

ÍNDICE GERAL

	Pág.
ÍNDICE DE FIGURAS	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS	v
ÍNDICE DE MAPAS	vi
ÍNDICE DE QUADROS	vii
LISTA DE ABREVIATURAS	ix
AGRADECIMENTOS	xii
RESUMO	xiii
ABSTRACT	xv
SECÇÃO I: INTRODUÇÃO	1
1. Enquadramento, Formulação do Problema e Importância do Estudo	1
2. Objectivos de Investigação	6
3. Organização do Estudo	7
SECÇÃO II: ENQUADRAMENTO TEÓRICO	9
1. Natureza e “Limites” de Comercialização	9
1.1. Funções e Serviços de Comercialização	14
2. Os Agentes de Comercialização	21
2.1. Os Elos que Constituem a Cadeia	21
2.1.1. O Produtor	21
2.1.2. O Grossista na Origem	22
2.1.2.1. O Mercado de Origem	23
2.1.3. O Grossista no Destino	23
2.1.4. A Agro-transformação	24
2.1.5. O Retalhista	24
2.1.5.1. O Mercado Retalhista	25
2.1.6. As Instituições de Suporte	24
3. Os Circuitos de Comercialização	28
3.1. Os Circuitos Curtos	30
3.1.1. Os Mercados nos Circuitos Curtos	31
3.2. Os Circuitos Longos	32
3.2.1. Os Mercados nos Circuitos Longos	32
4. Os Mercados Agrícolas	35
4.1. Características dos Mercados Agrícolas	37

5. Os Produtos Locais e a Qualidade	39
5.1. Aspectos Globais da Percepção da Qualidade	46
5.2. As Tendências do Consumo	47
6. A Importância das Leis Ambientais na Comercialização e Conservação de Castanha	51
6.1. Os Métodos de Conservação de Castanha	52
6.2. Medidas Comunitárias de Controlo à Produção e Utilização de Brometo de Metilo	56
SECÇÃO III: A FILEIRA DA CASTANHA	58
1. Evolução da Cultura do Castanheiro na Segunda Metade do Século XX	58
1.1. Distribuição Geográfica do Souto em Portugal	62
2. A Produção de Castanha	64
2.1. No Mundo	64
2.2. Em Portugal	67
2.2.1. Análise Comparativa da Área e Produção de Castanha em Portugal e em Trás-os-Montes	67
2.2.2. As Variedades Regionais de Castanha da Terra Fria Transmontana	69
3. A Agro-Transformação	78
3.1. Os Produtos e a Estrutura Transformadora	78
4. A Distribuição	81
4.1. Comércio e Mercados	81
5. O Consumo	90
5.1. O Consumo de Castanha	90
SECÇÃO IV: A TERRA FRIA TRANSMONTANA E SUAS CONDICIONANTES	92
1. O Castanheiro, a Castanha e a Actividade Social na Terra Fria Transmontana	92
2. Retrato Territorial e Social	95
3. Programas Comunitários e Medidas para o Castanheiro e a Castanha	103
3.1. As Condicionantes das Políticas Intra e Extragovernamentais	103
3.1.1. A Agricultura Sustentada/Biológica.....	104
3.1.2. Os Signos de Qualidade	105
3.1.2.1. A Denominação de Origem Protegida da Castanha da Terra Fria Transmontana	106
3.1.3. Problemas da Fitossanidade do Castanheiro e Implementação de Medidas de Erradicação	111
3.1.3.1. A Doença da Tinta do Castanheiro	111
3.1.3.2. O Cancro do Castanheiro	112
3.2. Incentivos Comunitários à Instalação de Soutos	115
3.2.1. As Medidas Agro-Ambientais	117
3.2.2. O Programa Agro	119

