

**ESTRATÉGIAS DE PARCERIAS ENTRE FRUTICULTORES DO MUNICÍPIO DE  
BARAÚNA-RN: UM ESTUDO DE CASO****PARTNERSHIP STRATEGIES BETWEEN FRUTICULTANTS OF THE  
MUNICIPALITY OF BARAÚNA-RN: A CASE STUDY****Arthur William Pereira da Silva**

Coordenador do Curso Superior em Logística  
Faculdade de Ensino Integrado ASLIM  
Mossoró/Rio Grande do Norte, Brasil  
arthurwilliamadm@hotmail.com

**Carlos Alano Soares de Almeida**

Professor Adjunto  
Universidade Federal Rural do Semi-árido - UFRSA  
Mossoró/Rio Grande do Norte, Brasil  
alano@ufersa.edu.br

**Alípio Ramos Veiga Neto**

Coordenador do Doutorado em Administração  
Universidade Potiguar - UNP  
Natal/Rio Grande do Norte, Brasil  
alipio@veiga.net

**Ana Lúcia de Araújo Lima Coelho**

Professora Adjunta  
Universidade Federal da Paraíba - UFPB  
João Pessoa/Paraíba, Brasil  
alalcoelho@gmail.com

**Brenda Nathália Fernandes Oliveira**

Professora Universitária  
Faculdade de Ensino Integrado ASLIM  
Mossoró/Rio Grande do Norte, Brasil  
nutricionistabrendanathalia@gmail.com

\* **Recebido em: 09/01/2018**

\* **Aceito em: 18/08/2018**

**RESUMO**

A produção de frutas tropicais do Rio Grande do Norte encontra-se basicamente na região de Mossoró e Baraúna. As culturas desenvolvidas na região são exigentes tanto em tecnologia de produção como na comercialização, pois envolve compra de insumos e venda da produção no mercado interno e externo. O sistema de parceria foi adotado por um grupo de produtores para melhor inserção no mercado. O objetivo do estudo foi conhecer como funciona o sistema de

parceria desenvolvido pelo Grupo Real de fruticultores de Baraúna-RN. Esta pesquisa possui natureza qualitativa e é de tipo descritiva. Para a coleta dos dados foram realizadas entrevistas com os gerentes das fazendas pesquisadas e o responsável pelo escritório de comercialização de frutas. Observou-se que o grupo faz compra de insumos, e promove a venda da produção, unindo todo potencial das fazendas, aumentando assim, seu poder de barganha. Constatou-se que o sistema de parceria faz com que as fazendas comercializem sua produção de maneira mais eficiente e eficaz.

**Palavras-chave:** Fruticultores; Parcerias; Comercialização; Cooperação; Estratégia.

### ABSTRACT

The tropical fruit production of Rio Grande do Norte is basically in the region of Mossoró and Baraúna. The crops grown in the region are demanding in both production technology and marketing, as it involves the purchase of inputs and the sale of production in the domestic and foreign markets. The partnership system was adopted by a group of producers for better insertion in the market. The objective of the study was to know how the partnership system developed by the Real Group of fruit growers of Baraúna-RN works. This research has a qualitative nature and is descriptive in nature. For the data collection, interviews were conducted with the managers of the farms surveyed and the person in charge of the fruit marketing office. It was observed that the group makes purchase of inputs, and promotes the sale of the production, uniting all the potential of the farms, increasing, thus, its bargaining power. It was verified that the partnership system makes farms commercialize their production in a more efficient and effective way.

**Keywords:** Fruit Growers; Partnerships; Commercialization; Cooperation; Strategy.

## 1. INTRODUÇÃO

O município de Baraúna situado na região oeste do estado do Rio Grande do Norte, assim como os demais municípios da região, tem na fruticultura irrigada uma das suas principais atividades econômicas, sendo a maior parcela dessa produção direcionada ao mercado externo por meio da exportação (FRANCELINO; FERNANDES FILHO; RESENDE, 2002; REBOUÇAS, 1997; SILVA; MONTALVÁN, 2008). A fruticultura desenvolvida na região foca principalmente em frutas tropicais, devido ao clima semiárido, tais como melão, melancia, mamão, banana, entre outros (FRANCELINO; FERNANDES FILHO; RESENDE, 2002; REBOUÇAS, 1997; SILVA; MONTALVÁN, 2008).

