

**INCERTEZAS QUALITATIVAS E ALIMENTOS DE QUALIDADE ESPECIFICA:  
ASSIMETRIAS INFORMACIONAIS E CONVENÇÕES**

**GEORGES FLEXOR**  
CPDA/UFRRJ

**GT23: SOCIOLOGIA ECONÔMICA**

## **INCERTEZAS QUALITATIVAS E ALIMENTOS DE QUALIDADE ESPECÍFICA: ASSIMETRIAS INFORMACIONAIS E CONVENÇÕES**

### **Resumo**

A qualidade é, atualmente, um elemento central da dinâmica dos mercados agroalimentares. Para os diversos atores do sistema agroalimentar, um dos problemas relacionado com a qualidade diz respeito às incertezas e as formas de coordenação para resolver-las. Com base na problemática da expansão dos mercados de alimentos orgânicos e do comércio justo procuraremos destacar duas formas de incertezas qualitativas: aquelas relacionadas com assimetrias informacionais e aquelas decorrendo da pluralidade de modos de qualificação. Procurar-se-á mostrar que esses aspectos ajudam a compreender em que medida a expansão dos mercados de alimentos de qualidade específica representa um desafio para os países em desenvolvimento.

**Palavras-chave:** Qualidade específica, Incertezas, Standards, Convenções.

## Introdução

A qualidade dos produtos e serviços não é uma questão recente para os especialistas em gestão empresarial (Deming, 1982, Marshall Jr. & Alii, 2005, Weil, 2001). Entre outras coisas, esses estudiosos mostraram que a qualidade representa um aspecto fundamental do desempenho das empresas. Em especial, ficou comprovado que os métodos de controle da qualidade dos processos de produção desenvolvidos desde a década de 1960 no Japão são uma maneira de reduzir os custos operacionais e um meio de garantir a competitividade da firma através do aperfeiçoamento dos produtos, da melhor produtividade dos fatores produtivos e da maior satisfação dos usuários e clientes. No entanto, essa dimensão da dinâmica dos mercados e das organizações não tinham chamada à atenção dos cientistas sociais e dos economistas em particular, apesar de algumas notáveis exceções (Chamberlain, 1933, Lancaster, 1971, Hirschman, 1970, Akerlof, 1970). Existem algumas razões para isso. Por um lado, para a ortodoxia econômica o mecanismo dos preços é suficiente para dar conta da qualidade. Se os bens forem homogêneos e as informações transparentes e acessíveis a todos, diferenças de qualidade se traduziriam em preços diferentes. Por outro lado, os demais economistas e cientistas sociais estavam mais preocupados com as conseqüências organizativas e econômicas da grande empresa multidivisionária (Chandler, 1962, Williamson, 1975, Galbraith, 1967) do que na evolução das preferências dos consumidores. Sendo a dimensão do consumo esvaziada, não havia muito espaço para incorporar o tema da qualidade na agenda de problemas relevantes para o estudo dos principais determinantes da dinâmica do capitalismo.

Todavia, desde a década de 1980, esse panorama mudou. A dinâmica dos mercados passou por uma profunda transformação. Em primeiro lugar, o processo de globalização e os diversos projetos de integração econômica regional provocaram uma rápida intensificação das forças competitivas levando as empresas, principalmente aquelas atuando em mercados maduros, a adotarem estratégias de diferenciação. Nos países mais industrializados, essa tendência ia ao encontro de amplas mudanças no perfil da demanda. Em particular, após quase trinta anos de crescimento econômico e institucionalização do Estado de Bem Estar, os consumidores desses países alcançaram um nível de renda média e um acesso a bens públicos que os colocavam em situação de relativa abundância, e nesse sentido menos sensíveis à variação dos preços e portanto mais atentos aos atributos sociais, ambientais e funcionais dos bens e serviços. Em segundo lugar, com a difusão das tecnologias da comunicação e da informação as empresas puderam modificar suas estratégias de negócio e proporcionar produtos mais adequados aos novos desejos e preferências dos consumidores. Para flexibilizar seus processos produtivos começaram a construir uma teia de relações interempresariais na forma de alianças, de relações contratuais com os fornecedores, de joint-venture, etc... A emergência desse novo padrão de *governança*, estruturado por modos de coordenação outros que o sistema de preço e/ou mecanismos de decisão hierárquicos, permite a mobilização de recursos e competências complementares, porém torna o desempenho coletivo mais incerto e multiplica os riscos de disfuncionamento do sistema produtivo.

Nesse novo contexto organizacional, a institucionalização de normas de qualidade tanto pública como privada proporciona uma ferramenta para coordenar os diversos atores envolvidos, em particular para estabelecer relações contratuais, e sinaliza aos clientes um conjunto de informações que lhes garantem os atributos e/ou a origem do produto. Frente a essas mudanças dos mercados e do lugar central da questão da qualidade nessa dinâmica, os

cientistas sociais, os economistas entre outros, passaram cada vez mais a incorporar essa problemática a seus modelos explicativos e/ou interpretativos. Um indício recente dessa transformação intelectual pode ser encontrado na atribuição do prêmio Nobel de economia a Stiglitz e a Akerlof por seus trabalhos teóricos sobre os problemas de qualidade e de assimetrias de informações e suas implicações para a dinâmica dos mercados.

Se a qualidade representa um dos aspectos centrais da dinâmica atual do capitalismo, ela adquire no caso dos alimentos uma dimensão particular. Por um lado, nos países industrializados, desde a década de 1970, as indústrias alimentares estão procurando implementar estratégia de segmentação e diferenciação para garantir um certo grau de competitividade nos mercados de alimentos cujo crescimento depende cada vez mais da oferta de alimentos com características específicas – convenientes, saudáveis, etc.. Por outro lado, a industrialização e a complexificação dos processos produtivos assim como a distancia entre produtores e consumidores têm levado ao aparecimento de novos riscos para saúde humana e a uma perda de identidade dos produtos alimentares. Portanto, a industrialização do sistema agro-alimentar não somente incentivou a criação de novos produtos como gerou uma série de novos problemas associados a incertezas técnicas, organizacionais, humanas e financeiras. A produção industrial de alimentos, por exemplo, necessita de matérias primas com características padronizadas, um abastecimento regular e eficiente da unidade de processamento, uma gestão interna dos diferentes processos produtivos, uma logística de transporte que não compromete os atributos do produto, uma rede de distribuição, etc. Ora, a cada estágio desta cadeia agroindustrial, problemas podem aparecer e comprometer o produto final. A matéria prima, por exemplo, pode apresentar características bioquímicas indesejadas; o abastecimento pode ser defeituoso assim como os equipamentos, os recursos humanos e a logística de transporte; a concepção e o design podem ser pouco atraentes ou inadequados para os consumidores; a falta de uma rede de distribuição pode limitar o tamanho do mercado, etc.