SECÇÃO V: METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	121
1. Recolha da Informação	121
1.1. Técnicas e Procedimentos Metodológicos	122
1.2. Identificação dos Indivíduos a Inquirir	130
SECÇÃO VI: A COMERCIALIZAÇÃO DE CASTANHA NA TERRA FRIA TRANSMONTANA	134
1. Identificação e Comportamento dos Actores	134
1.1. O Perfil do Produtor	134
1.1.1. Estratégias dos Produtores na Venda de Castanha	138
1.1.2. As Mais-Valias na Produção	141
1.1.3. O Escoamento da Produção	143
1.1.4. O Transporte	143
1.1.5. As Preferências dos Clientes	144
1.1.6. Os Preços da Castanha	144
1.1.7. O Rendimento da Actividade.....	145
1.1.7.1. A Medida 13 das Agro-Ambientais	146
1.1.8. As Organizações Colectivas de Produtores na Terra Fria Transmontana	147
1.2. O Perfil do Ajuntador	150
1.3. O Perfil do Grossista/Armazenista-Exportador	151
1.4. O Perfil do “Magusteiro”	158
1.5. Os Agentes de Controlo no Destino (ACD)	159
2. O Negócio da Castanha	159
2.1. A Concentração da Oferta – O Elo Produtor-Grossista	159
2.2. As Estratégias de Compra	162
2.3. Organização da Produção no Armazém do Grossista	165
2.3.1. Limpeza e Tratamento da Castanha para o Mercado Interno e Externo	167
2.3.1.1. Exigências ao Nível do Tratamento da Castanha	169
3. Os Clientes	174
3.1. Preferências dos Clientes/Compradores pelas Variedades Regionais	174
3.1.1. No Mercado Interno	176
3.1.2. No Mercado Externo	178
4. A Expedição – O Elo Grossista-Destino	179
4.1. O Escoamento da Castanha	179
4.2. O Transporte.....	181
4.3. Mercados de Destino da Castanha Portuguesa	182
4.3.1. O Mercado Brasileiro	186
4.3.2. O Mercado Nacional	189
4.4. O Papel do Estado Português na Comercialização da Castanha	191

5. Rendimento, Encargos e Risco da Actividade	193
6. A Concorrência	196
6.1. Na Compra	196
6.2. Na Venda	198
6.3. A Formação do Preço da Castanha	200
7. A Notoriedade da DOP de Castanha Junto dos Compradores	202
8. Diagnóstico e Plano Estratégico da Fileira da Castanha	205
8.1. Diagnóstico Interno	211
8.1.1. Identificação das Forças da Fileira	211
8.1.2. Identificação das Fraquezas da Fileira	213
8.2. Análise da Envolvente Externa	222
8.2.1. Identificação das Oportunidades da Fileira	222
8.2.2. Identificação das Ameaças da Fileira	225
 SECÇÃO VII: CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	 233
1. Sobre a Comercialização de Castanha	233
1.1. Os Produtores e seus Agrupamentos	234
1.2. Os Ajuntadores e “Magusteiros”	237
1.3. Os Armazenistas-Exportadores	237
2. Recomendações	240
2.1. Sobre as Políticas Enquadradoras	240
2.2. Sobre as Acções Prioritárias por Parte dos Actores da Fileira	243
3. Limitações do Estudo e Sugestões para Investigação Futura	244
 Referências Bibliográficas	 246
 Anexos	 254
Anexo I: Distribuição Geográfica do Souto em Portugal	255
Anexo II: Alguns Indicadores (Área, População, Demografia, Literacia, Emprego, Comércio)	256
Anexo III: Guiões de Entrevista	258
Anexo IV: Mapa da Área de Intervenção da Associação de Produtores de Castanha da Terra Fria Transmontana (DOP da Castanha da Terra Fria)	263
Anexo V: Relatos dos Armazenistas-Exportadores Sobre as Dívidas do Brasil	264

ÍNDICE DE FIGURAS

SECÇÃO II: ENQUADRAMENTO TEÓRICO	9
Figura II.1: Representação de um mercado sob a forma de um sistema	12
Figura II.2: Exemplos de circuitos de distribuição	13
Figura II.3: Funções e serviços de comercialização	16
Figura II.4: Circuito genérico de comercialização de produtos agrários	29
Figura II.5: Esquema representativo de um sistema de comercialização	30
SECÇÃO III: A FILEIRA DA CASTANHA	58
Figura III.1: Variedades de castanha da TFT: Judia e Longal	74
SECÇÃO VI: A COMERCIALIZAÇÃO DE CASTANHA NA TERRA FRIA TRANSMONTANA.....	134
Figura VI.1: Circuitos de comercialização	135
Figura VI.2: O elo produtor-grossista	159
Figura VI.3: A futura integração a jusante por parte dos Armazenistas-Exportadores	168
Figura VI.4: Esquema representativo da distribuição das variedades pelos vários calibres	195
Figura VI.5: As componentes da organização como um sistema aberto	206

