

Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”

**Análise da competitividade das exportações brasileiras de frutas
selecionadas no mercado internacional**

Aline Vitti

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestre em
Ciências. Área de concentração: Economia Aplicada

Piracicaba

2009

Aline Vitti
Engenheiro Agrônomo

**Análise da competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas no
mercado internacional**

Orientador:

Prof^a. Dra. **MIRIAM RUMENOS PIEDADE BACCHI**

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestre em
Ciências. Área de concentração: Economia Aplicada

Piracicaba

2009

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
DIVISÃO DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO - ESALQ/USP**

Vitti, Aline

Análise de competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas no mercado internacional / Aline Vitti. - - Piracicaba, 2009.
106 p. : il.

Dissertação (Mestrado) - - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, 2009.
Bibliografia.

1. Comércio exterior 2. Competição econômica 3. Exportação 4. Frutas 5. Vantagem comparativa I. Título

CDD 338.174
V852a

“Permitida a cópia total ou parcial deste documento, desde que citada a fonte – O autor”

Aos meus pais, Leonel e Isabel, por me proporcionarem condições para concretizar mais uma etapa da minha vida.

Os meus irmãos, Denis e Danilo, pelo auxílio nos momentos de estudo.

Aos meus familiares, que sempre me incentivaram a seguir em frente nos estudos.

DEDICO

AGRADECIMENTOS

A Deus, acima de tudo, por me dar força, paciência e sabedoria nos momentos mais difíceis.

À Professora Miriam Rumenos Piedade Bacchi, pela orientação, auxílio e idéias durante a realização deste trabalho.

À Dr^a. Margarete Boteon, amiga e companheira de longa data, que me incentivou no mestrado e na realização desse trabalho, pelas enormes ensinamentos e contribuição em meu aprendizado, sem o qual, hoje, este não existiria.

À Professora Sílvia Helena de Galvão Miranda, pela disposição, amizade e excelentes contribuições à minha dissertação.

A todos os colegas de CEPEA que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho, especialmente à equipe frutas 2007/08 da Hortifruti, pela imensa ajuda com informações e dados para a complementação das minhas análises. Agradecimento especial à minha amiga Ana Luisa de Melo, pela disposição e ajuda nos dois anos em que trabalhamos juntas.

Aos meus colegas de pós-graduação, pela amizade, pelo companheirismo e pelas muitas horas de alegria e de sofrimento que passamos juntos, em especial à Aline Zanão, Fabíola Cristina de Oliveira, Leonardo Zílio, Daniel Capitani, Carolina Yuri Nakamura, Tiago Mayoral Ercolin, Luiz Fernando Satolo, Leandro Lino, Jerônimo Santos, André Silvestrini.

Agradeço ao meu amigo Francisco Carlos Malosá Junior pelas palavras de incentivo e por compreender minhas ausências e momentos de irritação.

Aos funcionários do departamento, em especial a Maielle, pela amizade e eficiência no auxílio aos alunos, e ao Pedro, pela simpatia e pelo atendimento as nossas necessidades sempre que necessário.

A todos que, de forma direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

“A persistência é o caminho do êxito.”

Charles Chaplin

SUMÁRIO

RESUMO.....	9
ABSTRACT	10
LISTA DE FIGURAS	11
LISTA DE TABELAS	12
LISTA DE SIGLAS	14
1 INTRODUÇÃO	15
1.1 O problema e sua importância	17
1.2 Objetivo	19
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	20
2.1 A fruticultura mundial.....	20
2.2 A fruticultura nacional e sua distribuição espacial	23
2.3 Evolução das exportações brasileiras	27
2.4 Desempenho exportador da fruticultura brasileira.....	35
2.4.1 A banana brasileira no cenário internacional.....	36
2.4.2 A lima ácida brasileira no cenário internacional	38
2.4.3 A maçã brasileira no cenário internacional.....	39
2.4.4 O mamão brasileiro no cenário internacional	41
2.4.5 A manga brasileira no cenário internacional.....	43
2.4.6 O melão brasileiro no cenário internacional	44
2.4.7 A uva brasileira no cenário internacional.....	46
3 REFERENCIAL TEÓRICO	49

	7
3.1 Conceituação de competitividade.....	49
3.2 Competitividade no setor hortifrutícola	53
4 METODOLOGIA.....	57
4.1 Modelo Constant Market Share.....	57
4.1.1 Dados e implementação do modelo	64
4.1.2 Período da análise	67
4.2 Vantagem Comparativa Revelada.....	68
4.2.1 Período da análise	69
4.3 Potencialidade e oportunidades do setor frutícola brasileiro	69
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS	70
5.1 Constant Market Share.....	70
5.1.1 Banana	71
5.1.2 Lima/limão	72
5.1.3 Maçã.....	73
5.1.4 Mamão	73
5.1.5 Manga	74
5.1.6 Melão.....	74
5.1.7 Uva.....	75
5.1.8 Resultados gerais.....	75
5.2 Vantagem Comparativa Revelada.....	77
5.3 Potencialidade e oportunidades do setor frutícola brasileiro	79
5.3.1 Mercado da banana	79
5.3.2 Mercado da lima/limão	80
5.3.3 Mercado da maçã.....	81

	8
5.3.4 Mercado do mamão	82
5.3.5 Mercado da manga	83
5.3.6 Mercado do melão.....	85
5.3.7 Mercado da uva.....	86
6 CONCLUSÕES	89
REFERÊNCIAS.....	91
ANEXOS	94

RESUMO

Análise da competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas no mercado internacional

A participação do Brasil no mercado externo de frutas tem aumentado nos últimos anos e, apesar de o Brasil não apresentar participação relevante no mercado internacional, sabe-se que pode crescer ainda mais, visto o potencial do País. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é analisar a competitividade das exportações brasileiras de frutas no mercado internacional, possibilitando identificar os fatores que têm sido responsáveis pelos ganhos de competitividade das exportações brasileiras de frutas entre os anos de 1989 a 2006. Para a realização deste estudo foram selecionadas as sete principais frutas frescas exportadas pelo Brasil em 2007: banana, lima/limão, maçã, mamão, manga, melão e uva. A base teórica utilizada foi o conceito de competitividade e os modelos *Constant Market Share* - CMS e Vantagem Comparativa Revelada - VCR. Quanto aos efeitos que mais contribuíram para o desempenho das exportações de frutas brasileiras, o efeito competitividade foi o mais importante, principalmente no segundo período analisado (1997/98/99 a 2004/05/06). O mamão foi a única fruta para qual os efeitos crescimento de mercado e destino das exportações foram mais representativos do que a competitividade. Apesar de o modelo CMS distinguir os efeitos explicativos da evolução das exportações, esse modelo não permite a identificação dos fatores que explicam o efeito competitividade. Assim, algumas variáveis foram analisadas no estudo na tentativa de explicar os fatores que contribuíram para a competitividade. Dentre elas o câmbio, o preço e a qualidade foram as mais importantes. No geral, o dólar valorizado contribuiu para o aumento da competitividade das frutas. Quanto ao preço de exportação da fruta nacional mais atrativo no mercado externo, ele apresentou maior peso quando o produto enfrenta no mercado destino a concorrência com frutas de outras origens. No estudo, verificou-se que o preço atrativo da fruta brasileira foi importante para explicar o fator competitividade para banana, maçã e manga. Já no caso das frutas exportadas pelo País na entressafra dos principais concorrentes, o principal fator foi o ganho de qualidade da fruta brasileira e a diversificação das variedades exportadas. Esse foi o caso da uva e do melão, que ao longo dos anos 2000 conseguiu melhorar a qualidade da fruta e ofertar um portfólio maior de variedades. No caso do grupo lima/limão, que tem na lima ácida tahiti o seu maior representante, o esforço da cadeia em mostrar uma nova fruta, até então desconhecida pelo consumidor europeu, foi um dos principais fatores que explicam o fator competitividade.

Palavras-chave: Competitividade; Exportações; Frutas; *Constant Market Share*; Vantagem Comparativa Revelada

ABSTRACT

Analysis of Brazilian exports competitiveness of selected fruits in the international market

Brazil's participation in the international market of fruits has increased in recent years and, although Brazil does not present a relevant participation in the international market, it is known that can grow even more, seen the potential of the country. Thus, the objective of this study is to analyze the Brazilian exports competitiveness of fruit in the international market, possible to identify factors that have been responsible for gains in competitiveness in Brazilian exports of fruit between the years 1989 to 2006. For this study were selected the seven main fresh fruits exported by Brazil in 2007: banana, lime/lemon, apple, papaya, mango, melon and grapes. The theoretical basis used was the concept of competitiveness, and the models Constant Market Share - CMS and Revealed Comparative Advantage - VCA. The effect that most contributed to the Brazilian exports performance of fruit was the competitiveness, especially in the second period analyzed (1997/98/99 to 2004/05/06). The papaya was the only fruit for which the effect market growth and destination of the exportations had been more representative of the competitiveness. Although the CMS model distinguishes the effects explaining the evolution of exports, this model does not allow the identification of the factors that explain the competitiveness effect. Thus, some variables were analyzed in the study in an attempt to explain the factors that contributed to competitiveness. Among them the exchange rate, price and quality were most important. Overall, the valuated dollar contributed for the increase of the competitiveness of the fruits. As the price of domestic exports of fruit was more attractive in foreign markets, it showed better weight when the product faces competition in the market destination with fruit from other origins. In the study, we found that the attractive price of Brazilian fruit was important to explain the competitiveness factor for banana, apple and mango. In the case of the fruits exported for the Country in the period between harvests of the main competitors, the main factor of the Brazilian fruit was the gain in quality and the diversification of the exported varieties. This was the case of grapes and melons, which over the years 2000 has improved the quality of fruit and offered a bigger portfolio of varieties. In the case of the group lime/lemon, which has in the Tahiti acid lime the better representative, the chain's effort was to show a new fruit, until then unknown by European consumers, it was one of the main factors to explain the competitiveness factor.