Além desses problemas de coordenação entre os diferentes elos das cadeias agroalimentares, a industrialização do sistema agro-alimentar e a complexificação dos processos de produção são potencialmente fatores de risco para a saúde pública. A epidemia de *bovin encefalite spongiforma* (BSE), o recente surto de *influenza aviaria* na Ásia, a *listeria*, e outras formas de contaminação, por representarem riscos para a saúde pública são fatores de desestabilização para um amplo segmento do sistema agro-alimentar. Sem uma gestão fina dos riscos nos diferentes elos da cadeia e dos diversos processos industriais envolvidos, a segurança dos alimentos pode ser gravemente comprometida. Numa situação como esta, a percepção negativa dos riscos (reais ou não) associados ao desenvolvimento dos produtos alimentares pode ser amplificado e afetar a dinâmica dos mercados de alimentos.

Além da segurança dos alimentos industriais, a evolução das preferências e dos desejos dos consumidores está redefinindo o conjunto de atributos e classes de características associados com a qualidade dos alimentos. O rápido crescimento dos mercados de alimentos orgânicos, dos produtos de denominação de origem e do comércio justo revela são aspectos dessa evolução social e econômica. No momento, o crescimento desses mercados ocorre sobretudo nos países desenvolvidos onde a demanda por alimentos encontra-se relativamente saturada, o ambiente institucional proporciona um contexto que incentiva à expansão da produção e o sistema agroalimentar convencional é suspeito de gerar graves riscos a saúde humana e à natureza. Todavia, essa tendência dá-se igualmente nos países em desenvolvimento através do consumo urbano de produtos orgânicos, de

circuitos regionais e locais e das exportações, principalmente de produtos orgânicos e do comércio justo.

Neste trabalho, admite-se a hipótese de que a questão da qualidade representa um dos aspectos mais críticos da evolução do sistema agroalimentar para sugerir algumas ferramentas analíticas capazes de entender qual a natureza dos problemas relacionados com a qualidade dos alimentos e como estes estão sendo resolvidos pelos atores do sistema agroalimentar. Mais especificamente, o argumento desenvolvido é o seguinte: as perspectivas teóricas da Economia dos Custos de Transações e da Economia das Convenções proporcionam importantes arcabouços analíticos para tratar dos problemas relacionadas com as incertezas qualitativas, que são elementos decisivos da dinâmica dos mercados, e dos mercados agroalimentar em particular. Além disso, tendo como referência à dinâmica dos mercados de alimentos orgânicos e do comércio justo e os desafios que a globalização do sistema agroalimentar coloca para os países em desenvolvimento, o trabalho sustenta a ideia de que embora a diminuição das incertezas qualitativas é um elemento central da construção dos mercados de alimentos de qualidade ela é, ao mesmo tempo, uma fonte potencial de conflitos e tensões sociais, econômicas e políticas. Em outras palavras, se a diminuição das incertezas qualitativas resolve alguns problemas ela também gera outros, ainda que de naturezas e conteúdos diferentes.

### **Incertezas e qualidades: informações e avaliação**

Para o sistema agroalimentar, a problemática da qualidade foi durante muito tempo uma questão associada com a gestão interna das empresas agroindustrial (padronização das características da matéria prima, melhor rendimento dos fatores, controle quantitativo e calibragem, tecnicidade dos processos produtivos) e a constituição de normas sanitárias (sistema de inspeção). Diferentemente, o desenvolvimento recente dos mercados específicos confere uma importância significativa ao acesso às informações e à evolução das preferências, crenças e valores dos consumidores, urbanos em particular (Valeschini & Nicolas, 1995). De maneira geral, essa evolução traduz a integração crescente dos consumidores e clientes na dinâmica dos mercados. Trata-se de um aspecto importante que configura um novo contexto para os diferentes atores do sistema agroalimentar. Todavia, num mundo crescentemente globalizado envolvendo inúmeros atores e espaços, as incertezas informacionais e avaliativas são particularmente intensas. Se não houver mecanismos institucionais capazes de tratá-las e, desta forma, proporcionar um quadro constitutivo e regulatório, as capacidades de expansão desses mercados podem ser limitadas. Nesse sentido, cabe apresentar algumas das principais fontes de incertezas permeando o desenvolvimento de mercados de qualidades específicas.

#### *Incertezas e informações:*

Uma primeira fonte de incerteza destacada pela literatura está relacionada com as assimetrias de informações. Teoricamente analisadas pelos prêmios Nobel de economia Stiglitz (1987) e Akerlof (1970), o problema das assimetrias de informações numa economia de mercado tem sido também o centro das preocupações da Economia Neo-

institucional e, de maneira geral, da Economia dos Contratos (Brousseau, 1993)<sup>1</sup>. Na ótica dessas correntes teóricas, assimetrias de informações são situações críticas porque abrem espaço para comportamentos oportunistas. Assimetrias de informações podem, portanto, ser aproveitadas por uma das partes envolvida na relação contratual. Como nessa situação não é possível estabelecer contratos estipulando todas as obrigações e direitos, os contratos são considerados incompletos. O oportunismo é, nesse sentido, uma fonte constante de incertezas e custos de transações (buscar de informações, negociar, redigir contratos, etc.). Para promover a fluidez dos mercados competitivos, os custos de transações devem ser eficientemente minimizados. Isso requer, em particular, arranjos institucionais capazes de prevenir que uma das partes da relação contratual possa tirar proveito de assimetria de informações a custo do outro. Situações desse tipo são denominadas de seleção adversa (i.e. à possibilidade de oportunismo ex-ante) e risco moral (i.e. provável oportunismo ex-post). Em particular, é preciso estabelecer dispositivos institucionais capazes de resolver o problema das assimetrias de informações porque, como mostrou teoricamente Akerlof, essas assimetrias são fontes de incertezas qualitativas que podem facilmente impedir o funcionamento dos mercados. Com efeito, na impossibilidade de diferenciar os produtos de qualidade dos demais, os possíveis vendedores de produtos de qualidade preferirão retirar-se do mercado, vendendo-os diretamente para conhecidos. No limite, o mercado será restrito aos produtos de más qualidades ou simplesmente desaparecerá.