ÍNDICE DE GRÁFICOS

SECÇÃO III: A FILEIRA DA CASTANHA	58
Gráfico III.1: Evolução da superfície ocupada com castanheiro para fruto e produção de castanha em Portugal no período de 1970-2000	61
Gráfico III.2: Importância relativa do número de explorações de castanheiros por regiões em Portugal (1999)	62
Gráfico III.3: Importância relativa da área de castanheiros por regiões em Portugal (1999)	62
Gráfico III.4: Evolução do número de castanheiros vendidos pelos viveiristas no Continente e na região de Trás-os-Montes no período de 1995 a 2000	63
Gráfico III.5: Distribuição da área de castanheiros pelo mundo em 1998	64
Gráfico III.6: Distribuição da área de castanheiros pelos principais países em 1998	65
Gráfico III.7: Distribuição da produção de castanha pelo mundo em 1998	65
Gráfico III.8: Distribuição da produção de castanha pelos principais países em 1998	66
Gráfico III.9: Distribuição da produtividade média de castanha pelos principais países em 1998	67
Gráfico III.10: Evolução da produção de castanha no Continente e na região de Trás-os-Montes em 1998 e 1999	68
Gráfico III.11: Superfície de frutos secos no Continente e na região de Trás-os-Montes (1999).....	68
Gráfico III.12: Produção de frutos secos no Continente e na região de Trás-os-Montes (1999).....	69
Gráfico III.13: Importação e exportação de castanha em 1997 no mundo	81

Gráfico III.14: Países importadores de castanha em 1997.....	82
Gráfico III.15: Países exportadores de castanha em 1997.....	82
Gráfico III.16: Importância relativa do comércio externo português de castanha e dos frutos frescos (2000)	84
Gráfico III.17: Destinos da castanha portuguesa por Continente (1999)	86
Gráfico III.18: Origem das importações de castanha em Portugal por países (1999)	86
Gráfico III.19: Evolução do comércio externo português de castanha e do saldo comercial no período de 1970 a 2000	88
Gráfico III.20: Evolução do comércio externo português de castanha e do saldo monetário no período de 1970 a 2000	89

SECÇÃO VI: A COMERCIALIZAÇÃO DE CASTANHA NA TERRA FRIA TRANSMONTANA

Gráfico VI.1: Grupo etário dos produtores da TFT	136
Gráfico VI.2: Grupo etário do grossista	154
Gráfico VI.3: Peso das compras efectuadas pelo AE ao produtor e ajuntador em 2001	160
Gráfico VI.4: Quantidades comercializadas pelos AE em 2001	165
Gráfico VI.5: Peso relativo das variedades comercializadas pelos AE em 2001	176
Gráfico VI.6: Utilização da castanha portuguesa no mundo	186
Gráfico VI.7: Destino da castanha portuguesa	186
Gráfico VI.8: Destino da castanha vendida para o mercado fresco no RM	186
Gráfico VI.9: Destino da castanha vendida para o mercado fresco	186
Gráfico VI.10: Destino da castanha vendida para o mercado de transformação	186
Gráfico VI.11: Destino da castanha congelada em Portugal	186
Gráfico VI.12: Distribuição da castanha pelo mercado interno fresco e industrial (vendida para o mercado de transformação e congelada em Portugal)	186
Gráfico VI.13: Distribuição da castanha pelo mercado europeu fresco e industrial (vendida para o mercado de transformação e congelada em Portugal)	186
Gráfico VI.14: Distribuição da castanha pelo mercado do RM fresco e industrial (vendida para o mercado de transformação e congelada em Portugal)	186

ÍNDICE DE MAPAS

SECÇÃO IV: A TERRA FRIA TRANSMONTANA E SUAS CONDICIONANTES	92
Mapa IV.1: Produção agrícola em Trás-os-Montes	96
Anexos	254
Anexo I: Distribuição Geográfica do Souto em Portugal	255
Anexo IV: Área de Intervenção da Associação de Produtores de Castanha da Terra Fria Transmontana (DOP da Castanha da Terra Fria)	263