Keywords: Competitiveness; Exports; Fruits; Constant Market Share; Revealed Comparative Advantage

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exportação de frutas brasileiras para os blocos econômicos em 2007, em toneladas	22
Figura 2 – Evolução da taxa de câmbio – R\$/US\$ - agosto de 1994 a janeiro de 2009	27
Figura 3 – Evolução das exportações de banana em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007	29
Figura 4 – Evolução das exportações de lima/limão em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007	30
Figura 5 – Evolução das exportações de maçã em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007	31
Figura 6 – Evolução das exportações de mamão em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007	32
Figura 7 – Evolução das exportações de manga em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007	33
Figura 8 – Evolução das exportações de melão em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007	34
Figura 9 – Evolução das exportações de uva em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Exportações brasileiras de frutas frescas, por destino, em toneladas e em US\$ mil, 2005/06/07.	16
Tabela 2 – Frutas mais produzidas no mundo (toneladas).	20
Tabela 3 – Produção mundial de frutas (toneladas).....	21
Tabela 4 – Principais países exportadores de frutas (em US\$ 1000).	21
Tabela 5 - <i>Ranking</i> dos maiores países produtores da banana.	36
Tabela 6 - <i>Ranking</i> dos principais países exportadores da banana em receita.	37
Tabela 7 – <i>Ranking</i> dos maiores países produtores da lima/limão.	38
Tabela 8 - <i>Ranking</i> dos principais países exportadores da lima/limão em receita.	39
Tabela 9 – <i>Ranking</i> dos maiores países produtores da maçã.	40
Tabela 10 - <i>Ranking</i> dos principais países exportadores da maçã em receita.	41
Tabela 11 – <i>Ranking</i> dos maiores países produtores do mamão	42
Tabela 12 - <i>Ranking</i> dos principais países exportadores do mamão em receita.	42
Tabela 13 – <i>Ranking</i> dos maiores países produtores da manga.	43
Tabela 14 - <i>Ranking</i> dos principais países exportadores da manga em receita.	44
Tabela 15 – <i>Ranking</i> dos maiores países produtores do melão.....	45
Tabela 16 - <i>Ranking</i> dos principais países exportadores do melão em receita.	46
Tabela 17 – <i>Ranking</i> dos maiores países produtores da uva.....	47
Tabela 18 - <i>Ranking</i> dos principais países exportadores da uva em receita.	48
Tabela 19 – Pauta das exportações brasileiras de frutas frescas de 2007.	67

Tabela 20 – Resultados do Constant Market Share, utilizando-se dados em quantidade exportada, para os efeitos crescimento de mercado, destino das exportações e competitividade.....	71
Tabela 21 - Elasticidades (taxa de câmbio, preço FOB de exportação da fruta brasileira e dos principais concorrentes) das exportações brasileiras.....	76
Tabela 22 – Resultado da Vantagem Comparativa Revelada por produto.	78

LISTA DE SIGLAS

APEX – Agência de Promoção de Exportações

APHIS - Animal and Plant Health Inspection Service

CEPEA – Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada

CMS – Constant Market Share

CODEVASF – Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba

DGPIF – Diretrizes Gerais para a Produção Integrada de Frutas

EUA – Estados Unidos da América

EUREP-GAP - European Retailers Produce Working Group - Good agricultural practices

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

NAFTA - North America Free Trade Agreement

OMC – Organização Mundial do Comércio

ONU – Organização das Nações Unidas

PIF – Produção Integrada de Frutas

PIM – Produção Integrada de Maçã

PRM – Posição Relativa no Mercado

PROFRUTA – Programa de Desenvolvimento da Fruticultura

SECEX – Secretaria de Comércio Exterior

UE – União Européia

USDA – United States Department of Agriculture

VCR – Vantagem Comparativa Revelada

WTO – World Trade Organization

1 INTRODUÇÃO

A produção mundial de frutas aumentou 26% nos últimos dez anos, levando em conta a média dos triênios de 1995/96/97 e 2005/06/07, segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação – FAO (2008). A China foi o principal responsável por esse aumento, duplicando sua produção nesse período, sendo responsável por 27% da produção mundial total no triênio de 2005/06/07.

Um dos principais motivos para esse crescimento, além da busca por alimentos saudáveis, ricos em vitaminas e sais minerais, foi o crescimento populacional, que na última década registrou um aumento de 15,5%, ultrapassando a casa dos 6,5 bilhões de habitantes. Interrelacionando os dados do crescimento da produção mundial de frutas e o crescimento populacional verifica-se que houve um aumento de 9% na produção de frutas *per capita*. Tal fato se deve a elevação na demanda ocasionada pelo crescimento populacional, bem como o crescimento da renda mundial.

O setor frutícola é um dos mais importantes segmentos do agronegócio brasileiro. Além de sua elevada rentabilidade e expressiva utilização de mão-de-obra, a fruticultura constitui-se em uma valiosa alternativa para o avanço das exportações brasileiras de produtos agrícolas. Trata-se, portanto, de um segmento estratégico dentro da perspectiva de desenvolvimento econômico e social do País (FIORAVANÇO, 2002).

A participação do Brasil no mercado externo de frutas tem aumentado a cada ano, tomando-se por base que o Brasil apresenta uma das maiores produções de frutas do mundo. Além disso, possui uma capacidade crescente de produção ao dispor de áreas capazes de produzir o ano inteiro, assegurando níveis de oferta quando o mercado externo se mostra desabastecido. No caso brasileiro, essas “janelas” aceleraram as exportações de frutas temperadas, podendo favorecer também as vendas de frutas tropicais. As janelas de produção dos países do Hemisfério Norte tornaram-se de extrema importância também para o Chile e a África do Sul, os quais se tornaram importantes fornecedores de frutas temperadas.

O Brasil também é favorecido por condições edafo-climáticas diversas que permitem o cultivo de um número variado de espécies, e detém a tecnologia necessária

para produzir frutas com a qualidade requerida pelo mercado internacional. Dessa forma, sabe-se que o País pode crescer ainda mais no cenário internacional frente à grande capacidade produtora do Brasil.

Em 2007, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior – SECEX, foram exportadas 918,8 mil toneladas de frutas frescas, o que correspondeu a um aumento de 14,12% em relação ao mesmo período do ano anterior (Tabela 1) (BRASIL, 2008). Com relação à receita obtida, esse aumento foi ainda maior, de 34,67%, alcançando o valor de US\$ 642,7 milhões.

Os países da Europa apresentam-se como os principais importadores das frutas brasileiras, sendo responsáveis pela aquisição de 85,6% das exportações brasileiras em 2007, enquanto que os países da América do Norte absorveram apenas 9% das frutas nacionais.

Tabela 1 – Exportações brasileiras de frutas frescas, por destino, em toneladas e em US\$ mil, 2005/06/07

Item	Exportações em US\$ 1000 FOB			Exportações em toneladas		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Total	440.111	477.289	642.743	827.637	805.098	918.796
União Européia	376.726	392.375	546.058	603.083	623.388	722.861
Nafta	38.959	60.568	58.749	47.857	55.493	55.767
Mercosul	16.011	12.234	15.883	157.580	108.506	109.988
Outros	8.415	12.112	22.053	19.117	17.711	30.180

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

O aumento no consumo de frutas pelos países desenvolvidos deve-se a alguns fatores, como o aumento da renda da população; maior consciência da importância dos produtos naturais para a saúde; programas de incentivo ao consumo de frutas várias vezes ao dia e não só como sobremesa; diminuição do consumo de produtos com alto teor de gordura e enlatados como fator de diminuição de doenças cardiovasculares e de câncer (TOMICH, 1999).

Além disso, o aumento nas exportações foi resultado da abertura de novos mercados consumidores, como, por exemplo, o norte-americano e o asiático para algumas frutas, da maior rapidez nos meios de distribuição, utilizando-se cada vez mais o transporte aéreo, permitindo a entrega de um produto de qualidade e sem danos.

1.1 O problema e sua importância

Apesar da clara vantagem comparativa na dotação de recursos naturais para a produção de frutas, o Brasil não tem apresentado uma participação relevante no mercado internacional desses produtos. Entretanto, a partir do início da década de 1980, e de forma mais intensa a partir do século 21, algumas frutas, como manga, melão, mamão e uva, apresentaram taxas bastante elevadas de crescimento das exportações, sugerindo que o País pode ter, de fato, um componente significativo de competitividade no setor que poderia justificar tal crescimento (TOMICH, 1999).

Segundo diversos autores (NACHREINER et al., 2003; PASSONI et al., 2006), muitos fatores refletem na participação do Brasil na exportação de frutas, como:

a) Imposição de barreiras fitossanitárias por outros países, principalmente pelos EUA;

b) Elevadas tarifas e impostos em cascata cobrados sobre toda a cadeia de frutas, e altas taxas de juros para determinadas operações necessárias ao longo da cadeia. Enquanto a atuação da Organização Mundial do Comércio - OMC não produzir os efeitos desejados em termos de paridade tributária a produtos agrícolas, o governo brasileiro tem que adotar políticas nesta área de modo a não reduzir a competitividade das frutas e derivados no mercado internacional;

c) Ausência de política de defesa fitossanitária de âmbito nacional;

d) Qualidade inadequada às exigências dos compradores, além de expressivo mercado doméstico de algumas frutas, que contribui para certa negligência do setor produtivo, repercutindo em não adequação das frutas produzidas no que diz respeito às variedades exigidas no mercado externo;

e) Falta de um programa de *marketing* agressivo sobre as frutas tropicais, já que estas são desconhecidas por grande parte da população de outros países;

f) Precária infraestrutura de estradas, portos e aeroportos, influenciando negativamente no escoamento da produção;

g) Irregularidade de oferta do produto para os consumidores internacionais, acarretando em problemas de permanência no mercado e dificultando contratos que assegurem a manutenção das cotas de comercialização.

Apesar dos entraves acima listados, é inequívoco o potencial da fruticultura tropical nacional, com destaque para a região Nordeste para dinamizar as exportações, sendo o setor um dos mais qualificados para produzir, concomitantemente, efeitos virtuosos de geração de empregos e de divisas. Além disso, o Brasil se encontra em posição privilegiada do ponto de vista de localização geográfica em relação a outros países, com a quase totalidade de seu território em área de domínio tropical e o amplo litoral.

As projeções são otimistas. Em 2001, o montante gerado com a exportação de frutas foi de US\$ 221 milhões, segundo a SECEX (BRASIL, 2008). O governo acredita que a exportação de frutas brasileiras pode chegar a US\$ 1 bilhão em 2010. Isso significa um aumento da receita de US\$ 80 milhões ao ano. Sem dúvida, há potencial para atingir tal meta. O Brasil é um grande produtor mundial de frutas e pode exportar algumas frutas praticamente o ano todo.

Os benefícios de uma ampliação das exportações para a cadeia produtiva de frutas são elevados já que a venda externa representa uma das principais alternativas para aumentar a rentabilidade do setor e escoar o aumento de oferta esperada para os próximos anos. Além disso, pode remunerar os elevados investimentos realizados a partir dos anos 2000.

Apesar das expectativas, a projeção internacional para os próximos anos de uma menor taxa de crescimento das importações de frutas pela Europa e Estados Unidos e janelas cada vez mais fixas ao Brasil acabam limitando a expansão das exportações, além dos tradicionais entraves, já muito citados pelos exportadores, como barreiras tarifárias, não tarifárias e o “custo Brasil”.

Tendo em vista a importância da produção de frutas e a contradição entre o potencial brasileiro para a produção de frutas e a pequena participação do País nesse mercado externo, este trabalho tem como perspectiva analisar a evolução das exportações brasileiras de frutas no período de 1989 a 2006, assim como avaliar a competitividade da fruticultura brasileira frente à mundial.

1.2 Objetivo

O presente estudo tem como objetivo geral analisar a competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas, permitindo inferir alguns fatores que contribuíram para o aumento nas exportações brasileiras de frutas entre os anos de 1989 a 2006.

Os produtos abordados na pesquisa foram banana, lima/limão, maçã, mamão, manga, melão e uva, já que esses sete produtos foram os primeiros na pauta de exportação de frutas em 2007, segundo dados da SECEX, sendo responsáveis por 89,7% da receita total de exportação de frutas brasileiras nesse ano.

Dessa forma, foram calculados os indicadores de *Constant Market Share* - CMS e o indicador de Vantagem Comparativa Revelada - VCR, para cada um das frutas estudadas, visando analisar os efeitos que mais contribuíram para o desempenho das exportações brasileiras.

