2010, Parma. [**Papers...**] Parma: EAAE/SYAL, 2010.

SEBRAE/RS. **Boas notícias para a olivicultura e o setor apícola na Expointer**. Porto Alegre, ago. 2017. Disponível em: <<https://sebraers.com.br/boas-noticias-para-o-setor-da-olivicultura-e-apicola-na-expointer/>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

SILVA, A. L.; BATALHA, M. O. Marketing estratégico aplicado ao agronegócio. In: BATALHA, M. O. (Coord.). **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

SILVA, M. C. C. R. et al. Bactéria *Xylella fastidiosa* detectada em oliveiras no sudeste brasileiro. **Agropecuária Catarinense**, Florianópolis, v. 30, n. 2, p. 35-37, maio/ago. 2017.

SOLA-GUIRADO, R. R. et al. Traditional olive tree response to oil olive harvesting technologies. **Biosystems Engineering**, London, v. 118, p. 186-193, 2014.

TERAMOTO, J. R. S.; BERTONCINI, E. I.; PRELA-PANTANO, A. Mercado dos produtos da oliveira e os desafios brasileiros. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 43, n. 2, p. 24-32, mar./abr. 2013.

TÖFOLI, J. G. et al. Doenças fúngicas da oliveira: sintomas, etiologia e manejo. **Biológico**, São Paulo, v.75, n.1, p.53-61, jan./jun. 2013.

TOREZANI, T. A. (Coord.) **RS em números**: 2017. Porto Alegre: FEE, 2017. Disponível em: <<https://www.fee.rs.gov.br/publicacao/rs-em-numeros-2017/>>. Acesso em: 18 maio 2018.

UFRGS - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Faculdade de Agronomia. Departamento de Solos. Notícias. **Cursos em olivicultura e avaliação de azeites de oliva**. Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/agronomia/joomla/index.php/departamentos/solos>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

UFMS – UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Notícias. **Pesquisador português conduz seminário "azeite de oliva: da oliveira ao consumidor"**. Santa Maria, 21 jul. 2017. Disponível em: <<http://site.ufsm.br/noticias/exibir/pesquisador-portugues-conduz-seminario-azeite-de-o>>. Acesso em: 16 maio 2018.

USDA - UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE. **Oil crops yearbook**. Washington, DC, 2017. Disponível em: <<https://www.ers.usda.gov/data-products/oil-crops-yearbook/oil-crops-yearbook/#All Tables>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

VIEIRA NETO, J. et al. **Botânica, descrição da planta e aspectos técnicos do cultivo da oliveira**. Belo Horizonte: EPAMIG, 2008. (Circular Técnica, n. 20).

WASCHBURGER, G. **Olivicultura gaúcha: produção de azeitonas e processamento de azeite de oliva**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Agronomia, Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

WREGE, M. S. et al. Distribuição potencial de oliveiras no Brasil e no mundo. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 37, n. 3, p. 656-666, set. 2015.

WREGE, M. S.; FILIPPINI ALBA, J. M.; COUTINHO, E. F. Clima. In: COUTINHO, E. F. et.al (Ed.). **Oliveira: aspectos técnicos e cultivo no Sul do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015. p. 19-27.

WREGE, M.; COUTINHO, E. Zoneamento agroclimático da olivicultura. In: FILIPPINI ALBA, J. M.; FLORES, C. A.; WREGE, M. S. (Ed.). **Zoneamento edafoclimático da olivicultura para o Rio Grande do Sul**. Brasília: Embrapa, 2013.

YÁÑEZ RUIZ, D. R. et al. Ruminal fermentation and degradation patterns, protozoa population, and urinary purine derivatives excretion in goats and wethers fed diets based on two-stage olive cake: effect of PEG supply. **Journal of Animal Science**, Champaign, v. 82, n. 7, p. 2023–2032, 2004.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZYLBERSZTAJN, D. Conceitos gerais, evolução e apresentação do sistema agroindustrial. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Orgs.). **Economia & gestão dos negócios agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2010. Disponível em: <<http://pensa.org.br/category/livros-publicados/>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições**. 1995. 241 f. Tese (Livre Docência em Administração) – Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995. Disponível em: <http://www.erudito.fea.usp.br/PortalFEA/Repositorio/616/Documentos/Tese_Livre_Docencia_DZ.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2017.

APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO COM OS PRODUTORES DE AZEITE



Prezado(a) senhor(a).