ÍNDICE DE QUADROS

SECÇÃO I: INTRODUÇÃO	1
Quadro I.1: Sintetização dos objectivos e da metodologia	7
SECÇÃO II: ENQUADRAMENTO TEÓRICO	9
Quadro II.1: Dois tipos de circuitos e formas de comercialização múltiplas	34
SECÇÃO III: A FILEIRA DA CASTANHA	58
Quadro III.1: Escala de classificação das variedades regionais da TFT em função da maturação	71
Quadro III.2: Características das variedades regionais de castanha mais relevantes da TFT	72
Quadro III.3: Calibres permitidos para a comercialização de castanha DOP	75
Quadro III.4: Modos de utilização das variedades regionais de castanha e correspondentes adaptações aos diferentes tipos de consumo	79
Quadro III.5: Comércio externo português de castanha (1999)	85
SECÇÃO IV: A TERRA FRIA TRANSMONTANA E SUAS CONDICIONANTES	92
Quadro IV.1: Ocupação do solo pelos castanheiros em Bragança e Vinhais.....	95
Quadro IV.2: Produtos transmontanos com nome protegido	105
Quadro IV.3: A Denominação de origem protegida de castanha em TMAD	108
SECÇÃO V: METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	121
Quadro V.1: Quadro-resumo das entrevistas efectuadas em 2001-2002	131
SECÇÃO VI: A COMERCIALIZAÇÃO DE CASTANHA NA TERRA FRIA TRANSMONTANA	134
Quadro VI.1: Habilitações literárias dos produtores de castanha da TFT	134
Quadro VI.2: Grupo etário dos produtores da TFT	136
Quadro VI.3: Custos de produção de castanha em Bolognese – Itália (1989)	138
Quadro VI.4: Preço da castanha na TFT de 1999 a 2001 no início da campanha (em esc.)	145
Quadro VI.5: Processos de candidatura às medidas agro-ambientais em 1999	146
Quadro VI.6: Estabelecimento comercial do grossista na origem	152
Quadro VI.7: Início de actividade dos grossistas na comercialização de castanha	153
Quadro VI.8: Habilitações literárias do grossista	154
Quadro VI.9: Grupo etário do grossista	154
Quadro VI.10: Actividades do grossista	155
Quadro VI.11: Os fornecedores do AE (2001)	160
Quadro VI.12: Distribuição do ajuntamento da castanha pelos vários agentes em 2001	162
Quadro VI.13: Quantidades comercializadas pelos AE em 2001	164

Quadro VI.14: Métodos de desinfecção de castanha utilizados pelos AE e suas intenções no caso de uma mudança legislativa.....	171
Quadro VI.15: Peso relativo das variedades comercializadas pelos AE em 2001	175
Quadro VI.16: As preferências dos clientes/compradores e as vendas efectuadas (2001)	176
Quadro VI.17: Preferências dos compradores no mercado interno	177
Quadro VI.18: Preferências dos compradores no mercado externo	179
Quadro VI.19: Agentes de distribuição de castanha no mercado externo em 2001	180
Quadro VI.20: Destino da castanha congelada nas agro-indústrias nacionais (2001)	183
Quadro VI.21: Utilização e destino da castanha em natureza (2001)	184
Quadro VI.22: Matriz <i>SWOT</i>	210
Quadro VI.23: Os maiores constrangimentos e Potencialidades no sistema de comercialização de castanha	230

LISTA DE ABREVIATURAS

ACD	– Agente de Controlo no Destino
ACILVD	– Associação Comercial e Industrial de Lamego e Vale do Douro
AE	– Armazenista-Exportador
APCNT	– Associação de Produtores de Castanha do Nordeste Transmontano
APQ	– Associação Portuguesa para a Qualidade
ARATM	– Associação Regional de Agricultores das Terras de Montenegro
ATM	– Alto Trás-os-Montes
BC	– Balança Comercial
BCG	– <i>Boston Consulting Group</i>
BMV	– Boletim Municipal de Vinhais
CE	– Comunidade Europeia
CEE	– Comunidade Económica Europeia
CMLP	– Curto Médio e Longo Prazo
CORANE	– Associação de Desenvolvimento dos Concelhos da Raia Nordestina
DATM	– Douro e Alto Trás-os-Montes
DGDR	– Direcção-Geral de Desenvolvimento Rural
DGI	– Direcção Geral da Indústria
DGPC	– Direcção-Geral de Protecção das Culturas
DOP	– Denominação de Origem Protegida
DOPCTFT	– Denominação de Origem Protegida da Castanha da Terra Fria Transmontana
DRATM	– Direcção Regional de Agricultura de Trás-os-Montes e Alto Douro
ESAB	– Escola Superior Agrária de Bragança
ETF	– Exterior à Terra Fria
ETM	– Exterior a Trás-os-Montes
EUA	– Estados Unidos da América
EUROSTAT	– Serviço de Estatísticas da União Europeia
FAO	– <i>Food and Agriculture Organization</i> (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação)
FAOSTAT	– <i>Food and Agriculture Organization of United Nations Statistic Division</i> (Divisão de Estatística da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação)
FEDER	– Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional
GP	– Grandes Produtores
IFADAP	– Instituto de Financiamento e Apoio ao Desenvolvimento da Agricultura e Pescas
IGP	– Indicação Geográfica de Produtos Agrícolas e Géneros Alimentícios
IMAIAA	– Instituto dos Mercados Agrários e Indústrias Agro-Alimentares
INE	– Instituto Nacional de Estatística
INGA	– Instituto Nacional de Garantia Agrícola
IP4	– Itinerário Principal Quatro
IPQ	– Instituto Português da Qualidade