Para atingir os objetivos, o trabalho foi dividido em mais cinco capítulos. O Capítulo dois faz uma análise exploratória da fruticultura mundial e brasileira, assim como uma breve discussão da competitividade dessas sete frutas no mercado internacional. No capítulo 3 são discutidos os conceitos de competitividade e no quatro são descritos os dois modelos utilizados no estudo, o CMS e a VCR. No capítulo cinco desenvolvem-se a descrição e a análise dos resultados. E, finalmente no item seis, são apresentadas as conclusões.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 A fruticultura mundial

Em 2007, a produção mundial de frutas foi em torno de 619 milhões de toneladas, segundo dados da FAO (2008). A fruta mais produzida foi a banana, com 115,70 milhões de toneladas, seguida pela melancia, com um total de 93,17 milhões de toneladas e pela uva, com 66,27 milhões de toneladas. Maçã, laranja, manga, tangerina e melão ocuparam a quarta, quinta, sexta, sétima e oitava posição, respectivamente, como mostra a Tabela 2.

Tabela 2 – Frutas mais produzidas no mundo (toneladas)

	2003	2004	2005	2006	2007
Banana	99.475.411	101.658.448	103.504.639	113.815.639	115.708.153
Melancia	87.266.136	87.913.900	90.254.329	92.807.276	93.173.368
Uva	63.682.014	67.562.001	67.237.092	66.738.828	66.271.676
Maçã	58.377.086	62.775.656	62.123.069	63.875.324	64.255.520
Laranja	59.491.721	64.777.537	62.875.967	63.618.151	63.906.064
Manga	27.448.738	28.817.528	29.890.517	32.361.639	33.445.279
Tangerina	22.000.976	23.384.585	23.729.596	26.221.230	26.513.986
Melão	24.186.317	24.724.581	25.793.448	25.541.884	26.101.159

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Os maiores produtores de frutas do mundo em 2007 foram China, em primeiro lugar, com 94,42 milhões de toneladas, a Índia em segundo lugar, com 51,14 milhões de toneladas e em terceiro o Brasil, com 36,82 milhões de toneladas, seguido pelos Estados Unidos, Itália, Espanha e México, respectivamente (Tabela 3). Desde 2000 esses países lideram as primeiras posições, sendo responsáveis por mais de 50% da produção mundial de frutas em 2007.

Entre 2003 a 2007 o Brasil apresentou um crescimento de 3,87% na produção total de frutas, enquanto que no mundo esse crescimento foi de 1,92%, pouco menos da metade do crescimento brasileiro.

Tabela 3 – Produção mundial de frutas (toneladas)

	2003	2004	2005	2006	2007
China	78.151.515	84.841.364	88.512.463	90.100.438	94.417.600
Índia	41.017.100	41.239.900	42.462.400	48.045.000	51.141.800
Brasil	35.448.027	36.884.000	36.606.499	37.725.469	36.818.354
EUA	28.821.857	30.148.083	27.019.056	25.445.201	24.962.060
Itália	15.189.595	18.001.408	18.133.987	17.841.249	17.891.248
Espanha	17.961.824	16.938.223	15.547.722	16.120.000	15.293.100
México	14.496.410	15.294.686	15.243.299	14.978.706	15.041.296
Turquia	11.494.870	10.763.700	12.635.725	12.034.846	12.390.029
Irã	12.854.611	12.610.197	13.603.737	12.102.300	12.102.300
Indonésia	13.146.780	14.647.491	15.305.826	11.535.707	11.615.000

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Quanto a área mundial de frutas colhidas, estima-se que haja 47,14 milhões de hectares em 2007 (FAO, 2008). O Brasil foi responsável por 3,8% do total da área colhida nesse ano, enquanto que a China, maior produtor mundial, foi responsável por 20,3% da área total. Em 2003, a área estimada era de 50,33 milhões de hectares, o que representa uma queda de 6,3% na área total colhida em 2007.

Os maiores exportadores de frutas em receita em 2007 foram a Espanha, Estados Unidos e a Itália. Nesse *ranking* não foram considerados os países reexportadores, como a Bélgica e a Holanda.

Tabela 4 – Principais países exportadores de frutas (em US\$ 1000)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Espanha	2.877.211	2.783.027	3.420.178	4.538.310	4.801.306	4.712.304
Estados Unidos	2.502.116	2.566.618	2.598.941	2.805.965	2.953.315	3.345.326
Itália	1.629.263	1.743.413	1.775.635	2.153.683	2.039.624	2.290.508
Chile	1.070.412	1.123.485	1.508.963	1.466.183	1.486.942	1.562.078
França	1.059.922	1.120.609	1.320.907	1.481.452	1.465.346	1.430.512
México	655.029	691.609	692.036	902.357	1.025.857	1.307.739
África do Sul	532.682	487.793	522.614	815.902	1.098.117	1.138.452
Equador	835.135	866.670	1.000.871	1.140.952	1.070.277	1.135.841
Costa Rica	749.188	719.908	744.873	839.303	898.512	909.525
Noza Zelândia	495.631	411.003	508.148	570.913	909.247	806.629
Turquia	251.527	339.592	337.380	471.237	576.511	690.606
Argentina	415.757	505.748	389.345	472.544	534.992	686.040
Alemanha	198.249	246.100	299.817	371.594	519.529	670.913
China	239.837	226.076	319.915	437.680	548.721	663.002
Filipinas	359.840	365.797	375.130	420.550	408.879	591.141
Colômbia	493.706	424.180	454.301	440.916	455.100	543.308
Brasil	169.852	214.463	240.980	337.517	369.523	439.939
Grécia	323.292	415.699	338.207	337.088	349.087	427.944

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

A colocação brasileira entre os maiores exportadores de frutas ainda é baixa visto o montante de frutas que é produzida no País. Como já foi visto anteriormente, o Brasil é 3º maior País produtor de frutas do mundo, só perdendo para a China e a Índia, que são os países mais populosos do mundo, e consomem grande parte da fruta que produzem. Entretanto, o Brasil ocupa a 17º posição no *ranking* dos maiores exportadores, em receita.

Segundo Barreto Filho (2000), o Brasil é um dos maiores produtores e exportadores agrícolas do mundo. Em alguns setores como o café, soja e suco de laranja, o País tem sido um participante de grande sucesso no mercado internacional, mas exporta relativamente pouco de suas frutas.

Além das oportunidades de mercado já existentes para a exportação das frutas brasileiras, como, por exemplo, a União Européia, que só em 2007 importou mais de 85% do total das frutas exportadas pelo Brasil, devido a essa grande quantidade de frutas produzidas no País, esse ainda necessita buscar negócios entre novos potenciais mercados para o setor.

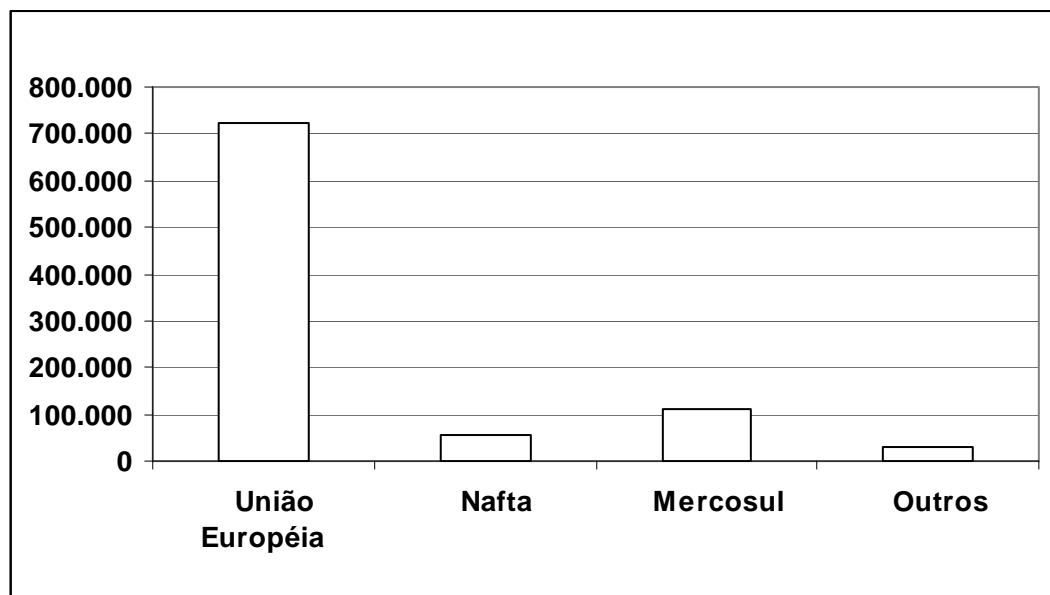


Figura 1 – Exportação de frutas brasileiras para os blocos econômicos em 2007, em toneladas

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

Alguns dos mercados potenciais que poderiam ser mais explorados pelo Brasil para as exportações são o Canadá, os Estados Unidos, os Emirados Árabes e a Rússia.

O Canadá é um dos maiores importadores de frutas, visto que não é um grande produtor. Esse país produziu somente 564 mil toneladas de frutas em 2007 e possui uma população de 33.430.807 habitantes, segundo o Statistics Canada (2008). Dessa forma, esse país se destaca como um potencial comprador das frutas brasileiras.

Os Estados Unidos é o maior importador de frutas do mundo, tendo consumido em 2005 cerca de 7 milhões de toneladas de frutas. Nesse período, o Brasil exportou para esse mercado o equivalente a 38 mil toneladas de frutas, faturando US\$ 33 milhões. Para que se eleve o volume de produtos brasileiros importados para os norte-americanos, o País precisa resolver questões referentes às barreiras fitossanitárias, que restringem a entrada de algumas frutas no mercado norte-americano.

Com relação aos Emirados Árabes Unidos, além da exportação da tangerina, o Brasil poderia ofertar manga, uva e laranja, que são as frutas mais demandadas por eles. Os exportadores de frutas frescas contam com a vantagem de o produto ser isento de direitos aduaneiros, bastando o Certificado Fitossanitário emitido pelo Ministério da Agricultura.

Outro mercado interessante de grande potencial é o da Rússia, com grande espaço a ser explorado. As suas importações no período de 2000/04 cresceram a taxas médias anuais de 25,6%, sendo as principais frutas importadas banana, maçã, laranja, tangerina, uva e limão. Em 2004 o Ministério da Agricultura foi informado que para exportar frutas frescas para a Rússia basta o tradicional Certificado Sanitário já emitido pelo órgão. A Rússia deverá ser futuramente um grande importador de frutas, dado o grande interesse pelo consumo de frutas nos últimos anos e também pelo ritmo das importações.

2.2 A fruticultura nacional e sua distribuição espacial

No Brasil, a fruticultura é realizada em praticamente todos os estados brasileiros, mas sua distribuição e a predominância das espécies em cada região geográfica são distintas. As diferenças, no que se refere às espécies e variedades de frutas cultivadas,

devem-se fundamentalmente às distintas condições climáticas existentes, mas também a aspectos como tradição no cultivo de frutas, proximidade dos principais centros consumidores, infraestruturas disponíveis (malha rodoviária e ferroviária, portos, centrais de comercialização, etc.) e perspectivas de comercialização da produção (mercado interno, exportação ou industrialização) (FIORAVANÇO, 2002).