Apesar da amplitude do mercado interno e principalmente externo a concorrência na cidade é acirrada, isso devido à grande quantidade de pequenos, médios e grandes produtores que se aventuraram desde os anos 80 no cultivo de frutas tropicais na região. Dessa forma esses produtores vem buscando diferenciais para os seus produtos e processos, a fim de se destacarem de alguma forma frente aos seus concorrentes, seja por meio da adoção de tecnologias de última geração nos seus processos produtivos (CONTO; ANTUNES JÚNIOR; VACCARO, 2016), o que é visto principalmente nos grandes produtores, ou a adesão a selos de qualidade que advogam qualidade aos produtos ofertados pelas empresas que os possuem frente ao mercado consumidor (LE MOS; NASCIMENTO, 1999), o que localmente é percebido tanto em empresas de grande como de pequeno porte, ou ainda, outra forma de se diferenciar frente a concorrência que vem sendo adotada pelos fruticultores de Baraúna-RN,

do Brasil e do mundo é a formação de parcerias estratégicas (OLIVEIRA; SPERSE, 2010; MENDES, 2012). Parcerias estas que são formadas tanto com o intuito de se fortalecer os produtores na compra de insumos como na venda de seus produtos (OLIVEIRA; SPERSE, 2010; MENDES, 2012).

Dessa forma, tendo em vista que a formação de parcerias estratégicas vem sendo uma das formas de diferenciação estratégica utilizadas por produtores em todo o mundo (OLIVEIRA; SPERSE, 2010; MENDES, 2012), torna-se relevante entender como essas parcerias podem ajudar às empresas produtoras de frutas a permanecerem no mercado.

Conhecer as formas de parcerias utilizadas entre produtores de frutas do município de Baraúna-RN, e os resultados por eles obtidos, servirá para que outros produtores possam compreender como funciona a comercialização de produtos agrícolas e a estratégia de parcerias utilizada pelos exportadores potiguares. Especificamente para os produtores, a compreensão desta realidade por parte de pesquisa resultará numa possível melhoria do sistema que eles já praticam.

Dessa forma os objetivos específicos deste estudo são: a) Conhecer como as parcerias formaram-se entre os produtores; b) Identificar quais as vantagens na compra de insumos; c) Identificar quais as vantagens na venda da produção. E o objetivo geral é identificar os benefícios obtidos pelas parcerias desenvolvidas pelo grupo de exportadores de frutas do município de Baraúna-RN

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

A produção de frutas tropicais no Estado do Rio Grande do Norte está diretamente relacionada com o desenvolvimento da agricultura irrigada na região que forma o polo de fruticultura do estado (FRANCELINO; FERNANDES FILHO; RESENDE, 2002; REBOUÇAS, 1997; SILVA; MONTALVÁN, 2008). A atividade irrigada no polo teve seu início no final dos anos 70 e início dos anos 80 (SILVA; MONTALVÁN, 2008), que se deu por iniciativa privada contando com o apoio do Estado. Esse apoio tem se concretizado, principalmente, pelo financiamento da infraestrutura de irrigação, com poços artesianos até a construção de grandes barragens.

A área de produção do polo de fruticultura do Assú/Mossoró está distribuída nos municípios em torno de Assú e Mossoró, formando duas subzonas distintas: uma polarizada pela cidade de Assú – subzona do Assú - composta pelos municípios de Assú, Ipanguaçu, Carnaubais, Alto do Rodrigues, Upanema e Afonso Bezerra; e a subzona de Mossoró, que inclui os municípios de Mossoró, Apodi, Governador Dix-Sept Rosado, Tibau, Grossos, Areia Branca, Caraúbas e Baraúna.

As empresas agropecuárias que se instalam no polo adotam um elevado padrão tecnológico, traduzido principalmente pela adoção de métodos de irrigação sob pressão, composto por diferentes sistemas de aspersão ou gotejamento, coberturas dos frutos com filmes de polietileno e a presença de trabalhadores assalariados (ALMEIDA, 2001; NEGREIROS et. al., 2005).

O Nordeste dispõe de clima e solo que favorecem o plantio de frutas tropicais, fazendo com que os produtores obtenham vantagens no cultivo, além de estar bem localizado geograficamente em relação aos principais mercados internacionais consumidores (Europa e Estados Unidos) (REBOUÇAS, 1997; NASCIMENTO, 2001; NEGREIROS et. al., 2005; BUSTAMANTE, 2009; COSTA; DIAS, 2010). Com essas condições favoráveis, e com o apoio do Governo Federal, que em outubro de 1997 lançou o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Fruticultura Irrigada no Nordeste, o Brasil pretende ser o maior exportador de frutas tropicais do mundo, sendo que já figura entre os principais produtores.