Esta é uma pesquisa do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios (CEPAN) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com o apoio da Câmara Setorial da Olivicultura. O objetivo é caracterizar a cadeia da olivicultura no RS e identificar os potenciais e os desafios da atividade.

Sua colaboração é muito importante e, por isso, pedimos a gentileza de responder o questionário a seguir. Todas as informações permanecerão no anonimato e serão utilizadas apenas para as finalidades do referido trabalho. Caso deseje, os resultados da pesquisa serão enviados para o seu e-mail ao final da análise dos dados.

Em caso de dúvidas, por favor, entre em contato pelo e-mail pesquisaolivicultura@gmail.com ou (51) 9.9148.6328.

Desde já, agradeço a colaboração.

Cordialmente, Denise Saueressig - Mestranda em Agronegócios/UFRGS
Orientadora Prof^a Dr^a Andrea Troller Pinto (andrea.troller@ufrgs.br)
Coorientador Prof. Dr. Glauco Shultz (glauco.schultz@ufrgs.br)

CARACTERIZAÇÃO DO ENTREVISTADO

Qual é o seu cargo na empresa em que atua?

Em que ano iniciou o cultivo de oliveiras?

Qual o tamanho da área plantada (em hectares)?

Em qual(is) município(s) cultiva oliveiras?

Quais variedades cultiva?

- Arbequina
- Arbosana
- Picual

- Koroneiki
 Frantoio
 Coratina
 Outras. Quais? _____

Em que ano iniciou a fabricação de azeite?

Tem indústria própria para a extração?

- SIM
 NÃO

Se a resposta for NÃO, pretende instalar a própria indústria?

- SIM
 NÃO
 TALVEZ. PORQUE:
- _____

Quantos litros de azeite foram produzidos (com sua própria marca) na safra 2017?

Realiza ou já realizou a extração de azeite para outros produtores?

- SIM
 NÃO

Produz azeitonas em conserva?

- SIM
 NÃO

Se a resposta acima for NÃO, pretende produzir azeitonas em conserva?

- SIM
 NÃO
 PRODUÇÃO EM FASE DE TESTES
 TALVEZ. PORQUE:
- _____

A seguir, você deverá assinalar um valor entre 1 e 5 para cada afirmativa proposta, sendo que 1 se “Discorda totalmente” e 5 se “Concorda totalmente”.

QUESTÕES RELATIVAS À PRODUÇÃO

1. O valor do investimento por hectare é um limitante para a expansão do cultivo de olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

2. As condições climáticas representam um limitante para a produção de oliveiras na sua região.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

3. Você enfrentou algum problema na produção devido às condições climáticas nos últimos 3 anos?

- SIM
 NÃO

4. Se sua resposta foi SIM, qual foi o problema? Assinale quantas alternativas julgar necessário.

- Geadas
 Falta de chuva
 Granizo
 Chuva em excesso
 Calor em excesso
 Falta de frio
 Vento em excesso
 Frio em excesso
 Outros. Quais? _____

5. A qualidade das mudas comercializadas é adequada.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

6. A disponibilidade de defensivos agrícolas para tratamento dos olivais é adequada.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

7. Quais são os principais desafios na etapa da colheita? Assinale quantas alternativas julgar necessário.

- Falta de mão de obra
 Mão de obra pouco capacitada
 Alto custo da mão de obra
 Carência de equipamentos específicos adequados
 Alto custo dos equipamentos específicos
 Conhecimento sobre o ponto correto dos frutos para a colheita
 Conhecimento sobre os diferentes métodos de colheita
 Outros _____

8. No mercado brasileiro, a disponibilidade de máquinas e equipamentos para a instalação de unidades processadoras de azeite é adequada às necessidades do setor.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

9. É necessário ampliar a produtividade do seu olival para melhorar o resultado econômico da atividade.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

10. A quantidade de mão de obra disponível para trabalho nos olivais é adequada.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

11. A mão de obra disponível para o trabalho nos olivais é capacitada.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

12. A mão de obra disponível para o trabalho nos olivais é de alto custo.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

QUESTÕES SOBRE MERCADO CONSUMIDOR

13. A maioria dos consumidores gaúchos sabe que o Rio Grande do Sul é produtor de azeite de oliva.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

14. O consumidor gaúcho tem conhecimento adequado a respeito dos benefícios do azeite de oliva para a saúde.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

15. É preciso criar ações para a divulgação do azeite gaúcho no mercado consumidor.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

16. É preciso reduzir o preço do azeite gaúcho para que o produto alcance um maior número de consumidores.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

17. É importante a comercialização de marcas de azeite gaúcho nas grandes redes de supermercados.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