ISO	– <i>International Organization for Standardization</i> (Organização Internacional de Normalização)
LEADER	– <i>Liaison Entre Actions de Développement de L'Économie Rurale</i> (Ligações Entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural)
MAA	– Medidas Agro-Ambientais
MADRP	– Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas
MEC	– Média Europeia Congelado
MEF	– Média Europeia Fresco
MET	– Média Europeia Transformado
MNC	– Média Nacional Congelado
MNF	– Média Nacional Fresco
MNT	– Média Nacional Transformado
MRMC	– Média Resto do Mundo Congelado
MRMF	– Média Resto do Mundo Fresco
NERBA	– Núcleo Empresarial Regional de Bragança
NOVAGRI	– Programa de Apoio à Reestruturação e Inovação do Sector Agrícola
NUT	– Nomenclatura de Unidade Territorial Para Fins Estatísticos
OCDE	– Organização de Cooperação de Desenvolvimento Económico
OPC	– Organismo Privado de Controlo e Certificação
PAC	– Política Agrícola Comum
PAMAF	– Programa de Apoio à Modernização Agrícola e Florestal
PDAR	– Programa de Desenvolvimento Agrícola Regional
PDF	– Plano de Desenvolvimento Florestal
PDRITM	– Programa de Desenvolvimento Rural Integrado de Trás-os-Montes
PEDIP	– Programa Específico de Desenvolvimento da Indústria Portuguesa
PMP	– Pequenos e Médios Produtores
PNM	– Parque Natural do Montesinho
PrNP	– Projectos de Norma Portuguesa do IPQ
PROAGRI	– Projecto de Reforço da Capacidade Técnica e de Gestão das Organizações Agrícolas
PRONORTE	– Programa Operacional do Norte
QCA	– Quadro Comunitário de Apoio
RGA	– Recenseamento Geral de Agricultura
SAU	– Superfície Agrícola Utilizada
SIBR	– Sistema de Incentivos de Base Regional
SPIDOURO	– Sociedade de Promoção de Empresas e Investimento do Douro e Trás-os-Montes, S.A.
SWOT	– <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats</i> (FOFA – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças)
TER	– Turismo em Espaço Rural
TF	– Terra Fria
TFT	– Terra Fria Transmontana
TM	– Trás-os-Montes

TMAD	– Trás-os-Montes e Alto Douro
TMM	– Total Média Mundo
TMMC	– Total Média Mundo Congelado
TMMFT	– Total Média Mundo Fresco e Transformado
TMN	– Total Média Nacional
TMNC	– Total Média Nacional Congelado
TMNFT	– Total Média Nacional Fresco e Transformado
TQ	– Tradição e Qualidade: Associação Interprofissional para os Produtos Agro-alimentares de Trás-os-Montes
UE	– União Europeia
UTAD	– Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

AGRADECIMENTOS

Ao apresentar este trabalho não posso deixar de agradecer a múltiplas e diversas entidades e personalidades que, de algum modo, contribuíram para a sua realização.

Quero, contudo, expressar especial agradecimento às pessoas que mais directamente participaram e tornaram este trabalho possível.

Aos produtores de castanha, armazenistas-exportadores, agro-indústrias e outros agentes de comercialização entrevistados pelas preciosas informações prestadas.

À Associação de Produtores de Castanha pelo apoio prestado nas entrevistas e cedência de informação secundária.

Ao Professor Doutor Chris Gerry pela orientação, empenho, disponibilidade e ensinamentos no acompanhamento desta dissertação.

À Eng^a Fernanda Gomes que me facilitou os contactos para a realização das entrevistas aos produtores de castanha e à sua preciosa e incessante ajuda ao longo de várias fases do estudo.