Uma fonte de incerteza reside nas competências dos diversos atores em avaliar ou medir os atributos e características de um produto ou serviços. Para Barzel (1982, 2004), por exemplo, o principal problema associado à avaliação dos produtos deriva de suas heterogeneidades e da variabilidade de suas características. Assim, as incertezas qualitativas dependerão: 1) do grau de variabilidade das características dos bens e; 2) dos possíveis erros de medição, sejam eles voluntários ou não. Em função das características dos bens e das competências respectivas dos agentes, os problemas de avaliação e medição serão mais ou menos intensos. Além disso, quanto mais atributos e características o produto tiver, ou pelo menos enseja abranger, maior serão as dificuldades de avaliação.

Como, nesse contexto, contornar essas incertezas informacionais que podem restringir o espaço e a evolução desses mercados? Para os economistas neo-institucionalistas, a presença e a intensidade das incertezas informacionais estão vinculadas a possíveis comportamentos oportunistas que podem surgir em razão das características dos produtos e da capacidade, ou não, de avalia-las. Informações codificadas e alguns dispositivos institucionais que garantem a execução do acordo e a pilotagem das transações representam, nesse sentido, mecanismos de redução das incertezas informacionais. Isso explica por que, entre outras coisas, os economistas neo-institucionalistas argumentam que *standards* codificando os atributos do produto e instituições públicas ou privadas que garantem sua conformidade com as regras e normas estabelecidas são fatores que diminuem as incertezas informacionais e, portanto, os custos de transações.

Muitos desses *standards* e dispositivos institucionais foram implementados pelas instituições públicas para garantir padrões e normas de segurança em vários setores econômicos (alimentação, construção, saúde, automóveis, aviação, etc). No caso do sistema agroalimentar, todavia, observe-se atualmente um crescimento de *standards* privados. Para Farina & Reardon (2002), esse movimento resulta do novo ambiente competitivo global,

---

<sup>1</sup> Segundo Brousseau a Economia dos Contratos engloba a Economia dos Custos de Transações, a Teoria da Agência e a Economia dos Direitos de Propriedade.

das estratégias de diferenciação das empresas e da necessidade de coordenar mais eficientemente as cadeias de valores. A existência de um sistema de *standards* e de instituições privadas que garantem a conformidade dos produtos às regras estabelecidas são, nesse caso, dois mecanismos essenciais para contornar os problemas de incertezas qualitativas relacionadas com as assimetrias de informações (Barzel, 2000, 2004; Brousseau & Raynaud, 2004; Foray, 1995, Menard, 2004). Em definitivo, a expansão do volume de transações depende, por um lado, da capacidade de padronizar os processos produtivos e estabelecer *standards* apropriados para minimizar as incertezas qualitativas. Por outro lado, como os contratos são incompletos, o volume de transações depende de instituições capazes regular as relações econômicas, informando as partes envolvidas a conformidade dos produtos com as regras estabelecidas pelos *standards*, isto é, dispositivos de certificação.

Além de garantir a conformidade do produto às normas de qualidade e, nesse sentido, minimizar os custos de transações associados com o risco moral, os *standards* proporcionam aos produtores um mecanismo de sinalizar um conjunto de características e atributos que permitem diferenciar seus produtos dos demais. Para as empresas trata-se, portanto, de uma ferramenta estratégica para estabelecer um posicionamento diferenciado, ou seja distinto dos demais concorrentes o que alivia a pressão competitiva e estabelece a possibilidade de cobrar preços prêmios. Os *standards* são, dessa maneira, ativos intangíveis valiosos para as empresas que podem comunicar aos clientes e consumidores que os produtos vendidos apresentam uma qualidade diferenciada.

No caso dos alimentos específicos, os problemas de informações são presentes porque esses produtos apresentam atributos difíceis de serem observados tanto no momento da compra como na hora de consumi-los<sup>2</sup>. No entanto, produtores e consumidores que se conhecem e que estabeleceram uma relação de confiança podem facilmente minimizar os riscos de oportunismo e os custos de aquisição de informações. Nesse sentido, como vem ressaltando contribuições de diversos estudiosos da sociologia e da geografia econômica do sistema agroalimentar, atores inseridos em redes alternativas e territoriais estabelecem algumas formas de coordenação horizontais que organizam e estruturaram esses mercados (Goodman, 2003; Murdoch & alii, 2000; Hinrichs, 2000; Brunori, 2000).

Porém, a expansão desses mercados e a incorporação de novos atores e espaços representam um sério desafio à manutenção dessas formas de coordenação horizontais. Com efeito, num contexto onde as partes não mantêm relações de proximidade, as transações envolvendo alimentos específicos têm maior probabilidade de estar sujeitas a assimetrias de informações. Sem algum tipo de seguro de qualidade, o consumidor que não dispõe de informações suficientes ou não adquiriu as competências necessárias pode comprar produtos inadequados, adulterados, contaminados ou fraudulentos sem que o vendedor seja responsabilizado por isso. É possível que os consumidores detectam um problema. Os preços vão, então, diminuir, sinalizando um produto de má qualidade. No entanto, se o problema provocar uma desconfiança dos consumidores, a dinâmica do mercado enfrentará graves problemas. Além disso, sem *standards* ou normas de qualidades assegurando a especificidade dos alimentos, os produtores não têm incentivos para elaborar estratégia de diferenciação e não investirão para se posicionar no mercado de alimentos específicos. Em outras palavras, as incertezas qualitativas podem rapidamente se tornar um entrave para o

---

<sup>2</sup> Nesse caso fala-se de credence attributes em contraste com os search attributes (aparência, cor, tamanho, etc...) e experience attribute (gosto, textura, etc...).

funcionamento, e até mesmo a existência, dos mercados de alimentos específicos. Para evitar esses riscos, os atores envolvidos devem estar capazes de estabelecer algum tipo de seguro-qualidade e serem capazes de comunicá-lo. Nesse sentido, a existência de *standards* e a institucionalização de dispositivos de certificações diminuem os custos das informações e proporcionam sinais de qualidade, contribuindo para a redução das incertezas qualitativas. Em conjunto com o desenvolvimento das tecnologias da comunicação e da informação, esse arranjo institucional tende a reduzir os custos de transações. Com isso, além de minimizar os problemas associados com a distância geográfica e institucional, proporciona uma ferramenta estratégica que incentiva a expansão dos mercados de alimentos de qualidade específica. Em suma, os *standards* e os dispositivos de certificação representam tanto um recurso para implementar estratégias agroalimentares para responder às evoluções das preferências e desejos dos consumidores como um mecanismo permitindo que as organizações-chaves do sistema agroalimentar como as grandes empresas processadoras ou a grande distribuição estruturam cadeias de suprimento segura<sup>3</sup> e se apropriam do valor gerado. Como veremos no caso do desenvolvimento dos mercados de alimentos orgânicos e do comércio justo, a capacidade dos *standards* de resolverem os problemas de assimetrias informacionais representa também uma fonte de conflito porque modifica a redistribuição dos ganhos e as relações entre os diversos atores da cadeia.