Apesar das condições naturais e tecnológicas favoráveis, é necessário um sistema eficiente de gerenciamento e comercialização tentando encontrar sempre novas estratégias para que a produção chegue ao mercado em condições de competição. Nesse sentido Reis et. al. (2016) defendem que “Os produtores precisam identificar formas de comercializar os seus produtos a preços que tragam uma lucratividade, mesmo com tantas restrições logísticas apresentadas, que encarecem os custos de comercialização e produção”, o pensamento de Reis et. al. (2016) corrobora o apresentado por Mendes e Padilha Júnior (2007, p. 1),

A comercialização agrícola é fundamental na economia, pois é o vínculo entre o setor produtivo e o consumidor final. O encaminhamento organizado dos bens agrícolas produzidos permite que os consumidores obtenham produtos com as características desejadas. Dessa forma, entender o funcionamento desse sistema, em um mercado competitivo e globalizado, permite melhorar o processo de tomada de decisão, além de auxiliar a compreender os efeitos de diversas variáveis que afetam os mercados agropecuários.

Nesse aspecto, ratifica-se essa visão com Batalha (2001, p. 65)

Quando se discute competitividade, é comum a referência a aspectos da produção. Esforços consideráveis são despendidos no sentido de reduzir o custo de produção de uma mercadoria qualquer. Frequentemente, no entanto, esses esforços conduzem a pequenos ganhos que se perdem no momento da venda do produto. [...] Vender e comprar não é uma tarefa trivial. Ao contrário, a adoção de um mecanismo de comercialização inapropriado fatalmente implicará prejuízo à empresa, mesmo sendo ela competitiva em termos de eficiência produtiva. Conclui-se, portanto, que a eficiência relevante à empresa é mais abrangente do que somente a eficiência produtiva, embora esta seja um componente importante. A competitividade global de uma empresa depende profundamente de sua eficiência na comercialização de seus insumos e produtos. Quanto mais apropriada for à coordenação entre os componentes do sistema, intermediados por mecanismos de comercialização, menores serão os custos de cada um deles, mais rápida será a adaptação às modificações de ambiente e menos custosos serão os conflitos inerentes às relações entre cliente e fornecedor.

Ainda reforçando a importância de uma gestão e comercialização eficientes e eficazes a fim de aproveitar as condições naturais e tecnológicas favoráveis da região, de acordo com Martins (2005) “Longe de uma perspectiva de produção programada e estoques com a possibilidade de longa vida de prateleira, a produção agroindustrial deve gerenciar incertezas e sazonalidades, como os períodos de safra e entressafra e perdas devido a curta vida útil do produto.”

Com a modernização das fazendas, no que diz respeito à utilização de novas tecnologias, tanto nas máquinas, equipamentos e modelos de gestão, utiliza-se o termo *agribusiness*, indicando que o ambiente das fazendas está mais próximo do empresarial.

Denomina-se de *agribusiness* ou complexo agroindustrial (CAI) ou sistema agroindustrial [...] o conjunto de atividades realizadas pela agropecuária e pelos setores a ela vinculados. Portanto, o complexo agroindustrial é o conjunto formado pela sucessão de atividades vinculadas à produção e a transformação de produtos agropecuários (BACHA, 2004, p. 22).

Na gestão das empresas agrícolas não se compreende mais a produção como o ato de arar a terá, plantar e colher. Hoje se compreende a produção agrícola numa visão sistêmica, através de segmentos. Esses segmentos são denominados de: antes da porteira, dentro da

porteira e depois da porteira.

Os segmentos antes da porteira dizem respeito ao processo de aquisição de insumos, ou seja, o que é necessário para a produção na empresa. Araújo (2003, p. 31) expõe assim:

[...] os fatores de produção principais, necessários à produção agropecuária em geral, tais como: máquinas, implementos, equipamentos e complementos, água, energia, corretivos de solos, fertilizantes, agroquímicos, compostos orgânicos, materiais genéticos, hormônios, inoculantes, rações, sais minerais e produtos veterinários.