De uma forma geral, pode-se identificar no País três grandes e distintas regiões produtoras de frutas:

- Região Sul do País, na qual, dentre as frutas pesquisadas neste estudo, são cultivadas principalmente a maçã, a uva, a banana, a laranja e a tangerina. A maçã é um dos cultivos que mais se destacam na região, visto que transformou o Brasil de um grande importador de maçã em um exportador que vem conquistando seu espaço no panorama mundial. O cultivo é realizado principalmente nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul e é realizada tanto por pequenos fruticultores, com uns poucos hectares cultivados, como por grandes empresas nacionais ou multinacionais, com extensas plantações. Grande parte da produção destina-se ao abastecimento do mercado nacional, contudo, o volume focado às exportações vem crescendo nos últimos anos, principalmente ao mercado europeu. As demais frutas plantadas nessa região são cultivadas quase que exclusivamente em pequenas áreas e destinam-se essencialmente ao mercado doméstico de fruta fresca ou à industrialização (principalmente a uva no Rio Grande do Sul e a laranja no Paraná).
- Região Sudeste, representada principalmente pelo estado de São Paulo, é produzidos principalmente a laranja, banana, a lima ácida, a manga, a uva de mesa (comum e finas) e o mamão. A citricultura é, indiscutivelmente, a atividade frutícola mais importante dessa região, visando principalmente a industrialização do suco concentrado de laranja. No caso da lima ácida tahiti, ela ocupa uma parcela pequena na produção citrícola do estado de São Paulo, sendo cultivada principalmente por pequenos produtores. As demais frutas produzidas nessa região normalmente são cultivadas em pequenas áreas e se destina tanto ao mercado doméstico como à exportação.

- Região Nordeste, que se destaca por ser a principal região exportadora de frutas frescas do Brasil, refere-se principalmente aos estados da Bahia, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará. Os cultivos que se destacam na região são: manga, melão, mamão, banana e uva de mesa, destinados principalmente à exportação. No entanto, outras frutas menos importantes no contexto internacional, como a lima ácida tahiti também são cultivadas. No Vale do São Francisco, região que engloba os estados de Pernambuco e Bahia, por exemplo, foi desenvolvido um importante núcleo frutícola onde são cultivados diversos tipos de frutas e hortaliças, cujas principais estratégias empregadas para a obtenção de bons resultados baseiam-se no emprego de irrigação e na adoção de tecnologia de ponta.

Considerando a produção das frutas por estado, segundo dados de 2006 do levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, a banana foi produzida principalmente nos estados da Bahia (17%) e de São Paulo (16,9%), seguidos por Santa Catarina (8,6%), Minas Gerais e Pará, ambos com 8% (IBGE, 2008). A banana é um produto de consumo bastante difundido pelo País, o que certamente contribui para o fato de o Brasil não apresentar grandes participações no mercado internacional desta fruta, já que a produção é dirigida ao consumo doméstico (TOMICH, 1999).

Em se tratando da lima/limão, a produção está extremamente concentrada em São Paulo, sendo registrados 80% da produção nacional nesse estado em 2006, seguidos por Bahia (4%), Minas Gerais (3,5%) e Rio de Janeiro (3,3%). Os demais estados apresentavam, individualmente, produções menores que 2% a nacional. A produção da lima ácida, da qual grande parte era destinada ao mercado doméstico, começou a se destacar também nas exportações. Inicialmente, as exportações cresceram devido ao maior consumo de caipirinha e uso da fruta para adornar pratos e bebidas. Recentemente, a utilização da lima ácida em substituição ao limão verdadeiro – de cor amarela, mais consumido entre os europeus – vem aumentando por conta da maior divulgação da lima no exterior.

A produção de maçã concentra-se nos estados de Santa Catarina (57,5%) e Rio Grande do Sul (38%), representando juntas 95,5% da produção nacional. A concentração da produção nessas regiões se deve pelo fato da maçã ser uma fruta tipicamente de clima temperado, encontrando melhores condições ao seu desenvolvimento nos estados da região Sul. Paraná apresenta pequena produção (4%), enquanto São Paulo, Minas Gerais e Bahia, detentores do restante da produção, possuíam produções que somadas representavam 0,4% do total nacional.

Assim como a maçã, a produção de mamão é altamente concentrada em dois estados: Bahia (48,2%) e Espírito Santo (39,7%), que juntos representaram cerca de 88% da produção nacional. Os estados do Ceará e Rio Grande do Norte participaram da produção nacional com uma parcela bem menor (3,3% e 2,1%, respectivamente). Este produto está cada vez mais popular não só no mercado doméstico, mas também no externo, apresentando grande potencial de exportação da fruta *in natura* nos últimos anos.

Em 2006, o principal estado produtor de manga foi a Bahia (51,4%) que somado a Pernambuco (14%), estados que englobam o Vale do São Francisco, corresponderam por 65% da produção nacional. O estado de São Paulo, que já ocupou a primeira posição na produção de manga em anos anteriores, em 2006 foi responsável por apenas 13% da produção de manga, seguido por Minas Gerais (6%) e Ceará (3,6%). Além da comercialização da fruta fresca, há também o processamento da manga para a fabricação da polpa (utilizada na fabricação de sucos, sorvetes, néctares e outros produtos), principalmente no estado de São Paulo, onde parte da produção já é destinada a indústria. Ao contrário, no Vale do São Francisco, uma menor proporção da fruta é processada, já que além da comercialização interna, grande parte é exportada aos mercados europeus e norte-americanos.

A produção de melão concentra-se tipicamente na região Nordeste, especificamente no Rio Grande do Norte (49%) e Ceará (33%), Pernambuco (4%) e Bahia (9,6%). Nesses estados é comum a utilização da irrigação, que associado à existência de condições climáticas bastante favoráveis à cultura, tem levado a aumentos expressivos da produção e das exportações nacionais (TOMICH, 1999).

No caso da uva, o principal estado produtor é o do Rio Grande do Sul, responsável por 49,6% da produção total brasileira, seguido pelo Vale do São Francisco, que engloba os estados de Pernambuco e Bahia, com 21,7%, São Paulo (15,5%) e Paraná (7,6%). Vale ressaltar que o destino das produções do Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná, Pernambuco e Bahia são distintos. O primeiro estado canaliza grande parte da produção ao processamento, principalmente na produção de vinho, enquanto os demais destinam a maior parte da produção à comercialização de uva de mesa, consumida *in natura*. Em especial, no Vale do São Francisco (Pernambuco e Bahia), a produção é voltada ao mercado externo.

2.3 Evolução das exportações brasileiras

As exportações brasileiras de frutas iniciaram de forma significativa apenas a partir da década de oitenta, sendo registrados poucos volumes exportados antes desse período. Contudo, volumes significativos de exportação só foram observados a partir do início dos anos 2000, dado principalmente à valorização do dólar (Figura 2), políticas governamentais e privadas de incentivo a produção, expansão de áreas produtoras, certificação da fruta, melhora da qualidade e dos meios de distribuição, entre outros fatores.

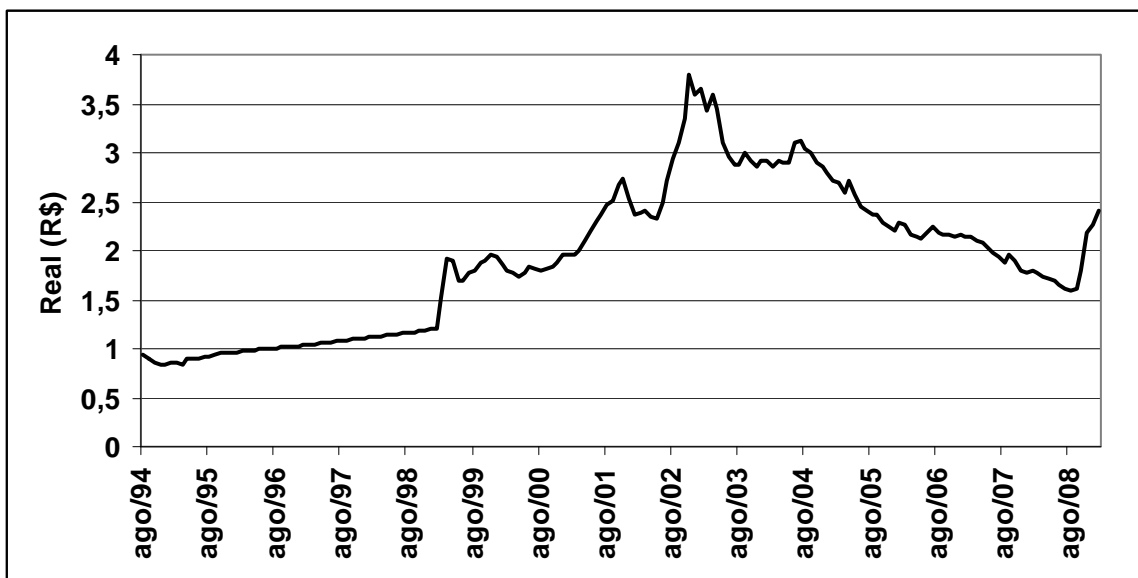


Figura 2 – Evolução da taxa de câmbio – R\$/US\$ - agosto de 1994 a janeiro de 2009

Fonte: Elaborado a partir de CEPEA (2008)

Os fatores já citados, aliados à busca por potenciais mercados compradores, foram os grandes responsáveis pela ampliação das exportações brasileiras de frutas. Além disso, nesse período de expansões, a qualidade das frutas exportadas passou a ser um quesito fundamental para o sucesso das exportações. A capacidade de gerar produtos de qualidade e saudáveis, conforme os requisitos de sustentabilidade ambiental, segurança alimentar e viabilidade econômica, mediante a utilização de tecnologias não-agressivas ao meio ambiente e à saúde humana foi um dos pontos importantes para atrair novos mercados consumidores.

O mercado internacional diante das novas tendências do consumidor, este exigente de alimentos seguros e livres de qualquer tipo de agravante à saúde humana, adotou programas específicos, assegurando o controle e a rastreabilidade de toda a cadeia produtiva de frutas frescas.

O reflexo das exigências internacionais é a adoção de selos de certificação que comprovam a qualidade e a sanidade do bem importado, como no caso de frutas frescas destinadas principalmente à União Européia. Existem inúmeros selos de certificação exigidos para a entrada de produtos, principalmente *in natura* pelo mercado internacional, destacando-se entre os maiores importadores de frutas frescas brasileiras o EUREPGAP, pela União Européia e, o APHIS, pelos Estados Unidos.

O aperfeiçoamento do setor frutícola, associado aos investimentos em tecnologia e infraestrutura foram fatores determinantes ao progresso do setor no cenário internacional. Dessa forma, nas últimas duas décadas, o Brasil apresentou taxas elevadas de crescimento, tanto no volume exportado quanto na receita gerada (Figuras 3 a 9).