### *Incerteza e qualificação*

Os tipos de incertezas apontados até agora supõem que as características dos alimentos sejam codificáveis e que todos os atores envolvidos acreditam ser atributos universais, ou seja, compartilham uma base avaliativa comum. Ora, o que dizer das incertezas relacionadas com a pluralidade de modos de qualificação dos produtos? A economia das convenções busca responder a essa questão com base em um argumento que pode ser sintetizado da seguinte maneira (Eymard-Duvernay, 1989, 1995; Gómez, 1994; Thévenot, 1995): 1) como os preços não representam um bom indicador de qualidade e os contratos são incompletos, os critérios de avaliação dependem, em última instância, de convenções sociais e objetos que formam os contextos coletivos nos quais os produtos podem ser qualificados; 2) além disto, em razão da existência de uma pluralidade de contextos, ou mundos, convencionais (Thévenot & Boltanski, 1991; Storper & Salais, 1993), não há parâmetros objetivos capazes de estabelecer uma equivalência perfeita entre os atributos dos diversos produtos e, portanto, uma escala de qualidade única; 3) desta forma, convivem diferentes modos de qualificação, fontes de incertezas e conflitos avaliativos. De maneira geral pode-se dizer que para a economia das convenções as incertezas refletem as tensões e dissonâncias que podem caracterizar as relações entre os valores e interesses dos diferentes atores envolvidos na qualificação dos produtos. As incertezas não são portanto relacionadas com assimetrias de informações, mas com os processos de negociações em situações marcadas por uma pluralidade de atores e convenções. Para Eymard-Duvernay (1994, 1995), a qualidade será o resultado dessas negociações, das operações implementadas para medir os atributos do produto e dos investimentos necessários para realizá-las.

---

<sup>3</sup> Para Farina & Zylbersztajn (1997) os *standards* proporcionam ferramentas para implementar subsistemas estritamente coordenados, i.e um conjunto de firmas coordenadas verticalmente através de mecanismos contratuais



Nesse quadro de referência, produtos específicos são produtos que se diferenciam dos outros em função de características técnicas e/ou de atributos locais, sociais e éticos. (Sylvander, 1995, Sylvander & Allaire, 1997). Para se difundir, um produto de qualidade específica deve, por um lado, mobilizar uma rede de atores para estabelecer os parâmetros capazes de medir os atributos e diferenciá-lo dos demais. Por outro lado, requer um quadro institucional capaz de implementar regras e normas visando regulamentar a especificação do produto. O modo de desenvolvimento dos mercados de produtos específicos dependerá, então, das redes de atores envolvidos e das normas implementadas.

Visto que os diversos atores envolvidos não compartilham necessariamente os mesmos valores e modos de qualificar os produtos, a construção social dos alimentos de qualidade específica está sujeita a incertezas avaliativas. A qualidade dos produtos regionais, por exemplo dos queijos ou cachaças, refere-se geralmente a práticas fabris oriundas de uma tradição ou a um conjunto de conhecimentos intangíveis raramente padronizáveis. Torna-se, portanto, difícil de coordenar os diferentes atores envolvidos na promoção de um produto de qualidade diferenciada porque faltam características objetivas. Nessas circunstâncias, as redes de atores enfrentam o delicado problema de estabelecer os parâmetros que permitam fixar os atributos do produto e estabelecer referências para coordenar e orientar as iniciativas empreendidas. Como processo de resolução de problema, as negociações representam ocasiões de co-produção de medição das características dos bens e de formas de coordenação, ou seja, os contextos nos quais se elabora e normaliza a qualidade desses produtos.

No entanto, o estabelecimento dos critérios e formas de coordenação que sustentam a construção da qualidade específica não ocorre num vazio institucional. Para poderem ser comercializados normalmente, os alimentos de qualidade específica necessitam respeitar a normas vigentes. Em particular, devem se conformar com regras e normas sanitárias definidas segundo parâmetros técnicos bastante rígidos. Surge, nesse caso, uma tensão entre uma forma de qualificar o produto em função de uma tradição e uma outra baseada em critérios definidos segundo regras de qualidade que visam garantir a segurança dos alimentos, e que muitas vezes foram implementados para normalizar a produção agroindustrial.

A emergência de novos valores sociais representa uma outra situação crítica para qualificar os produtos. O crescimento dos produtos orgânicos, por exemplo, está favorecido pela suspeição da qualidade dos alimentos tradicionalmente proporcionados pelo sistema agroalimentar. Parte dos consumidores pode estar inclinada a aumentar suas compras de alimentos orgânicos, porém, desejar que esses produtos apresentem, entre outras características, aparências (cor, tamanho, taxas de gorduras, etc.), condicionamentos (vácuo, congelados, desenho da embalagem, etc.) e distribuições (abastecimento regular em supermercados, lojas especializadas, feiras, etc.) comparáveis com os alimentos convencionais. Isso pode requerer formas de coordenação que incorporam regras mercantis e modos de gestão agroindustrial constituindo possíveis fontes de incerteza associadas ao problema de definir um conjunto de atributos que possam qualificar o produto com base em parâmetros oriundos de lógicas diferentes.