À Dr^a Manuela Alves pela sua amizade e pela cuidadosa e incansável ajuda na leitura final do texto.

Ao Eng^o Duarte Pires pelo valioso fornecimento de indicações bibliográficas sobre a problemática em estudo.

Ao Eng^o Fernando Pereira pelas oportunas sugestões concernentes à metodologia de investigação.

Ao Professor Doutor Nazaré Pereira e Eng^o Carlos Ribeiro pelo grande incentivo à realização deste trabalho.

Aos Serviços de Reprografia e Imagem da Escola Superior Agrária de Bragança pela eficiência na impressão final desta dissertação.

A todos os colegas da Escola Superior Agrária de Bragança.

À minha família pelo estímulo e serenidade revelados.

Aos meus amigos e a todos, os meus sinceros agradecimentos

Vila Real, Junho de 2003

Alda Matos

RESUMO

Após a derrocada do sector agrícola que viu o valor das importações aumentar com a adesão de Portugal à União Europeia, bem como a estagnação continuada dos rendimentos agrícolas, a castanha foi o produto que, ao contrário dos outros produtos agrícolas, viu o seu preço (e o consumo) aumentar por todo o mundo, passando de “produto de sobrevivência” das populações rurais a “produto de valor acrescentado qualidade”. Há muito, que a castanha portuguesa se impõe no mercado internacional, sendo um dos privilegiados frutos que contribui para o saldo positivo da balança comercial de frutos.

O aumento da área de plantio, da produção, das exportações, da qualidade e a tendência global para o aumento do consumo deste fruto, foram, entre outros, aspectos a considerar no estudo desenvolvido sobre a cadeia de valor e o sistema de comercialização da mais importante região portuguesa na produção de castanha, nomeadamente a Terra Fria Transmontana. Caracterizar a fileira da castanha, descrever os perfis dos agentes, identificar e perceber como funcionam os vários elos do sistema de comercialização, analisar as estratégias de compra e venda de castanha, identificar as mais-valias do fruto em cada elo, e finalmente propor medidas – a nível técnico, organizacional e políticas afins – que permitam aos produtores da região de produção partilhar mais plenamente os benefícios que a produção da castanha é sem dúvida alguma capaz de gerar, foram os objectivos específicos definidos nesta investigação.

Assim, esta dissertação dividiu-se essencialmente em duas fases. Na primeira, fez-se o enquadramento da temática em estudo; na segunda, efectuaram-se a interpretação, a descrição e a análise dos resultados.

Feito o ponto da situação do estado actual da arte ao nível da fileira da castanha (comercialização, mercados, qualidade, tendências de consumo, factores ambientais e constrangimentos) complementado por entrevistas aos principais agentes de comercialização, concluímos que, na complexa engrenagem do sistema de comercialização de castanha, os agentes se distribuem por vários elos da cadeia de valor incorporando diferentes serviços e funções – desde os produtores, ajuntadores, armazenistas-exportadores (onde se incorporam também as unidades de transformação), “magusteiros” aos “agentes de controlo no destino”.

Os produtores adoptam entre si múltiplas estratégias na venda da castanha, permanecendo nesta fase, sob a dependência dos ajuntadores, “magusteiros e armazenistas-exportadores. Os ajuntadores, localmente, concentram a produção para a venderem por grosso aos armazenistas-exportadores e os “magusteiros”, vindos de fora, compram o fruto a granel ao produtor, a fim de o distribuírem no mercado nacional aos retalhistas. Os “agentes de controlo no destino”, essencialmente localizados no Brasil, França, Itália e Espanha, recebem a castanha do armazenista-exportador e distribuem-na no país de destino.

O valor acrescentado obtido internamente é mais comercial do que industrial, ou seja, o produto é calibrado, limpo e desinfectado pelos armazenistas-exportadores e distribuído aos compradores a jusante, para consumo fresco ou para transformação. Embora os armazenistas-exportadores executem a separação da castanha por vários lotes de diferentes variedades e calibres e o tratamento do fruto para distribuição no mercado interno e externo, há apenas uma preocupação mínima no tratamento industrial – onde, em adição aos processos de graduação e desinfecção mencionados, se verifica ainda o descasque e a congelação da castanha – para além destas operações, não ocorre mais nenhuma transformação física da castanha, à qual, mais nenhum valor de laboração é atribuído. Os outros operadores – produtores, ajuntadores, “magusteiros” e agentes de controlo no destino – acrescentam apenas mais-valias comerciais ao fruto.