Em se tratando das exportações da banana, é a única fruta, entre as sete selecionadas no estudo, que já apresentava dados de exportação pouco mais significativos desde a década de 80. Analisando a última década, verifica-se que entre os anos de 1997 a 2006, a taxa de crescimento anual das exportações foi ao redor de 18% para a receita e 19% para o volume, e o maior crescimento nos embarques ocorreu principalmente após o início dos anos 2000 (Figura 2).

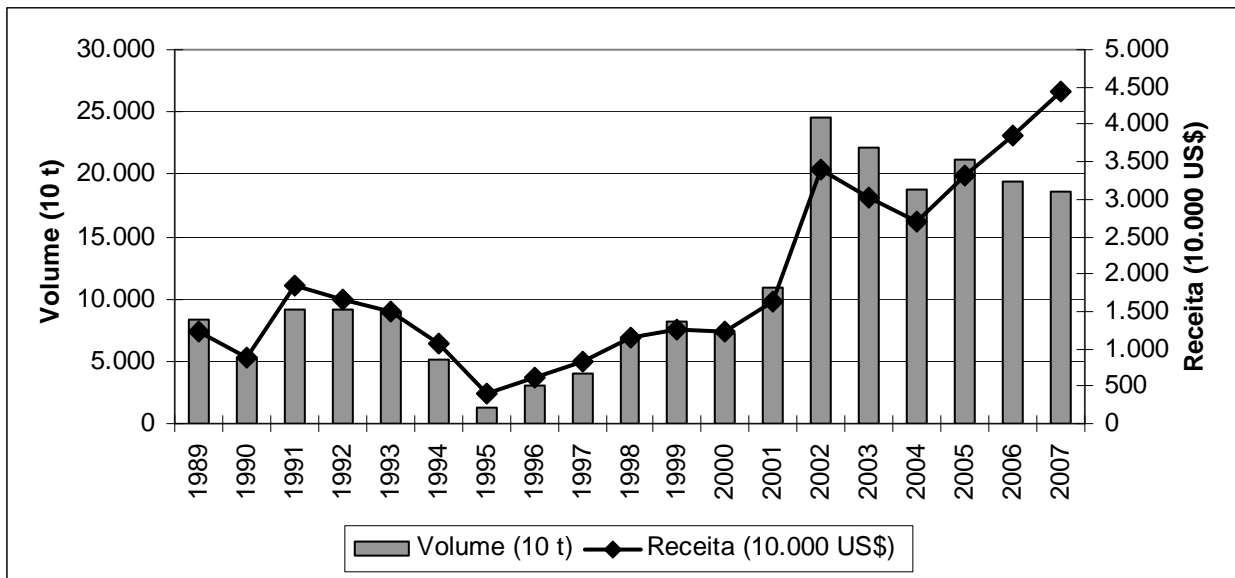


Figura 3 – Evolução das exportações de banana em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

No caso das exportações da lima/limão, essa foi pouco representativa entre as décadas de 80 e 90, passando a ganhar destaque apenas no início dos anos 2000, com as exportações principalmente para a Europa. Dessa forma, verifica-se uma taxa de crescimento anual elevada, na ordem de 49% para a receita e 48% para o volume, entre os anos de 1997 a 2006, ou seja, um crescimento proporcional entre os dois valores. Considerando a análise de todo o período, de 1989 a 2007, a taxa de crescimento anual foi ao redor de 23% para a receita e 18% para o volume.

Além disso, é possível observar que mesmo com a desvalorização da moeda norte-americana entre os anos de 2005 a 2007, o volume e a receita gerada com as exportações da lima/limão continuaram crescendo, frente as fortes campanhas de divulgação do produto, a conquistas do mercado importador e o aumento no consumo mundial da fruta.

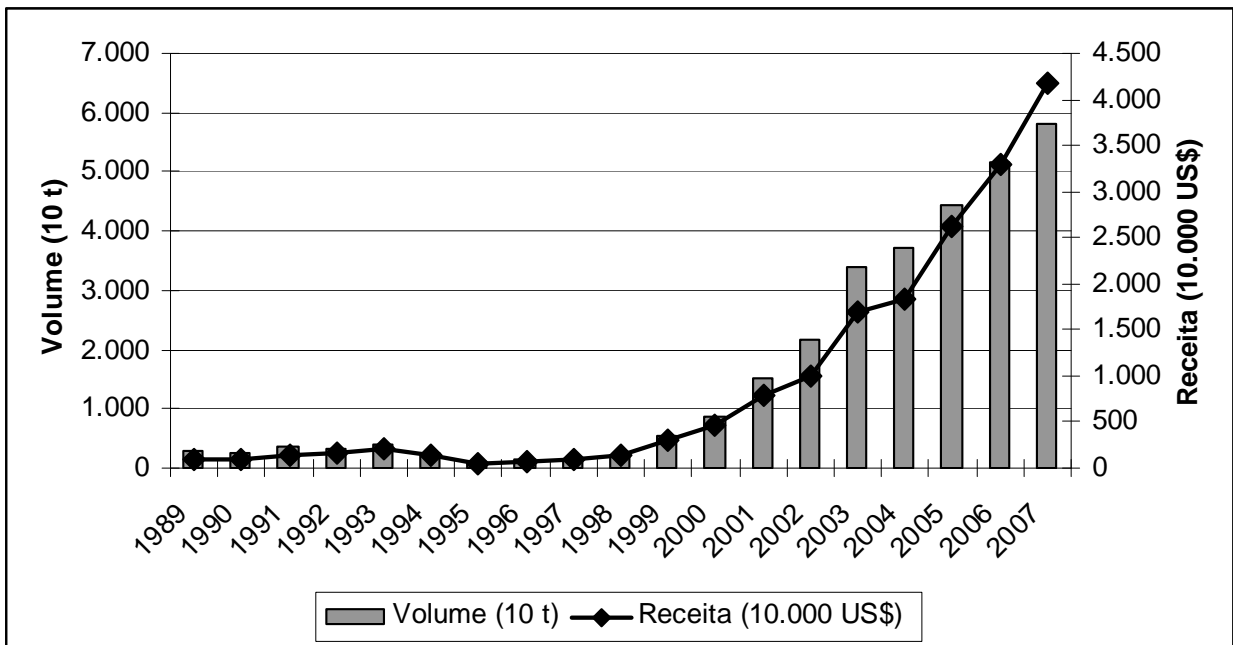


Figura 4 – Evolução das exportações de lima/limão em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

Assim como para a lima/limão, as exportações de maçã passaram a se elevar somente a partir dos anos 2000, contudo, ainda apresentando grandes oscilações nos embarques, diferentemente da lima, que apresenta um cenário ascendente em todo o período analisado. Considerando os anos de 1997 a 2006, a taxa de crescimento anual das exportações de maçã foi ao redor de 12%, tanto para a receita quanto em volume. Analisando-se o período todo, de 1989 a 2007, as taxas foram de 26% para a receita e de 22% para o volume embarcado.

No caso da maçã, o desempenho dos envios da fruta depende diretamente da produção dos países concorrentes, como Chile e Argentina, e também dos estoques dos produtores do Hemisfério Norte, principalmente União Européia e Estados Unidos.

Além disso, adversidades climáticas nas regiões produtoras do Brasil, como a ocorrência de chuvas de granizo ou o frio prolongado no período de floração, afetam a qualidade e a produtividade da safra, comprometendo as exportações brasileiras em alguns anos, ocasionando períodos de baixa e de alta nas exportações. Tal fato pode

ser verificado entre os anos de 2005 e 2006, quando houve uma quebra de aproximadamente 30% da safra devido aos problemas climáticos.

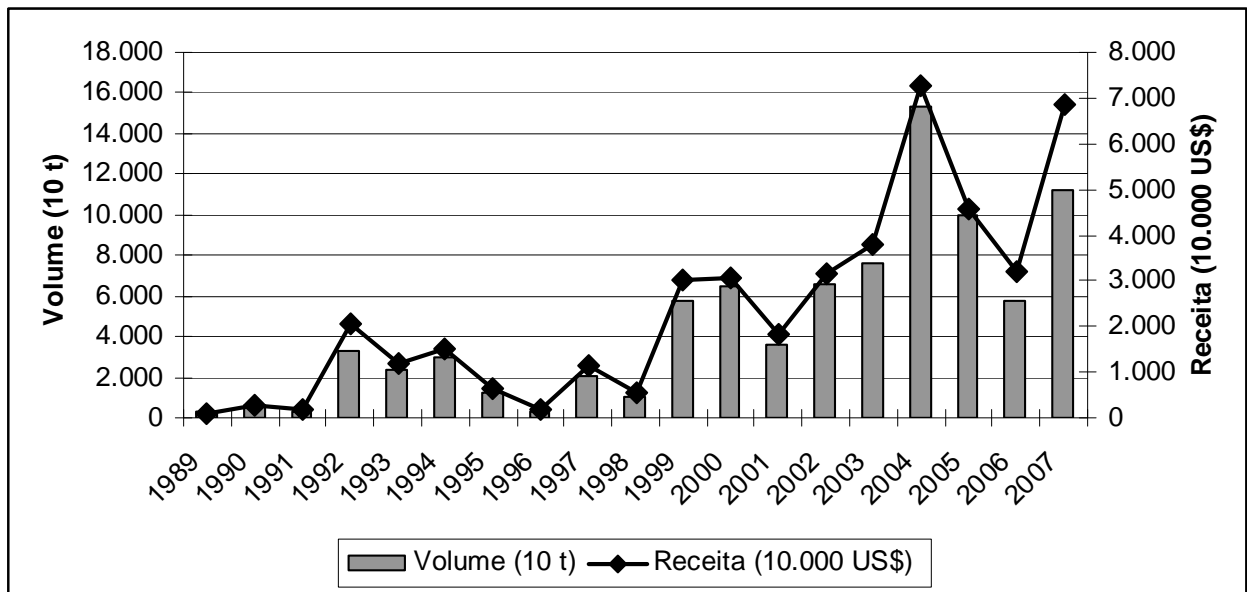


Figura 5 – Evolução das exportações de maçã em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

A expansão nos embarques também é verificada para o mamão. Entre os anos de 1997 a 2006, esse apresentou uma taxa de crescimento anual das exportações em torno de 17% tanto para a receita como também para o volume. Assim como para as demais frutas já citadas, o principal aumento nos embarques se deu a partir dos anos 2000, seguindo em alta até o final do período (2007). Mesmo com a desvalorização do dólar a partir de 2005, as exportações do mamão continuaram devido as fortes campanhas de divulgação da marca “Brasil” nos mercados importadores.

Através da Figura 6 pode ser verificada também a melhora na receita obtida com a fruta nos últimos dois anos (2006 e 2007), em virtude, principalmente, da mudança na modalidade de transporte, saindo do marítimo e indo para o aéreo. Tal processo possibilitou agregar valor ao produto, além de reduzir as perdas durante o seu transporte até o consumidor final.

O grande desafio do setor, na finalidade de manter as exportações em alta, está em manter a padronização da qualidade e da produção ao longo do ano, visto que o mamão é uma fruta muito sensível a adversidades climáticas, o que pode comprometer as exportações brasileiras. O custo do mamão brasileiro destinado ao mercado exportador aumentou significativamente a partir de 2005 devido aos problemas fitossanitários e logísticos.