Em situações marcadas por uma forte proximidade geográfica e institucional, essas diferentes tensões são geralmente resolvidas porque os atores compartilham certas crenças e regras coletivas que favorecem a coordenação das diferentes iniciativas. Todavia, no contexto agroalimentar atual, essas diferentes tensões, fontes de incertezas avaliativas, são amplificadas por várias razões. É possível destacar duas delas. Em primeiro lugar cabe

salientar as formas de integração e conexão dos atores envolvidos. As tecnologias da informação e da comunicação (TIC) agilizam a estruturação de redes e facilitam a coordenação dos diversos atores. Uma maior conectividade pode representar uma fonte importante de eficiência coletiva em termo de redução de custos de organização, de complementaridade dos recursos e de externalidades, em particular no que diz respeito ao conhecimento. Porém, as TIC aproximam atores inseridos em contextos locais e regionais marcados por práticas institucionais e organizacionais diversas. Nesse contexto, as negociações em torno da definição da qualidade específica, das operações de medição e das normas a serem implementadas têm forte probabilidade de gerar conflitos avaliativos.

Um segundo aspecto diz respeito à expansão do mercado. Quando cresce a demanda por alimentos específicos, as formas de comercialização tendem a mudar assim como as relações entre os diversos atores. A participação crescente de empresas processadoras e do setor varejista, geralmente, se traduz pela difusão dos contratos como forma de coordenação e garantia da qualidade. e dos *standards* como instrumento de medição e gestão dos processos. Essas situações são fontes de conflitos avaliativos porque está em jogo formas de coordenação e dispositivos de normalização da qualidade bastante diferentes e potencialmente antinômicos. Em particular, o papel crescente dos métodos de gestão (controle e gestão dos riscos, *benchmark*, etc.) e a expansão das relações contratuais são fatores que induzem uma padronização industrial e mercantil da qualidade. Se a especificidade original do alimento está construída em torno de atributos tradicionais, biológicos ou éticos, o processo de padronização da qualidade pode ser interpretado como uma forma de nivelar para baixo a qualidade do produto. É uma situação que pode levar a conflitos de valores e interesses entre diversos atores da rede, com profundas conseqüências sobre a evolução organizacional e institucional desses mercados. A expansão do mercado é, portanto, não somente a conseqüência de uma diminuição das incertezas informacionais, como afirmam os neoinstitucionalistas, mas uma fonte de incertezas avaliativas que derivam da coexistência de uma pluralidade de escala avaliativa e dos diversos conflitos de interesses em jogo.

### **Alimentos específicos e globalização do sistema agroalimentar**

Os aspectos analíticos apontados, em particular os efeitos das incertezas informacionais e avaliativas, não pretendem esgotar a problemática da qualidade e seus efeitos sobre a organização do sistema agroalimentar global. Procuram somente proporcionar elementos que podem ajudar a compreensão e análise da construção dos mercados globais de alimentos específicos e as implicações desse processo para os países em desenvolvimento, e mais especificamente o Brasil.

Até agora o crescimento dos mercados de alimentos de qualidades específicas está associado ao aumento da demanda nos países europeus e na América do Norte. Segundo Willer & Youssefi (2004), o mercado de alimentos orgânicos pode ser avaliado em US\$ 23 bilhões em 2002. O mercado europeu cujo volume de venda chegou a mais de US\$ 10,5 bilhões em 2002 está atualmente crescendo a um ritmo de 8% ao ano. A forte expansão dos anos 1990 está diminuindo em razão, sobretudo, do comportamento da demanda em países como a Alemanha, o maior mercado europeu com US\$ 3,06 bilhões, a Dinamarca, a Áustria, a Suíça ou a Holanda, onde esses mercados já atingiram um certo grau de maturidade. No entanto, como mostra a tabela 1, em países como a França (US\$ 1,3 bilhões), o Reino Unido (US\$ 1,5 bilhões) e, de maneira geral, os países do sul e do leste da

União Européia o potencial de crescimento dos mercados de alimentos orgânicos é ainda expressivo.

**Tabela 1: Expectativas de crescimento dos orgânicos em países europeus 2002-07**

	Dinamarca	Áustria	Suíça	Reino Unido	Holanda	França
Mercados orgânicos	1.5	4.6	4.5	11.0	4.8	6.1
Produtos de Conveniência	3.3	8.4	7.0	8.8	7.3	10.0
Carnes orgânicas	1.7	3.2	8.0	12.3	3.1	10.0
Leite e derivados orgânicos	1.0	3.4	1.5	8.8	6.7	6.5
Frutas e legumes orgânicos	4.0	5.7	5.0	8.3	7.1	5.0
Cereais orgânicas	2.5	5.3	2.0	6.0	4.6	5.3

Fonte: Willer & Yussefi (2004): The World of Organic Agriculture: statistics & emerging trends

A América do Norte representa o outro importante mercado de alimentos orgânicos com vendas de US\$ 11,75 bilhões em 2002. Crescendo num ritmo superior a 12% e estimulado pela implementação do *National Organic Programme*, o mercado de alimentos orgânicos está despertando o interesse de grandes empresas da indústria alimentar como a Kraft, a Thyson, a Campbell etc. Além disso, os recentes problemas de segurança dos alimentos têm incentivado a difusão dos alimentos orgânicos nas grandes redes varejistas norte americanas.

Nos outros espaços econômicos, observa-se um crescimento da demanda por alimentos orgânicos, porém, em razão de fatores institucionais, como a falta de regulação e carência de base informacional, e do baixo nível da renda *per capita*, o potencial desses mercados é difícil de avaliar. No momento, o mercado japonês é o único espaço onde os alimentos orgânicos apresentam uma demanda consolidada, comparável com a da Alemanha. Todavia, a implementação de *standards* e a obrigação de certificar os alimentos junto às organizações creditadas têm provocado a desestruturação da oferta e sua subsequente retração.

O espaço econômico dos alimentos orgânicos, no entanto, não está restrito aos países desenvolvidos. Os países em desenvolvimento, além de apresentar um importante potencial de demanda, participam do “mundo” dos alimentos orgânicos através de seus produtores e, no caso da Argentina, do Brasil e do Uruguai, de uma expressiva área certificada. Como mostra a tabela 2, embora grande parte da área cultivada com orgânicos encontra-se nos países desenvolvidos, e mais especificamente na Austrália onde extensas áreas de pastos são certificadas, a grande maioria dos estabelecimentos certificados encontram-se nos PED. Isso reflete, muitas vezes, o tipo de produtos orgânicos exportados por esses países. Em geral, com a exceção da Argentina e, em alguma medida, do Brasil, os estabelecimentos certificados nos PED exportam frutas e legumes frescos, além de café, chá e cacau, i.e. alimentos produzidos principalmente por pequenos e médios produtores. No caso argentino, o peso da pecuária e dos cereais na pauta das exportações de alimentos orgânicos explica por que o país representa a segunda área com quase três milhões de hectares, mas conta somente com menos de dois mil estabelecimentos certificados. Nesse quadro geral o Brasil ocupa uma posição intermediária na medida em que produz e exporta tanto carnes e cereais como café, cacau, frutas e legumes orgânicos.