Os segmentos dentro da porteira é produção propriamente dita. É a atividade realizada dentro da fazenda para obtenção do produto desejado.

Os segmentos produtivos que se realizam “dentro da porteira” constituem a produção agropecuária propriamente dita, os quais são divididos em subsegmentos distintos: agricultura (ou produção agrícola) e pecuária (ou criação de animais). [...] “dentro da porteira” significa dentro das fazendas, desde as atividades iniciais de preparação para começar a produção até a obtenção dos produtos agropecuários *in natura* prontos para a comercialização (ARAÚJO, 2003, p. 46).

Depois da porteira são segmentos onde se realiza a comercialização. Onde a produção é ligada ao comprador. Terminada a colheita, para produção de grãos, por exemplo, são utilizados artifícios para que o comprador tenha acesso a uma produção de qualidade, transporte e preço justo, formação de preços.

Esses segmentos são constituídos basicamente pelas etapas de processamento e distribuição dos produtos agropecuários até atingir os consumidores, envolvendo diferentes tipos de agentes econômicos, como comércio, agroindústrias, prestadores de serviços, governo e outros. [...] Após colhidos, esses produtos podem seguir por diversos caminhos até chegar aos consumidores. Durante esse percurso interferem diferentes tipos de agentes econômicos, tanto atuando diretamente na industrialização, como na comercialização, ou ainda, na prestação de serviços (ARAÚJO, 2003, p. 77).

No mundo do agronegócio não é mais suficiente produzir com precisão, ou seja, utilizando-se de forma ótima os recursos da fazenda, se não houver um sistema de comercialização também eficiente, os ganhos de produção podem ser perdidos na comercialização (OLIVEIRA; SPERSE, 2010; MENDES, 2012). As parcerias utilizadas nos diversos setores da economia foram uma das formas que as empresas agrícolas encontraram para se colocarem e permanecerem no mercado.

### 3. METODOLOGIA

O estudo foi realizado através de uma pesquisa de natureza qualitativa, pois este tipo de pesquisa foi considerado o mais apropriado para o desenvolvimento deste trabalho, uma vez que “os pesquisadores qualitativos tentam compreender os fenômenos que estão sendo estudados a partir da perspectiva dos participantes” (GODOY, 1995, p. 63), e que de acordo com Merriam (2009) este tipo de estudo possibilita entender como os outros indivíduos entendem uma certa realidade, que é o que se buscou nesta pesquisa, explorar, a partir da ótica dos empresários, como estes se organizaram e desenvolveram parcerias entre as suas fazendas tendo em vista gerar benefícios mútuos.

Quanto ao tipo de pesquisa, o adotado nesta pesquisa foi a descritiva, pois de acordo com Triviños (2008), Augusto et. al. (2013) e Gil (2008) esse tipo de pesquisa busca detalhar

as características de certos fenômenos, como eles são ou funcionam, nesse caso como funcionam as parcerias estabelecidas entre o grupo de fruticultores do município de Baraúna-RN.

Com relação ao método da pesquisa, o escolhido foi o estudo de caso por se tratar de um análise limitada apenas a um pequeno grupo de fazendas. Segundo Gil (2008), Goode e Hatt (1973), Ventura (2007) e Pereira, Godoy e Terçariol (2009), o método do estudo de caso refere-se a um método de pesquisa exaustivo, profundo e direcionado a um ou poucos objetos de análise, ou seja, um caso particular, no caso do presente estudo o grupo de fazendas investigado e as parcerias celebradas entre elas. Esse método objetiva detalhar um dado objeto de análise ou fenômeno. Vale salientar que os resultados obtidos por meio deste método não são passíveis de generalizações, servindo como elemento norteador para outros produtores, e não como regra.

Em relação aos dados da pesquisa, estes foram coletados por meio de fontes primárias, através da aplicação de entrevista semiestruturada, a qual composta por 7 questões abertas que buscaram identificar as principais características do sistema de parceira mantido pelas fazendas estudadas. Foram entrevistados os gerentes das 5 fazendas que compõe o grupo e o gerente de exportação do grupo real.