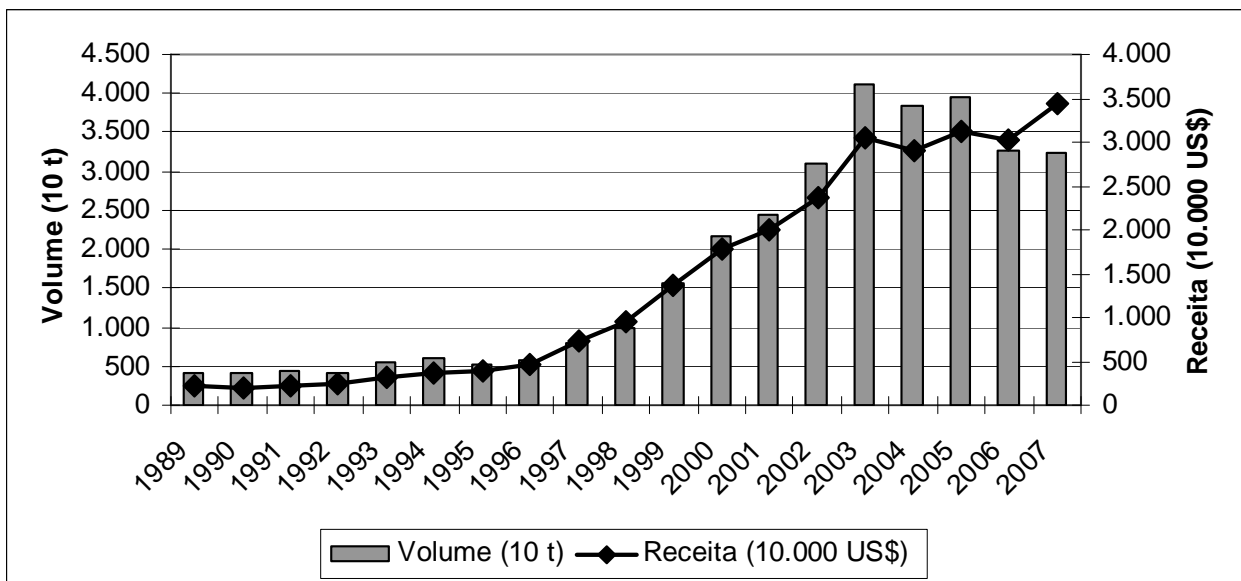


Figura 6 – Evolução das exportações de mamão em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

Para a manga, o cenário da evolução das exportações também se torna mais significativo a partir dos anos 2000. Entre os anos de 1997 a 2006, a taxa anual de crescimento das exportações foi de 17% para receita e 19% para o volume.

Os bons resultados das exportações se devem, principalmente, ao fato do Brasil possuir a vantagem de produzir na entressafra dos principais países produtores. Contudo, o grande aumento no volume produzido de manga visando às exportações, e a concentração da oferta num único período, resultaram na queda da receita obtida com as exportações entre os anos de 2000 a 2004, devido a retração nos preços no mercado internacional. Tal fato levou produtores a reduzirem suas produções, visando

controlar a oferta no mercado e elevar os preços, como pode ser verificado entre os anos de 2005 e 2007.

Fatores que limitaram os embarques entre 2005 e 2007 foram o aumento das exportações dos principais produtores de manga mundiais e as janelas de mercado brasileira que se tornam cada vez mais restritas.

Além disso, assim como para o mamão, o grande desafio do setor está em manter a qualidade da fruta e o escalonamento da produção ao longo do ano, visando evitar perdas de oportunidades no mercado externo.

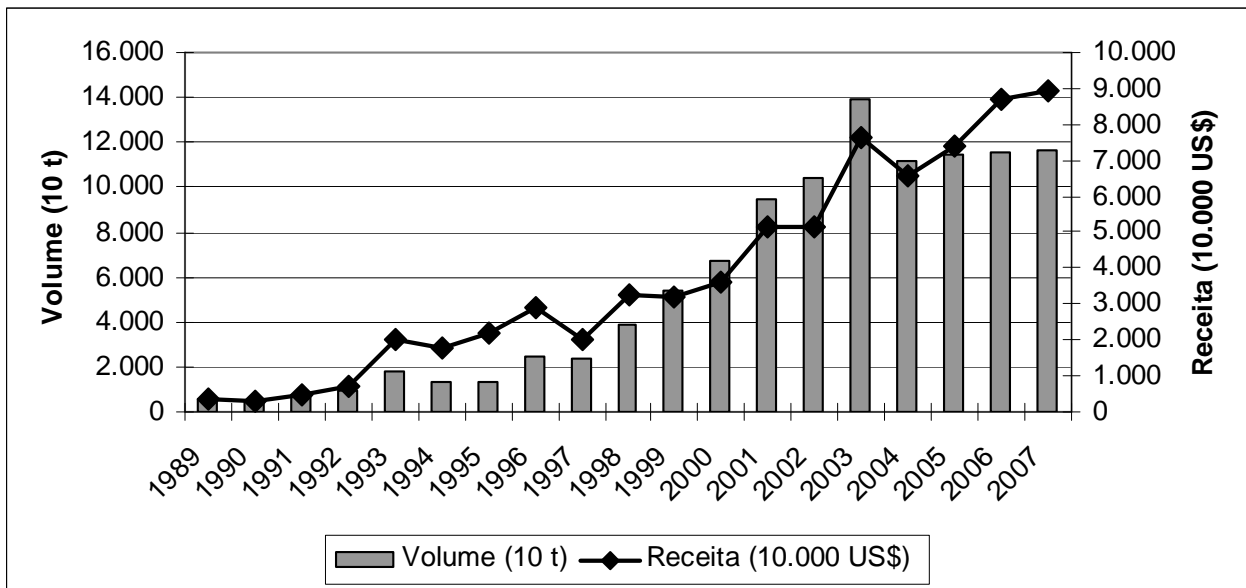


Figura 7 – Evolução das exportações de manga em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

No caso do melão, as exportações são favorecidas por aberturas no mercado internacional. A vantagem brasileira é que sua safra coincide com a entressafra espanhola, sendo o Brasil o principal abastecedor do mercado europeu no período.

O melão já apresentava um volume pouco mais significativo para as exportações a partir da década de 90. Contudo, foi somente a partir dos anos 2000, com a melhora nas cotações da fruta no cenário internacional, que o volume embarcado se expandiu.

Entre os anos de 1997 a 2006, a taxa anual de crescimento das exportações foi de 17% para receita e 16% para o volume.

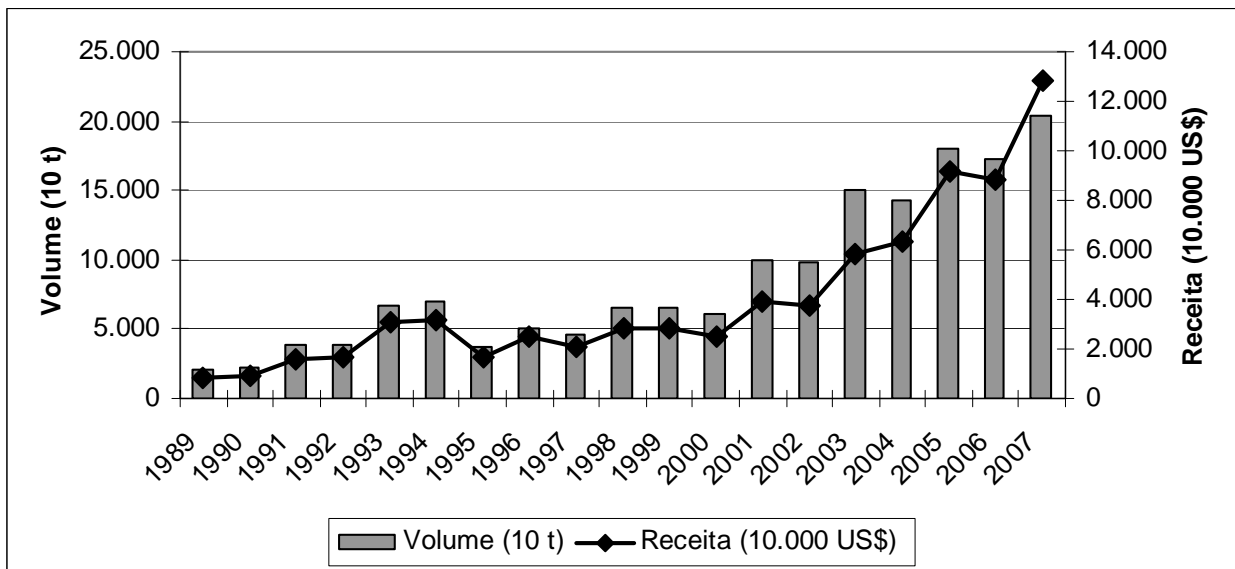


Figura 8 – Evolução das exportações de melão em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

A uva, assim como a lima/limão e a maçã, apresentou uma das maiores taxas de crescimento anual das exportações. Considerando os anos de 1989 a 2007, a variação anual foi de 29% para a receita e 23% para o volume. Considerando apenas o período de 1997 a 2006, esse aumento foi de 43% para a receita e de 37% para o volume. Essa diferença no crescimento entre receita e volume reflete o alto valor agregado da fruta, por ser essa cultura uma das mais exigentes em mão-de-obra especializada, o que onera significativamente a produção.

Exportadores brasileiros da fruta se beneficiaram nos últimos anos com as atrativas janelas de mercado, visto a quebra de safra em alguns dos principais países produtores, como a África do Sul, Chile e países europeus, favoreceram os embarques brasileiros.

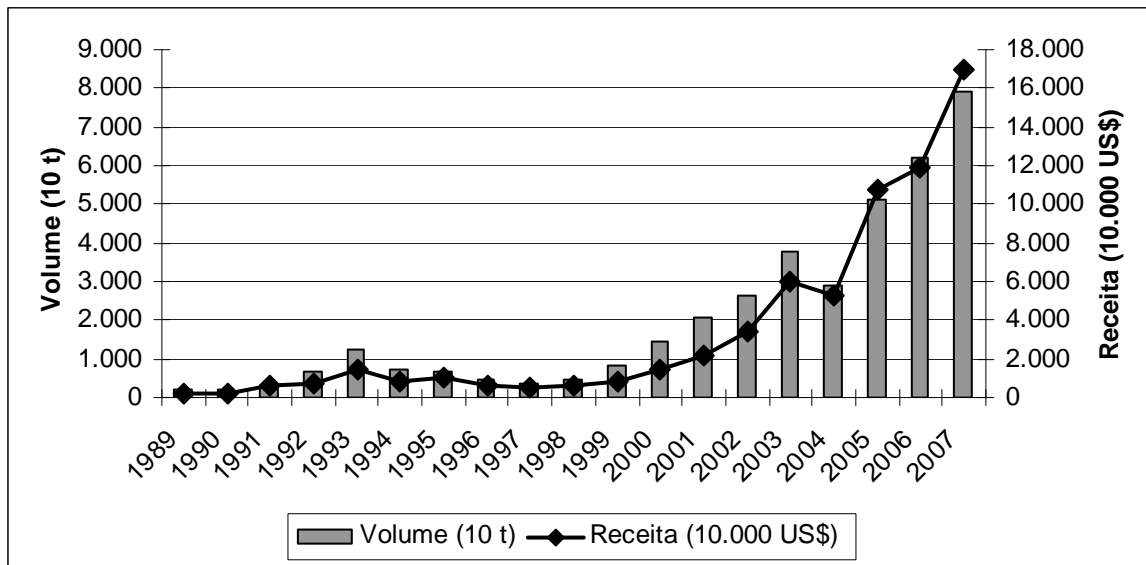


Figura 9 – Evolução das exportações de uva em volume (10 t) e em receita (10.000 US\$) entre os anos de 1989 e 2007

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

Para as sete frutas selecionadas, a taxa de crescimento anual das exportações brasileiras, tanto em receita como em volume, superam as taxas anuais de crescimento mundial, revelando um feito positivo de competição no período analisado, tendo sido esse um importante fator para a expansão das exportações nacionais.