**Tabela 2: Área cultivada e número de estabelecimentos produzindo orgânicos 2004**

Área certificada com orgânicos		Número de estabelecimentos certificados	
Australia	10.000.000	Mexico	53.577
Argentina	2.960.000	Itália	49.489
Itália	1.168.212	Indonésia	45.000
USA	950.000	Uganda	33.900
Brasil	841.769	Tanzânia	26.986
Uruguai	760.000	Peru	23.057
Reino Unido	724.523	Brasil	19.003
Alemanha	696.978	Áustria	18.576
Espanha	665.055	Turquia	18.385
França	509.000	Espanha	17.751
Canadá	478.700	Alemanha	15.628
Bolívia	364.100	Rep. Dominicana	12.000
China	301.295	França	11.177
Austria	297.000	USA	6.949
Chile	285.268	Bolívia	6.500
Ucrânia	239.542	Suíça	6.466
Rep. Checa	235.136	Greca	6.047
México	215.843	Cuba	5.222
Suecia	187.000	Índia	5.147
Dinamarca	178.360	Finlândia	5.071
Bangladesh	177.700	Moçambique	5.000
<b>Total</b>	<b>24.070.010</b>	<b>Total</b>	<b>462.475</b>

Fonte: Willer & Yussefi (2004): The World of Organic Agriculture: statistics & emerging trends

Com volumes de vendas superiores a US\$ 23 bilhões por ano e uma taxa de crescimento ao ano de 10% ou mais, os mercados de alimentos orgânicos são certamente o segmento mais visível e simbólico do crescimento dos mercados de qualidade específica. Comparativamente os mercados de alimentos do comércio justo são bastante restritos<sup>4</sup>. No entanto, no caso de alguns alimentos como o café, a demanda cresce vigorosamente o que incentiva a produção e a exportação desses alimentos. Como pode ser observado na tabela 3, em seis anos, o volume de café certificado pela *Fair Trade Labelling Organization* (FLO) cresceu mais de 70%, o de açúcar 313% e o da banana 248%. De modo parecido ao que se observa no caso dos orgânicos, os Estados Unidos e a Europa são os principais mercados para os alimentos do comércio justo<sup>5</sup>. No que diz respeito às exportações de café, cabe assinalar que das 197 organizações de produtores certificadas em 2003, 40 são mexicanas, 19 localizam na Colômbia e somente 5 encontram-se no Brasil.

<sup>4</sup> Globalmente, em 2002 o mercado de produtos do comércio justo estava avaliado em US\$ 400 milhões (Raynolds, 2004)

<sup>5</sup> No caso do café, os USA importaram 3.574 MT, a Holanda 3.096 MT, a Alemanha 2.865 MT, o Reino Unido 2.889 MT, a França 2.368 MT e a Suíça 1.550 MT.

**Tabela 3: Produção e crescimento de alimentos do Fair Trade 1997-2003**

	Café		Açúcar		Banana	
	Mil Toneladas	Taxa de cresc.	Mil Tonelada	Taxa de cresc	Mil Tonelada	Taxa de cresc
1997			281,0		12.296	
1998	11.663,8		281,9	0.3%	14.656	19.2 %
1999	11.819,1	1.3 %	298,8	6.0%	18.191	24.1 %
2000	12.818,0	8.5 %	357,0	19.5%	22.819	25.4 %
2001	14.387,5	12.3 %	468,0	31.1%	29.072	27.4 %
2002	15.779,9	9.7 %	649,9	38.8%	36.61	25.9 %
2003	19.871,7	25.9 %	1.163,9	79.1%	50.977	39.2%

Fonte: Fair Trade Labelling Organization

Se considerarmos que o crescimento dos mercados de alimentos de qualidade específica representa um dos diversos aspectos da globalização do sistema agroalimentar, as informações antes apresentadas mostram que esse processo pode ser capaz de proporcionar oportunidades para os diversos atores envolvidos nesse tipo de produção. Em outras palavras, para diversas organizações vinculadas a produção e comercialização de alimentos de qualidade específica nos PED, a globalização do sistema agroalimentar representa possibilidades de rendas e conectividades através da sua inserção em redes muito mais extensas e complexas. No entanto, a trajetória organizacional e institucional dos mercados de alimentos orgânicos e do comércio justo ilustra as tensões e conflitos que marcam a expansão desses mercados. Como procuraremos destacar, parte significativa dessas tensões e conflitos está relacionada com as incertezas informacionais e qualitativas que permeiam a globalização dos mercados de alimentos específicos.

#### *Globalização mina as formas de coordenação originais: os orgânicos*

O desenvolvimento do mercado de alimentos orgânicos, por exemplo, ilustra bem as tensões que podem acompanhar o crescimento da produção e do consumo de alimentos de qualidade específica. Nas décadas de 1960/70, fase inicial do desenvolvimento dos mercados orgânicos nos países desenvolvidos, as transações eram organizadas e estruturadas por movimentos sociais. Em função desse contexto coletivo, as relações entre os diversos atores podiam se basear em princípios de confiança mútua. Porém, desde os anos 1980, os consumidores de produtos orgânicos, em razão da expansão dos mercados, perderam suas relações direitas e privilegiadas com os produtores. Para responder ao novo desafio, as redes envolvidas na produção de alimentos orgânicos se reestruturaram e, lideradas por organizações globais como a IFOAM (*International Federation of Organic Agriculture Movements*), instituíram normas e *standards* visando assegurar a especificidade dos processos produtivos e a proveniência dos produtos. Em 1980, pela primeira vez, a IFOAM estabeleceu um *standard* determinando os critérios que devem reger o processo produtivo (cultivo, processamento, etc.) dos alimentos orgânicos. Em 1991, a União Europeia definiu um quadro regulatório específico para os produtos orgânicos. Orientada para proteger os produtores de concorrentes ilegais e os consumidores de produtos fraudulentos, a regulamentação europeia estabeleceu um conjunto de regras que se aplica tanto ao processo produtivo como aos instrumentos de fiscalização e comercialização como os selos. A institucionalização dos alimentos orgânicos promovida pela União Europeia

serviu de referência aos membros da comissão do *Codex Alimentarius*, resultando em normas e regras para produção e comercialização de produtos agrícolas (1999) e animais (2001). Nos Estados Unidos, onde a autoregulação caracterizava o desenvolvimento dos mercados de produtos orgânicos, os *standards* nacionais só foram institucionalizados em 2002.