#### **Quadro 01 - Questionário norteador da entrevista semiestruturada**

1. Relate-nos um breve histórico do grupo de produtores e do funcionamento da parceria.
2. Como a parceria se iniciou entre os produtores? Quais eram os objetivos iniciais?
3. Quais as principais vantagens que enxergadas na compra de insumos por meio das parcerias?
4. Quais as principais vantagens observadas na venda de produtos por meio da parceria?
5. Como está estruturada juridicamente a parceria?
6. Quais atividades da produção e comercialização são desenvolvidas em parceira e quais de forma individualizada?
7. Como são rateados os custos e como são divididos os lucros?

Fonte: Elaborado pelos autores.

Das cinco fazendas, uma está localizada no município de Mossoró-RN, e as outras quatro, localizadas no município de Baraúna-RN, ambos no oeste do estado do Rio Grande do Norte. Os mapas abaixo evidenciam a localização no Brasil e no estado das cidades onde as cinco fazendas do grupo estão situadas.

**Figura 01 – Mapa do Brasil com destaque para o estado do Rio Grande do Norte**

Fonte: Imagem do Google (2017).

**Figura 02 – Mapa do estado do Rio Grande do Norte com destaque para os municípios de Baraúna e Mossoró**

Fonte: Imagem do Google (2017).

No que se refere a análise dos dados, as falas das entrevistas foram transcritas e analisadas com vista a responder ao seguinte questionamento: Como funciona o sistema de parceria estabelecido entre as fazendas estudadas? Bem como quais os principais benefícios advindos dessa parceria. Para dessa forma, possibilitar o alcance dos objetivos deste trabalho.

#### 4. RESULTADOS

Por meio da análise da transcrição das entrevistas pode-se entender detalhadamente como funciona a parceria entre os produtores rurais do oeste potiguar. O grupo real, nome dado ao conjunto de fazendas de descendentes de japoneses, não é uma parceria formal, ou seja, a junção das fazendas para comercialização de seus produtos é apenas verbal. A formação do grupo teve início entre 2000 e 2001. Uma das empresas participantes existe há pelo menos 35 anos. Há fazendas no grupo com 25 e 20 anos de formação.

Como já mencionado hoje são cinco (5) fazendas que compõem o grupo, entretanto vale salientar que o grupo não está fechado para novas adesões, podendo receber mais produtores ao longo dos anos. O grupo conta atualmente com aproximadamente sete mil hectares de área total, e com aproximadamente dois mil hectares de área plantada.

A produção do grupo está dividida entre melão, melancia, mamão e abacaxi. A principal fruta produzida é o melão, pois é a mais plantada e exportada. Adentrando ao funcionamento da parceria, quanto aos custos de produção, são de cada fazenda, ou seja, cada produtor, de forma individual, banca com seus custos, não sendo compartilhado com os outros membros do grupo. Apesar da individualização dos custos, toda a produção é comercializada pelo grupo. Os principais destinos da produção são, no mercado interno, São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Os principais compradores no exterior são: Holanda, Inglaterra, Espanha, Dinamarca e Portugal. Essa união de produtores em busca de garantir maior robustez nas estratégias de comercialização vai ao encontro do que defende Batalha (2001, p. 65) pois de acordo com ele “A competitividade global de uma empresa depende profundamente de sua eficiência na comercialização de seus insumos e produtos.” E não somente na gerência eficiente de custos. A estratégia dos produtores também corrobora o indicado por (OLIVEIRA; SPERSE, 2010; MENDES, 2012), pois de acordo com os autores não adianta reduzir custos de produção se ao mesmo tempo não forem executadas estratégias de comercialização que viabilizem a maior eficiência e eficácia possível para a etapa “depois da porteira” (ARAÚJO, 2003).

A compra de insumos para a produção das frutas é feita pelo grupo. A produção é determinada e então o grupo, união das fazendas, promove um esforço de compra que contempla a produção de cada fazenda, dando maior poder de barganha junto aos fornecedores. A venda da produção também acontece de forma conjunta. O fechamento das vendas acontece levando em consideração todo o potencial de produção do grupo, assim pode-se fechar contratos mais volumosos, aumentando o leque de clientes, mais uma vez percebe-se que a atuação dos produtores vai ao encontro do que (BATALHA, 2001; OLIVEIRA; SPERSE, 2010; MENDES, 2012), e inclusive indo além, pois além de se unirem para dar mais robustez a sua estratégia de comercialização, os produtores também se unem tendo em vista aumentar seu poder de compra.

Apesar do esforço de compra de insumos e venda da produção ser do grupo, o lucro é individualizado, assim o lucro pela venda do volume de produção de cada fazenda é de sua propriedade. O grupo apenas une as fazendas numa orientação da produção, assim o que cada fazenda produz vai determinar sua receita.