18. É importante a criação de um selo que identifique o azeite gaúcho.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

QUESTÕES SOBRE OS AMBIENTES ORGANIZACIONAL E INSTITUCIONAL

19. As condições das linhas de crédito disponíveis para investimentos no setor são satisfatórias.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

20. O volume de crédito disponível para investimentos no setor é satisfatório.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

21. Nos últimos anos, a evolução da pesquisa sobre o cultivo de oliveiras no Brasil é satisfatória.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

22. O Brasil deve investir mais em pesquisas voltadas ao cultivo dos olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

- 23.** É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre as condições adequadas de solo para o plantio de olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

- 24.** É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre as condições adequadas de clima para os olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

- 25.** É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre o espaçamento adequado para os olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

- 26.** É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre a necessidade de adubação dos olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

- 27.** É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre o correto manejo da poda nos olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

- 28.** É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre as pragas que afetam os olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

29. É importante que sejam ampliados o conhecimento e as informações técnicas sobre as doenças que afetam os olivais.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

30. Existe um número satisfatório de profissionais (técnicos e engenheiros agrônomos) atuando na olivicultura.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

31. Os profissionais (técnicos e engenheiros agrônomos) que atuam na olivicultura são capacitados para a área.

Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

A seguir, você deverá assinalar um grau de importância para cada ação voltada ao setor da olivicultura, sendo 1 para Nada Importante e 5 para Extremamente Importante.

32. Qual é o grau de importância da atuação governamental sobre o registro de insumos para os olivais?

Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente importante
1	2	3	4	5

33. Qual é o grau de importância da atuação governamental sobre a criação de normativas que envolvem a produção de mudas de oliveiras?

Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente importante
1	2	3	4	5

34. Qual é o grau de importância da atuação governamental sobre a fiscalização de azeites importados?

Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante	Extremamente importante
1	2	3	4	5

ESPAÇO PARA COMENTÁRIOS LIVRES:

Deseja receber os resultados da pesquisa?

Sim ()

Não ()

Por favor, informe seu e-mail para o envio dos resultados da pesquisa:

APÊNDICE B – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS



Roteiro entrevistas semiestruturadas

Nome

Cargo/empresa

1. Qual é a sua percepção sobre o desenvolvimento da cadeia no RS? Quando iniciaram os investimentos no setor e quando os mesmos foram intensificados?
2. Qual é a sua percepção sobre o futuro da olivicultura no RS?
3. Acredita que poderá haver também a produção de outros produtos, além do azeite de oliva?
4. Em sua opinião, quais são os pontos fortes da cadeia?
5. Acredita que existe um ambiente de cooperação entre os fabricantes de azeite?
6. Em sua opinião, quais são os principais desafios da cadeia?
7. Considerando que 9 produtores declararam não ter a própria indústria, como avalia essa relação entre os produtores que apenas produzem o fruto e aqueles que trabalham com a industrialização? De que forma vem sendo conduzida essa relação?
8. A oliveira é considerada uma cultura de alto custo para implantação? Qual é a média do investimento por hectare? 10 produtores concordam que o valor é um limitante para a expansão do cultivo.
9. 13 produtores afirmaram que enfrentaram problemas com o clima nos últimos 3 anos. De que forma esses problemas podem ser reduzidos?
10. Quais as possíveis soluções para ampliar o número de engenheiros agrônomos e técnicos atuando na olivicultura, assim como capacitar os profissionais que já atuam no setor?
11. Considerando a necessidade de ampliação da pesquisa sobre a olivicultura no Brasil, quais as etapas da produção que você considera mais carentes?

12. Na etapa da colheita, a mão de obra é indicada como fator crítico, além do alto custo da mão de obra e da carência de equipamentos específicos. Já existem máquinas fabricadas no Brasil ou todos os equipamentos são importados?
13. Que tipo de ações poderia colaborar para ampliar o conhecimento do consumidor sobre o azeite gaúcho e sobre os benefícios do alimento para a saúde?
14. Acredita que o azeite gaúcho poderá atingir um público consumidor maior? Ou o produto deverá continuar em nichos mais específicos?
15. Que tipo de benefícios poderia ser gerados se o produto gaúcho fosse identificado por um selo? A maioria dos produtores é favor da criação de um selo.
16. Em relação aos azeites importados, que tipo de ação poderia beneficiar a cadeia brasileira, considerando que o País é um grande importador e alguns produtos importados foram recentemente identificados com irregularidades?