2.4 Desempenho exportador da fruticultura brasileira

O aumento na demanda por alimentos saudáveis, especialmente frescos, e os avanços tecnológicos na produção e logística de transporte, entre outros, vem expandindo as transações internacionais de fruta brasileira.

Tal cenário está favorecendo principalmente países do Hemisfério Sul, os quais passaram a abastecer o mercado do Norte no período em que a produção destes se encontra em entressafra. Segundo o USDA, 1/3 do total das importações norte-americanas com frutas – estimada em US\$ 4 bilhões – teve origem no Hemisfério Sul no triênio 2004/05/06. Entre os países produtores do Sul encontra-se o Brasil, o qual está ganhando evidência a cada ano no segmento exportador de frutas.

Como se viu anteriormente, a fruticultura brasileira vem ganhando destaque no mercado internacional nos últimos dez anos. Apesar desse ótimo desempenho, o Brasil ainda não alcançou o *ranking* dos 10 maiores exportadores mundiais de frutas.

2.4.1 A banana brasileira no cenário internacional

O Brasil aparece como 2º colocado no *ranking* dos maiores produtores de banana em 2003/04/05 (Tabela 5), segundo a FAO (2008). Sua produção, no entanto, cresce em ritmo menor que o dos demais concorrentes. Entre 1993/94/95 e 2003/04/05, o volume nacional aumentou 14%, muito abaixo da média dos cinco maiores produtores – incluído o Brasil –, que foi de 54%. Por outro lado, a Índia, maior produtor mundial de banana, aumentou em 64% sua produção, mas não é considerado um *player* no mercado internacional da fruta, visto que grande parte de sua produção abastece o mercado interno.

Tabela 5 - *Ranking* dos maiores países produtores da banana

<i>Ranking</i> 1993/94/95			<i>Ranking</i> 2003/04/05		
		1000 t			1000 t
1	Índia	10.271	1	Índia	16.820
2	Brasil	5.853	2	Brasil	6.696
3	Equador	4.970	3	China	6.360
4	Filipinas	3.284	4	Equador	6.235
5	Indonésia	3.179	5	Filipinas	5.761

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Quanto à produtividade, apesar de o rendimento dos bananais brasileiros ter aumentado 18% entre 1993/95 e 2003/05, a média do País ainda é inferior à dos principais produtores. Por conta da diversidade no nível tecnológico, a produtividade em algumas áreas no Brasil chega a 60 toneladas por hectare, volume superior ao da média mundial, mas outras ainda estão limitadas ao máximo de 8 t/ha.

Apesar de o Brasil ser o 2º maior produtor de banana do mundo (Tabela 6), a sua participação no mercado internacional em receita é pequena (1,4%), deixando para o Equador, a Costa Rica e a Colômbia a maior fatia do mercado. Juntos esses países representam cerca de 80% das exportações mundiais. O Equador está na primeira

colocação das exportações em receita, favorecido pela presença de multinacionais especializadas na produção/comércio da fruta, como a Del Monte, a Dole e a Chiquita, que detêm juntas mais de 90% de toda a exportação mundial. Essas empresas aperfeiçoaram e direcionaram a cadeia produtiva do Equador para o mercado externo.

Tabela 6 - *Ranking* dos principais países exportadores da banana em receita

<i>Ranking</i> 1993/94/95		1000 US\$	<i>Ranking</i> 2003/04/05		1000 US\$
1	Equador	776.741	1	Equador	1.058.577
2	Costa Rica	530.644	2	Costa Rica	527.920
3	Colômbia	448.474	3	Colômbia	417.464
4	Filipinas	221.700	4	Filipinas	329.723
5	Panamá	198.688	5	Guatemala	225.927
27	<i>Brasil</i>	9.848	17	<i>Brasil</i>	30.007

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Apesar de ter apenas uma pequena fatia do mercado internacional, o Brasil merece destaque também nesse setor. A receita nacional com exportação de banana aumentou 205% nos últimos 10 anos – observados os triênios 1993/94/95 e 2003/04/05 –, número bem acima da média de crescimento mundial, que foi de 35%. O principal motivo para o incremento na receita brasileira foi o fato de, no início da atual década, o Brasil ter passado a exportar para a Europa. Essa operação, por sua vez, deve-se basicamente à instalação de uma multinacional no Nordeste do País, especializada na produção de banana de alta qualidade, atendendo às exigências do mercado europeu.

Para melhorar ainda mais a posição brasileira no *ranking* das exportações de banana, é importante aumentar os investimentos em tecnologia de produção, visando elevar o nível especialmente de pequenas propriedades e também à melhora da qualidade da fruta. Também no âmbito internacional são necessárias mudanças, sobretudo a redução das barreiras tarifárias de exportação para a Europa e a burocracia nas fronteiras com os países do Mercosul.

2.4.2 A lima ácida brasileira no cenário internacional

Apesar de o Brasil ser o maior produtor mundial de laranja e exportador de suco dessa fruta, o destaque na citricultura exportadora nacional *in natura* é a lima ácida tahiti. No triênio 2003/04/05, a receita gerada pelas exportações da lima foi de US\$ 20,5 milhões, contra US\$ 12,2 milhões de laranja e US\$ 6,9 milhões de tangerina *in natura*. O crescimento nos *rankings* de maior produtor e exportador entre 1993/94/95 e 2003/04/05 também foi muito maior para a lima ácida do que para os demais grupos cítricos.

Analisando somente a produção da cultivar tahiti, estimativas extra-oficiais apontam que o Brasil é o maior produtor mundial, ultrapassando inclusive o México. No entanto, a estatística da FAO não separa a produção de lima ácida do limão verdadeiro – amarelo –, razão pela qual o País aparece como o quarto maior produtor mundial em 2003/05 (Tabela 7) (FAO, 2008). O significativo crescimento da produção nacional tem sido incrementado justamente pelo aumento das exportações.

Tabela 7 – *Ranking* dos maiores países produtores da lima/limão

<i>Ranking</i> 1993/94/95		1000 t	<i>Ranking</i> 2003/04/05		1000 t
1	Índia	963	1	México	1.853
2	EUA	873	2	Índia	1.526
3	México	864	3	Argentina	1.310
4	Argentina	683	4	Brasil	999
5	Espanha	683	5	Espanha	962
8	<i>Brasil</i>	<i>484</i>			

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

O principal destino das exportações brasileiras é a União Européia, sendo que os embarques são mais intensos no primeiro trimestre do ano. Neste período, São Paulo está em pico de safra e praticamente não tem concorrentes, visto que o México, maior exportador de lima ácida tahiti, está na entressafra nessa época.

As exportações da lima ácida cresceram no exterior, inicialmente devido ao maior consumo de caipirinha e ao uso da fruta para adornar pratos e bebidas. Recentemente, a utilização da lima ácida em substituição ao limão verdadeiro – de cor

amarela, mais consumido entre os europeus – vem aumentando por conta da maior divulgação da tahiti no exterior.

A concentração dos embarques da lima brasileira para o mercado externo no primeiro trimestre e também o ainda pequeno conhecimento de consumidores estrangeiros – apesar dos recentes avanços – da lima como substituta do limão têm impedido avanços maiores. Um aumento sustentável da receita exportadora nos próximos anos possivelmente vai depender da ampliação do calendário de exportação, de campanhas mais intensas para promover o consumo da fruta e da diversificação de mercados, buscando principalmente o norte-americano na entressafra mexicana.

Tabela 8 - *Ranking* dos principais países exportadores da lima/limão em receita

<i>Ranking</i> 1993/94/95			1000 US\$	<i>Ranking</i> 2003/04/05			1000 US\$
1	Espanha	216.171		1	Espanha	318.570	
2	EUA	118.434		2	México	149.922	
3	Turquia	57.287		3	Argentina	135.307	
4	Argentina	38.448		4	Turquia	115.165	
5	México	38.429		5	EUA	83.177	
21	<i>Brasil</i>	<i>1.461</i>					

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

2.4.3 A maçã brasileira no cenário internacional

A produção brasileira de maçã aumentou 28% entre 1993/94/95 e 2003/04/05, segundo dados da FAO, superando a média de crescimento mundial, que foi de 24% (FAO, 2008). Em boa parte, o incremento da produção decorre do aumento de 25,85% da área cultivada. A adoção das técnicas da Produção Integrada de Maçã - PIM também foi fundamental para um controle mais eficiente da produção, contribuindo para o aumento da qualidade e da produtividade.

A Polônia foi o maior destaque no *ranking* de produção de maçã, registrando um aumento de 53%, mais que o dobro da média mundial no período analisado, alcançando o 5º lugar em 2003/04/05 (Tabela 9). Os motivos para sua maior produção foram: escolha de variedades com custo inferior ao das que eram até então utilizadas na região, condições climáticas favoráveis e incentivos governamentais pós-entrada na

União Européia, como subsídios e créditos rurais. A China também dobrou a sua produção, mantendo a liderança no *ranking* dos maiores produtores. O salto nesse país é explicado pelo aumento de área, uso elevado de agroquímicos e clima favorável.

No Brasil, o clima adverso em 2003 e em 2005 impediu que o País tivesse um bom desempenho nas estatísticas internacionais dessa fruta. Enquanto o crescimento médio da produtividade dos dez maiores produtores de maçã foi de 19% no período analisado, o do Brasil foi de apenas 1,84%, o que fez com que o País caísse no *ranking* de produtividade.

O país que mais se destacou em termos de produtividade foi o Chile, passando a ocupar o 2º lugar no *ranking* dos dez maiores produtores em 2003/05. O rendimento dos pomares desse país aumentou cerca de 30% no período analisado, crescimento acima do registrado pelos demais países. A alta produtividade do Chile decorre das boas condições climáticas no país e ao uso de novas cultivares.

Tabela 9 – *Ranking* dos maiores países produtores da maçã

<i>Ranking</i> 1993/94/95			1000 t	<i>Ranking</i> 2003/04/05			1000 t
1	China	11.412		1	China	22.937	
2	EUA	4.954		2	EUA	4.352	
3	França	2.557		3	Turquia	2.423	
4	Itália	2.105		4	Irã	2.414	
5	Turquia	2.092		5	Polônia	2.341	
16	<i>Brasil</i>	695		13	<i>Brasil</i>	891	

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

O *ranking* de exportação de maçã mudou pouco nos dez anos considerados. França, Itália e Estados Unidos continuam entre os cinco maiores exportadores (Tabela 10). A diferença é que, em 2003/04/05, o Chile e a China passaram a fazer parte desse grupo, ocupando a 4ª e a 5ª colocações, respectivamente.