O que é produzido pelas fazendas é entregue pelo grupo. Os contratos são fechados com base na capacidade de cada fazenda e o escritório do grupo se encarrega de toda logística.

Durante as entrevistas abordou-se também sobre os benefícios de se trabalhar em parceria. A resposta mais recorrente é que notadamente se ganha em poder de barganha. Cada empresa comprando insumos não teria tanta força quanto o conjunto delas, pois em grupo consegue-se comprar em grandes quantidades, e assim com preços mais baixos. A logística é

facilitada. É melhor para o cliente, importador, pois ele fica mais confiante. Pragas podem afetar a produção, então é mais fácil uma fazenda ter dificuldades de produção do que o grupo como um todo. Outros fatores citados como positivos foram o fortalecimento da marca e do portfólio de produtos.

O que se consegue observar é que, apesar das vantagens apresentadas, existe o obstáculo da cultura organizacional, pois as empresas são geridas pelos familiares, e têm sua forma própria de gestão, o que às vezes dificulta o processo. São empresas independentes, não sendo fácil unificar os objetivos.

Como foi citado pelos entrevistados, as perspectivas para o grupo é a sua formalização e o crescimento, o que colaborará para o desenvolvimento do arranjo produtivo local da fruticultura no oeste potiguar. Foi discutido também sobre o aumento do investimento em outras culturas para a comercialização, tanto no mercado interno, quanto para o mercado externo e os produtores afirmam enxergar essa parceria como fundamental para o sucesso dos novos empreendimentos.

Em estudo realizado com 83 fruticultores que atuam em Limoeiro do Norte e Russas no Ceará Campos e Carvalho (2012) também perceberam diversos benefícios advindos da atuação em parceria. Muito embora seja importante frisar que as parcerias dos fruticultores cearenses, diferente do modelo de parceria estabelecido pelo grupo real no Rio Grande do Norte, não seja e nem vise ser um grupo formal de produtores unificados, mas sim apenas fruticultores que se unem por dado período de tempo para atingirem certos objetivos em comum, mas que mantém sua individualidade (CAMPOS; CARVALHO, 2012). Entre os 83 fruticultores que participaram da pesquisa de Campos e Carvalho (2012) constam micro, pequenos, médios e grandes produtores.

Alguns dos benefícios advindos das parcerias entre fruticultores que atuam em Limoeiro do Norte e Russas no Ceará identificados por Campos e Carvalho (2012) são similares aos benefícios advindos da parceria estratégica estabelecida no grupo Real no oeste Potiguar identificados neste estudo, tais como, Campos e Carvalho (2012) perceberam que boa parte dos fruticultores investigados afirmaram praticar a venda conjunta de produtos, como forma de baratear os custos de transporte e fretes, bem como, outra parte afirma realizar compra conjunta de insumos visando a redução de custos.

Porém percebeu-se que as parcerias estabelecidas entre os produtores cearenses trouxeram bem mais benefícios do que o sistema de parceria potiguar, pelo menos no que se refere a diversidade de benefícios, deixando de lado aqui a análise de montantes financeiros. Pois Campos e Carvalho (2012) enquanto os dois principais benefícios identificados no sistema de parceria do grupo Real foram apenas o aumento do poder de barganha da compra de insumo e venda de produtos, diversos outros benefícios foram citados, além desses, pelos produtores investigados por Campos e Carvalho (2012), tais como, a capacitação conjunta de seus funcionários por meio de orientações técnicas nas propriedades; cursos e palestras em parceria com os órgãos de apoio do arranjo; contribuição voltada para a manutenção do perímetro; desenvolverem parceria com a empresa Frutacor, que presta assistência técnica, e receberam empréstimo de ferramentas, equipamentos e bombas. Além de pulverização em aérea irrigadas; participaram de feiras, em conjunto; Parceria de assistência técnica e fornecimento de mudas com a Embrapa; identificaram parcerias de certificação e de projeto de pesquisa e empréstimo de máquinas com outros produtores.