Acerca da competitividade da fileira, enunciaremos alguns dos constrangimentos e potencialidades que se salientaram ao longo da investigação. Os mais importantes constrangimentos compreendem: (a) baixa produtividade dos soutos; (b) aumento dos problemas de fitossanidade, devido, entre outros, ao incremento das áreas de plantação e escassez de mão-de-obra a que se associa o aumento generalizado do seu custo; (c) défice de organização entre os produtores para a comercialização do produto; (d) desertificação do meio rural

e elevada faixa etária no elo da produção; (e) concorrência desleal; (f) práticas especulativas; (g) assimetria do poder negocial entre as grandes superfícies e os fornecedores; (h) ameaça de forte concorrência dos países de Leste (incluindo a Turquia) por via do alargamento da União Europeia e (i) massificação da produção nacional pela introdução de variedades estrangeiras e progressiva supressão das variedades regionais.

No que se refere às potencialidades, incluem-se: (a) bons rendimentos – se bem que distribuídos de forma desigual – para todos os agentes de comercialização; (b) entrada de divisas no país com os mercados de exportação; (c) produto muito valorizado e de prestígio no estrangeiro; (d) produto usado na alimentação humana e animal; (e) grande facilidade de escoamento; (f) material genético valioso; (g) produto biológico; (h) investigação em híbridos resistentes às doenças da tinta e cancro; (i) aumento da procura de castanha previamente descascada e congelada para a indústria de transformação; (j) desinfecção da castanha por via húmida em detrimento da via química e (k) colheita mecânica.

Finalmente, as implicações sugeridas pela pesquisa para a fileira incluiriam as seguintes acções prioritárias: além do reforço da investigação científica na luta contra os problemas fitossanitários dos soutos, da elaboração do cadastro, que permitiria saber quantos castanheiros estão neste momento infectados, da prática de técnicas culturais com vista à utilização da colheita mecânica para mitigar a diminuição verificada em mão-de-obra no Interior e o recurso a mão-de-obra estrangeira residente em Portugal, os constrangimentos da fileira só serão ultrapassados quando for transposta a barreira do individualismo, pela constituição de organismos associativos coesos, de forma a permitir o aumento do valor acrescentado da castanha na origem. O sector produtivo poderia, desta forma, ocupar – embora de forma limitada – os elos comerciais e industriais que se situam a jusante. As acções a desenvolver no seio da fileira deverão passar, pois por uma mudança de atitudes de modo a gerar consensos entre os vários elos da cadeia de valor, visando sobretudo a selecção das variedades de castanha a produzir (regionais ou normalização dos calibres), os tratamentos a efectuar (via química ou via húmida), a redução da especulação e a dinamização do associativismo.

ABSTRACT

The late 20th century collapse of the Portuguese agricultural sector was precipitated by substantial rises in imports resulting from the country's accession to the European Union, along with a continued stagnation of farm incomes. Nevertheless, it was the chestnut, virtually alone among agricultural products, that bucked this trend. Both price and consumption levels rose worldwide, causing the chestnut to lose its former identity as a mere subsistence crop of the rural population and quickly become a whose potential lay in the value-added to be derived from product quality. Since then, the Portuguese chestnut has imposed itself on the world market, and its place among the few crops that has permitted the country's trade balance in fruit produce to remain positive.

Increases in the area under chestnut, and the associated levels of production, quality and exports, combined with the rising world demand for this item, were important elements (among others) that needed to be addressed in the present study of the value chain and the commercialisation system of the most important component of Portuguese production chestnut – namely that of the Terra Fria Transmontana area. Thus the main objectives of the present study were to characterise the chestnut filière, specify the actors involved in the commercialisation of the product, identify the various links in the commercialisation chain and their functions, analyse the corresponding chestnut buying and selling strategies, identify the relative importance of the value-added to be earned at each stage of the process, and finally to propose improvements – technical, organisational and policy-related – that would permit growers in the area of origin to share more fully in the benefits that chestnut production is undoubtedly capable of generating.

On the basis of the above-mentioned aims, the dissertation essentially comprises two parts: the first, in which the theoretical framework and contextualisation of the theme is provided; and the second, in which the results of the study are presented and then interpreted with a view to drawing conclusions regarding policy improvements.