O interesse da grande distribuição e de empresas processadoras pelos alimentos orgânicos, nos anos 1990, aprofundou a centralidade das normas e *standards* na organização dos mercados de produtos orgânicos. Atentos ao crescimento da demanda de alimentos orgânicos, a grande distribuição e as empresas processadoras começaram a estabelecer formas de coordenação que garantem os atributos dos alimentos orgânicos. Como se beneficiavam da existência de *standards*, esses atores estratégicos do sistema agroalimentar implementaram mecanismos contratuais que lhes garantiam a qualidade desejada e reduziam os custos de controle. Como instrumentos de garantia da qualidade os contratos envolviam organizações, credenciadas junto a uma instituição competente, para certificar os atributos e características dos produtos. Além disso, em razão de poderes de compra até então desconhecidos nos mercados de qualidade específica, a grande distribuição e as grandes empresas processadoras conseguiram apropriar-se dos preços prêmio sem arcar diretamente com os custos de certificação. Com o atual processo de globalização, as incertezas informacionais são mais críticas e essa tendência se intensifica. Em definitivo, a dinâmica atual dos mercados de alimentos orgânicos e os mecanismos institucionais implementados para minimizar as incertezas informacionais tendem a minar as formas de coordenação que caracterizaram sua fase emergente (Raynolds, 2004, Le Heron, 2003, Smith & Marsden, 2003). Os acordos informais e a reputação que eram fundamental no período inicial estão sendo substituídos por contratos e *standards*, o que acaba promovendo formas de coordenação mais verticais.

#### *Globalização gera conflitos avaliativos: o caso do comércio justo*

Por envolver considerações éticas e comerciais, a evolução do comércio justo reflete bem as incertezas avaliativas e os conflitos que permeiam o processo de globalização dos mercados de produtos específicos (Raynolds, 2002; Renard, 2003). Nos anos 1960, movimentos sociais que militavam politicamente contra o “imperialismo”, começaram a desenvolver a idéia de que no lugar da ajuda internacional, os países subdesenvolvidos careciam de relações comerciais capazes de remunerar as matérias primas exportadas de modo a garantir um desenvolvimento autônomo. As iniciativas tomadas visavam importar produtos, pagando um preço superior a aquele em vigor no mercado internacional. Concretamente, as redes comerciais conectavam cooperativas de produtores nos países em desenvolvimento com pontos de vendas específicos, administrados por militantes e voluntários dos países industrializados, além de várias organizações voltadas para elaboração de projetos e capacitação dos produtores.

No final dos anos 1980, a colaboração entre diversas organizações envolvidas na promoção do comércio alternativo levou a estruturação da *European Fair Trade Association* (EFTA) e a fundação da *International Federation for Alternative Trade* (IFAT) em 1989. Em 1988, em decorrência de uma ação coletiva envolvendo uma cooperativa mexicana ansiosa de comercializar seu café e uma ONG holandesa, criou-se o primeiro *label* para os produtos do comércio justo: o *label Max Havelaar*. Estampada na embalagem de qualquer marca, o selo garantia aos consumidores que o café vendido satisfazia às

condições do comércio justo, em particular proporcionar preços diferenciados às cooperativas de pequenos produtores. Além de garantir a conformidade do produto com as regras do comércio justo, o *label* institucionalizava seus atributos e características específicas<sup>6</sup>. Sinal de qualidade, possibilitou a comercialização de alimentos do comércio justo nas redes da grande distribuição, ampliando o volume de venda e a escala do negócio. Devido a seu sucesso, essa iniciativa foi imitada por outras organizações do comércio alternativo. As convenções cívicas que proporcionavam o *background* coletivo dessas ações foram, também, incorporadas, de forma voluntária ou não<sup>7</sup>, por empresas globais. Porém, mudanças desse tipo não se realizam sem gerar incertezas avaliativas. A importância crescente das grandes empresas do sistema agroalimentar e o lugar estratégico da grande distribuição modificam as relações entre as diversas partes envolvidas na produção e comercialização dos alimentos do comércio justo. Como os diversos atores não compartilham as mesmas crenças e preferências, as negociações implicam um processo de revisão cognitivo, o que leva tempo, transformando esse momento de re-qualificação dos produtos num processo de mudanças das principais formas de coordenação e dos mecanismos de medição da qualidade, fontes de incertezas avaliativas.

## Conclusão

No presente trabalho, procurou-se entender alguns aspectos da problemática da qualidade, destacando seus impactos para os PED no contexto da globalização do sistema agroalimentar. Em particular, enfatizou-se as tensões econômicas e sociais relacionadas com dois tipos de incertezas que afetam a dinâmica e a expansão dos mercados de alimentos de qualidade específica. Distintas por natureza, as incertezas informacionais e qualitativas têm sido analisadas por abordagens teóricas bastante diferentes, que se consideram, às vezes, concorrentes. Por um lado, a economia neo-institucionalista tem procurado mostrar que a solução aos problemas de assimetrias de informações encontra-se no desenvolvimento de *standards* que codificam os atributos dos produtos. Nesse sentido, diminuem as incertezas qualitativas, garantem mecanismos de coordenação das cadeias agroalimentares e representam recursos para implementar estratégia de diferenciação. Por outro lado, a economia das convenções considera que a problemática da qualidade deve levar em conta a existência de uma pluralidade de modo de avaliação das características do produto. A questão da qualidade necessita, nessa perspectiva, ser analisada como o resultado de um processo de negociação visando estabelecer os critérios e normas que definem os atributos do produto e os investimentos que devem ser realizados para medirlos. Acredita-se que essas duas abordagens teóricas, longe de serem antagônicas, são complementares. Como se procurou ilustrar com a dinâmica dos mercados de alimentos orgânicos e do comércio justo, os problemas relacionados com as assimetrias de informações são mais intensas nas fases de consolidação dos mercados de alimentos de qualidade específicas enquanto os conflitos e tensões associados com incertezas avaliativas são mais vivos nas fases emergentes e nos momentos de crises.