Dessa forma, percebe-se que a parceria estratégica estabelecida entre as cinco fazendas potiguares que compõe o grupo Real é de suma importância para o aumento da competitividade desses produtores locais, mas ainda há diversas outras ações que podem ser implementadas, por meio da parceria, que podem ampliar ainda mais as margens de lucro de

tais empreendimentos. Ações essas como as indicadas pelos fruticultores cearenses.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente o Estado do Rio Grande do Norte é um dos maiores produtores e exportadores de frutas tropicais do Brasil. O solo e clima da região de Mossoró e Baraúna favorecem o plantio de frutas tropicais, pois disponibiliza água subterrânea e incidência de raios solares quase que o ano inteiro.

As características naturais da região e o uso de alta tecnologia na produção aumentam ainda mais a produtividade. Apesar das vantagens oferecidas pela região, produzir frutas é uma atividade de custos elevados e alto risco, assim como qualquer outra produção agrícola. Os produtores se utilizam de técnicas de plantio e de comercialização para atenuarem as dificuldades da atividade por eles desenvolvida. O sistema de parceria é uma forma encontrada por um grupo de produtores para poderem não só passar pelas dificuldades naturais da produção, mas também, permanecerem no mercado e conquistar novos.

O grupo real é um conjunto de produtores de frutas tropicais que abastece o mercado interno e o externo. Ele é formado por descendentes de japoneses que encontraram na região espaço para a utilização da terra. O grupo é formado por cinco fazendas situadas na região de Mossoró e Baraúna.

Com a formação do grupo, as fazendas obtiveram vantagens. O grupo abriu um escritório na cidade de Mossoró que é responsável por receber visitas de compradores. Para os clientes é apresentado o potencial do grupo e não uma única fazenda, trazendo assim a possibilidade de fechamento de contratos mais vultosos. O cliente também se sente mais seguro, pois uma fazenda tendo algum contratempo é coberta por outra.

Com o crescimento dos contratos de vendas, cresce também a possibilidade de desenvolvimento da região através do crescimento de emprego e renda. O sistema de parcerias também trouxe maior facilidade em cumprir com as exigências internacionais concernentes às questões sociais e ambientais.

Comprar ficou mais fácil e mais barato. Com o surgimento do grupo, o poder de barganha aumentou, pois agora as compras são mais volumosas, então se negocia com os fornecedores com preços mais baixos.

Além das vantagens econômicas obtidas pelo grupo real, existe também o ganho social. O grupo, como já foi registrado, é formado por descendentes de japoneses. Eles agora estão mais próximos, pois estão se reunindo aos finais de semana para almoçarem juntos. Eles fizeram também um retorno às suas tradições, ensinando para os mais jovens a cultura do seu povo.

### 5.1 Sugestões e Limitações

Indica-se como possíveis pesquisas futuras a possibilidade de estudos que comparem a forma de parceria desenvolvida entre os fruticultores do oeste potiguar e produtores de outras regiões do país e de outros países, com o intuito de reunir as melhores práticas desenvolvidas. Como principal limitação desta pesquisa ressalta-se o pouco tempo disponível dos produtores para responder com maior riqueza de detalhes as questões da entrevista, o que limitou a descrição apresentada nesta pesquisa, entretanto considera-se que as nuances percebidas e apresentadas são relevantes para o aperfeiçoamento da estratégia de comercialização de produtores de frutas que venham a ter acesso a este material.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, C. A. S. **Uso de agrotóxicos na cultura do melão (*cucumis melo L*) no município de Baraúna/RN: um estudo de caso**. Mossoró: 2001. Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.
- ARAÚJO, M. J. **Fundamentos de Agronegócios**. São Paulo: Atlas, 2003.
- AUGUSTO, C. A.; SOUZA, J. P.; DELLANGNELO, E. H. L.; CARIO, S. A. F. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). **Rev. Econ. Sociol. Rural**, v. 51, n. 4, p. 745-764, 2013.
- BACHA, C. J. C. Economia e Política Agrícola no Brasil. In: VIEIRA, W. C. (Ed.). **Agricultura na virada do milênio: velhos e novos desafios**. São Paulo: Atlas, 2000. p. 93-116.
- BACHA, C. J. C. **Economia e política no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2004.
- BATALHA, M. O. **GEPAI: Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- BUSTAMANTE, P. M. A. C. A Fruticultura no Brasil e no Vale do São Francisco: Vantagens e Desafios. **REN**, v. 40, n. 1, p. 153-171, 2009.
- CAMPOS, K. C.; CARVALHO, F. M. A. Inovação e Cooperação no Arranjo Produtivo Local de Fruticultura Irrigada. **BNB**, v. 43, n. 3, 2012. Disponível em: <[https://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF.aspx?cd\\_artigo\\_ren=1325](https://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo_ren=1325)>. Acesso em 22 ago. 2018.
- CONTO, S. M.; ANTUNES JÚNIOR, J. A. V. VACCARO, G. L. R. A inovação como fator de vantagem competitiva: estudo de uma cooperativa produtora de suco e vinho orgânicos. **Gest. Prod.**, v. 23, n. 2, p. 397-407, 2016.
- COSTA, N. D.; DIAS, R. C. S. **Embrapa Semiárido**. 2010. Disponível em: <[http://www.cpatsa.embrapa.br:8080/sistema\\_producao/spmelao/plantio.html](http://www.cpatsa.embrapa.br:8080/sistema_producao/spmelao/plantio.html)>. Acesso: 10 jan. 2018.
- FRANCELINO, M. R.; FERNANDES FILHO, E. I.; RESENDE, M. Terra e água na reforma agrária do semi-árido norterriograndense. **Rev. bras. eng. agríc. ambient.**, v. 6, n. 1, p. 183-187, 2002.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Rev. Adm. Empr.**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.
- GOODE, W.; HATT, P. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Nacional, 1973.
- LEMONS, A. D.; NASCIMENTO, L. F. A produção mais limpa como geradora de inovação e competitividade. **Rev. adm. contemp.**, v. 3, n. 1, p. 23-46, 1999.
- MARTINS, R. S.; REBECHI, D.; PRATI, C. A.; CONTE, H. Decisões estratégicas na logística do agronegócio: compensação de custos transporte-armazenagem para a soja no estado do Paraná. **Rev. Adm. Contemp.**, v. 9, n. 1, p. 53-78, 2005.