Drawing on the most up-to-date published information available on the contours and dynamic of the chestnut filière (production, commercialisation, markets, quality, consumption trends, environmental issues and constraints), complemented by detailed interviews with some of the principal actors in the commercialisation circuits, it became clear that there exists a complex interlocking system of links in the value chain, pertaining to fairly distinct types of functional involvement in the chestnut trade – ranging from the producers themselves, to “buyers-up” (or “bulklers”), and warehousing/exporting companies (in which category we also include *magusteiros* or those also providing some initial processing of the product, as well as agents whose commercial function is more oriented towards downstream logistics i.e. directing the product towards its final destination.

Producers, largely dominated by “buyers-up”, *magusteiros* and warehousing/exporting firms, adopt multiple strategies in order to sell their chestnuts. The buyers-up bring together relatively small quantities of chestnuts from individual producers (or small groups) concentrated in a particular geographical zone, channelling the produce on a bulk basis to *magusteiros* (almost exclusively from outside the Terra Fria Transmontana) who in turn sell on to warehousing/exporting firms who supply the final retailers. The agents involved in directing the produce to its final (or pre-final) destination are mainly based in Brazil, France, Italy and Spain, essentially receive the chestnuts from the warehousing/exporting firms and distribute to customers in their own country. The value-added earned by all of the above-mentioned functional links in the value chain is commercial rather than industrial, i.e. the produce are not transformed, except inasmuch as they are bulked, sorted, disinfected to reduce perishability and subsequently directed to downstream purchasers, principally commercial, but also industrial. Though warehousing/exporting wholesalers separate the produce into lots based on variety and size, disinfect the chestnuts and then distribute them on both the internal and external markets, it is only in the relatively few industrial concerns – where, in addition to the grading and disinfecting

processes mentioned above, chestnuts are typically skinned and/or frozen – that any physical transformation of the chestnut takes place, to which any manufacturing value added might be attributed.

The study also highlights a number of competitive constraints and potentialities that characterise the filière, evidence of which was encountered throughout the period of study. The following constraints appeared to be the most important: (a) low productivity of chestnut stands; (b) growing problems of maintaining the health of chestnut trees due to a combination of the rapid expansion of the area planted and increased labour costs associated with manpower shortages; (c) poor collaboration and/or organisation among producers with regard to the commercialisation of the crop; (d) the ongoing rural demographic decline and associated ageing of the population actively involved in chestnut production; (e) various types of unfair competition; (f) speculative practices; (g) unequal bargaining power of key hyper-market outlets and chestnut suppliers; (h) the threat of competition from Eastern European UE candidate members (including Turkey) and (i) the shift towards the planting foreign “mass market” varieties and the consequent marginalisation of portuguese regional varieties.

The following appear to be the key positive factors regarding the competitive potential of the filière: (a) good and improving earnings – albeit unevenly distributed along the value chain – for all involved in the filière; (b) higher foreign exchange earnings for the national economy as export markets flourish; (c) foreign consumers now attach greater value to the chestnut as a foodstuff; (d) produce used for both human foodstuffs and animal feed; (e) ease of distribution; (f) high grade, high value genetic material of Portuguese varieties; (g) much production is organic/“biological” in nature; (h) successful research carried out and applied on hybrids resistant to both ink disease and canker in chestnuts; (i) growing demand for industrially processed (skinned and/or frozen) chestnuts; (j) introduction of healthier and more environmentally-friendly “wet” (rather than “chemical”) disinfecting processes and (k) technologies exist to extend use of mechanical harvesting.

Finally, the policy implications suggested by the research include a number of priority measures. Clearly there is a need to strengthen scientific research into combating chestnut diseases, and efforts should be made to accurately map and estimate the number of infected trees. Also harvest mechanisation needs to be further encouraged and the mobility of foreign workers resident in Portugal increased, so as to mitigate the effects of labour shortages. However none of these measures, aimed at reducing some of the constraints to which the filière is subject, will be fully effective if there is no transformation of attitudes among the principal actors in the value-chain: the individualism of producers needs to be overcome, a more coherent form of associativism more deeply implanted, so that more value added can be retained in the locality where chestnuts are produced. Along the length and breadth of the filière, greater consensus is required, in particular, not only regarding the need to reduce speculation and promote associativism, but also the need to select which (regional) varieties to grow and on which size of chestnuts producers should concentrate, the adoption of safer and environmentally-friendlier methods of protecting chestnuts against deterioration in storage/transit.