---

<sup>6</sup> Nesse ponto, Renard (2003, 90) nota que “to broaden the spectrum of the public interested in buying these products, it was necessary to appeal more to *humanitarian* sentiments than to *political conviction*”.

<sup>7</sup> Starbucks, por exemplo, temendo uma ação de grupos ativistas, decidiu comprar café do comércio justo certificado pela Transfair (Ibid.)

A globalização do sistema agroalimentar marcada, entre outras coisas, por uma reorganização das cadeias de valores em escala global e a liberalização do comércio de commodities reflete-se também na expansão dos mercados de alimentos de qualidade específica e na maior integração e interconexão entre a produção e o consumo desses alimentos. Porém, a expansão dos mercados de alimentos específicos, ao despertar o interesse de atores como a grande distribuição e as empresas da indústria alimentar, institucional e geograficamente distantes das redes agroalimentares 'alternativas' que sustentaram a emergência desses mercados, representa uma fonte de incertezas informacionais e avaliativas. Em particular, como mostram a dinâmica dos mercados de alimentos orgânicos e do comércio justo, os mecanismos institucionais implementados para minimizar as incertezas informacionais tendem a minar as formas de coordenação, predominantemente horizontais, que caracterizaram as fases emergentes. Em suma, se a diminuição das incertezas qualitativas é um elemento central da construção dos mercados de alimentos de qualidade ela é, ao mesmo tempo, uma fonte potencial de conflitos e tensões sociais, econômicos e políticos, ou seja, quando se espera resolver alguns problemas novos aparecem, ainda que de naturezas e conteúdos diferentes.



## Bibliografia

Akerlof, G. (1970) *The market for lemons: quality uncertainty and the market mechanism*, in *Quarterly Journal of Economics*, 3, 488-500.

Barzel, Y. (1982) *Measurement cost and the organization of markets*. in *Journal of Law and Economics* 25 (3): 27-48.

\_\_\_\_\_(2000) *The role of contract in quality assurance*, *Journal of the Canadian Economics Society*, (1), 1-10;

Boltanski, L. & Thévenot, L. (1993) *De la justification*, Gallimard, Paris.

Brousseau, E. (1993) *L'économie des contrats, technologies de l'information et coordination interentreprises*, PUF, Paris, 361 p.

Brousseau, E. & Raynaud, E. (2004) *The economics of private institutions*, in 8th Annual Conference of the New Institutional Economics, Tucson

Brunori, G. (2000) *Alternative Trade or Market Fragmentation? Food Circuits and Social Movements*, Draft, University of Pisa;

Chamberlain (1933) *Theory of monopolistic competition*, Harvard University Press.

Chandler, A. (1962) *Structure and strategy*, Doubleday & Co.

Deming, W.E. (1982) *Quality, productivity and competitive position*, MIT Press.

Eymard-Duverney F. (1989) *Conventions de qualité et formes de coordination*, *Revue économique*, 40 (2), 329-359;

\_\_\_\_\_(1994) *Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens*, in Orlean (eds) *Analyse économique des conventions*, PUF, 307-334;

\_\_\_\_\_(1995) *négociations de la qualité*, in Valeschini & Nicolas (eds) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, INRA Economica, 39-48;

Farina, E.M.M.Q. & Reardon, T. (2002) *The rise of private food quality and safety standards: illustrations from brazil*, in *International Food and Agribusiness Management Review*, 4, 413-421,.

Farina, E.M.M.Q & Zylbersztajn, D. (1997) *Strickly coordinated supply systems*, in I Simpósio de Sistemas Agroindustriais, FEA/USP, Ribeirão Preto;

Foray, D. (1995) *Standard de référence, coûts de transaction et économie de la qualité: un cadre d'analyse*, in Valeschini & Nicolas (eds.) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, INRA Economica, 139-154;

Galbraith, J.K. (1967) *The new industrial State*, Houghton Mifflin Co.

Gomez, P.Y. (1994) *Qualité et théorie des conventions*, Economica. Paris.

Goodman, D. & Watts, M.J. (1997) *Globalising Food: Agrarian questions and global restructuring*. London: Routledge.

- Hinrichs, C. (2000) *Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market*, in *Journal of Rural Studies* 16, 295–303.
- Hirschman, A. O. (1970) *Exit, voice & loyalty*, Harvard University Press.
- Lancaster, K. (1971) *Consumer demand: a new approach*, Columbia University Press.
- Le Heron, R. (2003) *Creating food futures: reflections on food governance issues in New Zealand's agri-food sector*, in *Journal of Rural Studies*, 19, 111-125
- Marshall Jr. I., Cierco, A., Rocha, A. & Mota, E. (2005) *Gestão da qualidade*, FGV Management.
- Mazé, A. (2003) *Normes de qualité, coordination et droits de propriété: apports de l'économie neo-institutionnelle*, in *Colloque Conventions et Institutions: approfondissement théoriques et contribution au débat politique*, Paris
- Menard, C. (2004) *The Economics of Hybrid Organization*, in *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 160, 1-32;
- Murdoch, J., Marsden, T. & Banks, J. (2000) *Quality, Nature and Embeddedness: some Theoretical Consideration in the Context of the Food Sector*, in *Economic Geography*, 76, 107-125;
- Raynolds, L. (2002) *Consumer/producer links in fair trade coffee networks*, *Sociologia Ruralis*, 42 (4), 404-424;
- \_\_\_\_\_(2004) *The globalization of organic agro-food networks*, in *World Development*, (32) 5, 725-743;
- Renard, M.C. (2003) *Fair Trade: quality, market and conventions*, in *Journal of Rural Studies* 19, 87-96;
- Salais, R. & Storper, M. (1993) *Les mondes de production. Enquête sur l'identité économique de la France*. Paris, Édition de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales,
- Smith, E. & Marsden, T. (2003) *Exploring the limits to growth in UK organics: beyond the statistical image*, in *Journal of Rural Studies*, 1-13;
- Stiglitz (1987) *The cause and consequences of the dependence of quality on price*, *Journal of Economic Literature*, 25, 1-48;
- Valeschini & Nicolas (1995) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, INRA Economica
- Weil, M. (2001) *Le management de la qualité*, La Découverte, Repères.
- Williamson (1975) *Market and Hierarchies: Analysis & antitrust implications*, New York Free Press;
- \_\_\_\_\_(1985) *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: The Free Press-Macmillan.;