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

MERRIAM, S. B. **Qualitative research**: a guide to design and implementation. 3.ed. San Francisco: Jossey-Bass Inc. Publishers, 2009.

NASCIMENTO, J. S. **Competitividade das exportações brasileiras de frutas**: uma análise a partir dos obstáculos comerciais encontrados na União Européia. 2001. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Paraíba.

NEGREIROS, M. Z.; COSTA, F. A.; MEDEIROS, J. F.; LEITÃO, M. M. V. B. R.; BEZERRA NETO, F.; ESPÍNOLA SOBRINHO, J. Rendimento e qualidade do melão sob lâminas de irrigação e cobertura do solo com filmes de polietileno de diferentes cores. **Horticultura Brasileira**, v. 23, n. 3, p. 773-779, 2005.

OLIVEIRA, R. O; SPERSE. E. Utilização de Estratégias de Branding em Commodities Agropecuárias: uma Revisão da Literatura e Proposições de Pesquisa. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO DA ESPM, 7., 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2010. p. 1-17.

PACHECO, A. M.; SANTOS, I. R. C.; HAMZÉ, A. L.; MARIANO, R. S. G.; SILVA, T. F.; ZAPPA, V. A Importância do Agronegócio para o Brasil: Revisão de Literatura. **Rev. Cient. Eletrônica Med. Vet.**, v. 10, n. 19, p. 1-6, 2012.

PEREIRA, L. T. K.; GODOY, D. M. A.; TERÇARIOL, D. Estudo de caso como procedimento de pesquisa científica: reflexão a partir da clínica fonoaudiológica. **Psicol. Reflex. Crit.**, v. 22, n. 3, p. 422-429, 2009.

REBOUÇAS, A. C. Água na região Nordeste: desperdício e escassez. **Estud. av.**, v. 11, n. 29, p. 127-154, 1997.

REIS, J. G. M.; VENDRAMETTO, O.; NAAS, I. A.; COSTABILE, L. T.; MACHADO, S. T. Avaliação das Estratégias de Comercialização do Milho em MS Aplicando o Analytic Hierarchy Process (AHP). Revista de Economia e Sociologia Rural. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, v. 54, n. 1, p. 131-146, 2016.

SILVA, J. L. M.; MONTALVÁN, D. B. V. Exportações do Rio Grande do Norte: estrutura, vantagens comparativas e comércio intra-industrial. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, v. 46, n. 2, p. 547-568, 2008.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2008.

VENTURA, M. M. O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. **Rev. SOCERJ**, v. 20, n. 5, p. 383-386, 2007.