A receita do Brasil com exportações da fruta *in natura* aumentou quase quatro vezes, com o País saindo da 18ª posição na década de 90 para a 12ª, em 2003/05 – o aumento médio mundial da receita foi de 50%. O Brasil conseguiu deixar de ser um importador líquido de maçã para se tornar exportador. Apesar de ter passado por dificuldades no cultivo de maçã no segundo triênio analisado, o Brasil produziu um

volume suficiente para deixar de importar 66% da maçã consumida no País, segundo dados da FAO.

Tabela 10 - *Ranking* dos principais países exportadores da maçã em receita

<i>Ranking</i> 1993/94/95			1000 US\$	<i>Ranking</i> 2003/04/05			1000 US\$
1	França		438.008	1	França		564.452
2	EUA		393.779	2	Itália		461.224
3	Nova Zelândia		234.467	3	EUA		415.917
4	Itália		233.949	4	Chile		301.513
5	Bélgica		187.867	5	China		283.594
18	<i>Brasil</i>		11.012	12	<i>Brasil</i>		52.050

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Os principais fatores que contribuíram para o avanço do Brasil nos cenários interno e externo foram tecnologia de produção e pós-colheita, *marketing* internacional, maior poder de comercialização por parte dos exportadores e novas variedades, que proporcionaram fruta de boa qualidade e menor custo de produção.

2.4.4 O mamão brasileiro no cenário internacional

A produção brasileira de mamão aumentou 65% entre 1993/94/95 e 2003/04/05, segundo a FAO (2008). Esse aumento garantiu ao Brasil a manutenção do 1º lugar no *ranking* dos maiores produtores da fruta (Tabela 11). Os incentivos governamentais, como apoio à irrigação, energia elétrica, preparação de terra, sobretudo no Nordeste, estimularam produtores a iniciar a atividade ou, aqueles que já plantavam a fruta, a expandir o cultivo.

Quanto à produtividade nacional, o incremento de 42% fez o Brasil passar da 2ª para a 1ª posição, no período analisado, de acordo com a FAO. O incremento da produtividade do Brasil e também de outros países, como o México, é resultado principalmente da maior profissionalização do setor, que proporcionou a adoção de novas técnicas de cultivo, o uso de sementes mais resistentes a pragas e a doenças, análise e preparo correto do solo e acompanhamento do clima.

Tabela 11 – *Ranking* dos maiores países produtores do mamão

<i>Ranking</i> 1993/94/95		1000 t	<i>Ranking</i> 2003/04/05		1000 t
1	Brasil	988	1	Brasil	1.634
2	Nigéria	632	2	México	818
3	Índia	490	3	Nigéria	798
4	Indonésia	460	4	Índia	745
5	México	415	5	Indonésia	669

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

No triênio 2003/05/05, o México apresentou a maior receita com exportação de mamão, segundo a FAO (2008). Esse país, que é favorecido pela proximidade com os Estados Unidos, registrou aumento de 650% no montante recebido pelos embarques entre 1993/94/95 e 2003/04/05.

No caso do Brasil, o aumento da receita com exportação de 680% no período avaliado, o que garantiu ao País a 2ª colocação nesse *ranking* (Tabela 12), foi registrado graças à divulgação da marca “Brasil” nos mercados importadores, com o apoio da APEX - Brasil. A maior propaganda da fruta brasileira facilitou a conquista de novos consumidores, como Estados Unidos e alguns países da Europa. No mercado norte-americano, em específico, a fruta brasileira costuma disputar com a variedade *maradol*, do México, a preferida de latinos residentes naquele país.

Tabela 12 - *Ranking* dos principais países exportadores do mamão em receita

<i>Ranking</i> 1993/94/95		1000 US\$	<i>Ranking</i> 2003/04/05		1000 US\$
1	EUA	16.113	1	México	60.317
2	Malásia	12.357	2	Brasil	28.804
3	México	7.960	3	Malásia	21.311
4	Brasil	4.353	4	EUA	16.329
5	Belize	3.687	5	Belize	15.820

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

O Brasil tem um elevado potencial na produção de mamão, mas a sazonalidade da oferta, em função do clima, e a baixa quantidade da fruta à altura das exigências do mercado externo têm limitado o aumento do volume embarcado. A baixa rentabilidade de produtores nos últimos anos dificultou investimentos em suas lavouras, prejudicando

ainda mais a qualidade do mamão brasileiro. A adoção de técnicas corretas de pós-colheita já garantiria maior qualidade à fruta – maior durabilidade e menos contaminações.

2.4.5 A manga brasileira no cenário internacional

O Brasil é o 6º maior produtor de manga do mundo (Tabela 13) sobre o triênio 2003/04/05 (FAO, 2008). Está atrás da Índia, China, Tailândia, México e Indonésia. Com exceção da China e do México, os demais países são centros de origem da manga. A Índia é o 1º colocado no *ranking* mundial de produção e foi responsável por 38% do volume total do período de 2003 a 2005. Entretanto, se comparada à produção deste triênio à de 1993/95, constata-se que esse país teve o menor crescimento entre os maiores produtores de manga, de apenas 2,5%.

Em uma década, o Brasil aumentou sua produção em quase 120%, crescimento bem acima da média mundial, que foi de 35%. Esse salto decorre da expansão da área cultivada e da utilização de tecnologia de ponta, como o uso de indução floral, que permitiu um grande avanço na produtividade. Além disso, o País possui boas condições de solo e de clima. Todos esses fatores contribuíram para o aumento da produtividade brasileira em 40% entre 1993/94/95 e 2003/04/05.

Tabela 13 – *Ranking* dos maiores países produtores da manga

<i>Ranking</i> 1993/94/95		1000 t	<i>Ranking</i> 2003/04/05		1000 t
1	Índia	10.700	1	Índia	10.969
2	China	1.670	2	China	3.609
3	México	1.204	3	Tailândia	1.733
4	Tailândia	1.133	4	México	1.538
5	Paquistão	839	5	Indonésia	1.481
8	<i>Brasil</i>	602	6	<i>Brasil</i>	1.320

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Nesse período, o México se manteve na 1ª colocação no *ranking* de receita com exportação de manga, mas a receita gerada em 2003/04/05 foi 2% menor que a de 1993/94/95. Já a Índia, aumentou mais de seis vezes a receita de seus embarques em

10 anos. Ainda assim, em 2003/04/05, o país exportava menos de 3% do total produzido, devido à elevada demanda interna e à inconstância da qualidade da fruta, que muitas vezes não atende à demanda internacional.

O Brasil está entre os três maiores exportadores mundiais de manga (Tabela 14), apesar de embarcar apenas 9,2% do total produzido. Da década passada para esta, a receita com exportações da fruta brasileira aumentou 257% (1993/94/95 a 2003/04/05).

Tabela 14 - *Ranking* dos principais países exportadores da manga em receita

<i>Ranking</i> 1993/94/95			<i>Ranking</i> 2003/04/05		
		1000 US\$			1000 US\$
1	México	106.294	1	México	104.184
2	Filipinas	33.130	2	Índia	100.374
3	Brasil	19.826	3	Brasil	70.901
4	Índia	14.076	4	Peru	37.545
5	China	10.240	5	Filipinas	27.208

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Os projetos de irrigação do Vale do São Francisco, voltados para a produção de manga para o mercado externo, contribuíram bastante para esse resultado. Foi muito importante também a introdução da *tommy atkins*, que tem boa produtividade, tempo de vida de prateleira prolongado em relação às demais variedades e boa aparência. Além disso, o aumento das vendas nesta década reflete ainda o grande esforço feito para promover a manga brasileira em outros países, principalmente naqueles de clima temperado e de alta renda durante a década de 1990.

Atualmente, medidas como ampliar a eficiência na comercialização, reduzir o custo de produção, manter o nível de qualidade e produzir novas variedades podem aumentar a competitividade do País no mercado internacional de manga. Uma maior estabilidade na oferta de manga ao longo do ano também permitiria preços mais competitivos.

2.4.6 O melão brasileiro no cenário internacional

Em 2003/04/05, o Brasil passou para o 20º lugar no *ranking* de produção mundial de melão (Tabela 15), após aumentar em 80% seu volume frente à 1993/94/95,

segundo dados da FAO (2008). Um dos motivos para o maior volume foi o aumento da produtividade das lavouras. Em algumas regiões do País, como no Rio Grande do Norte e no Ceará, o rendimento supera a média do Brasil, ficando próximo ao dos países que mais produzem a fruta. Nessas praças, é utilizado alto nível tecnológico, que inclui o cultivo de híbridos com elevado potencial genético. Os fatores limitantes para o aumento da produção brasileira de melão são condições climáticas desfavoráveis, ataque da mosca-minadora e utilização de sementes pouco adaptadas às condições brasileiras.

Tabela 15 – *Ranking* dos maiores países produtores do melão

<i>Ranking</i> 1993/94/95			<i>Ranking</i> 2003/04/05		
		1000 t			1000 t
1	China	4.929	1	China	14.402
2	Turquia	1.750	2	Turquia	1.764
3	EUA	1.040	3	EUA	1.226
4	Espanha	863	4	Irã	1.165
5	Índia	630	5	Espanha	1.087
21	<i>Brasil</i>	102	20	<i>Brasil</i>	183

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Em relação às exportações, entre 1993/94/95 e 2003/04/05, a Espanha manteve a liderança do *ranking* de maior receita obtida com a venda de melão (Tabela 16). Já o Brasil se destacou nesse período pelo aumento de 171% no valor de exportação, mais que o dobro do crescimento mundial, que foi de 81%. Esse salto garantiu ao País a 3ª colocação entre os cinco maiores exportadores mundiais (em receita).

Quase 98% das exportações nacionais de melão vão para a Europa. Os embarques da fruta brasileira ocorrem especialmente no inverno do Hemisfério Norte, quando a Espanha, por exemplo, não produz a fruta com qualidade e quantidade suficiente para atender o mercado europeu.

Tabela 16 - *Ranking* dos principais países exportadores do melão em receita

<i>Ranking</i> 1993/94/95		1000 US\$	<i>Ranking</i> 2003/04/05		1000 US\$
1	Espanha	164.092	1	Espanha	271.548
2	EUA	66.133	2	EUA	89.340
3	México	50.242	3	Brasil	71.015
4	França	46.774	4	Costa Rica	70.834
5	Costa Rica	36.345	5	México	58.623
6	<i>Brasil</i>	26.157			

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

Desde 2004, o Brasil também exporta melão para os Estados Unidos. Apesar do incremento das vendas nas últimas safras, esse mercado ainda representa menos de 1% das exportações brasileiras. Os obstáculos para o mercado norte-americano são as barreiras fitossanitárias e tarifárias. O país exige que a fruta seja cultivada em área livre de mosca-das-frutas e, para isso, um certificado deve ser emitido pela autoridade fitossanitária do governo norte-americano. Mesmo que o principal pólo produtor brasileiro esteja em área livre, esse processo é muito lento.

O Brasil certamente é um país competitivo no mercado de melão, com lugar cativo entre os maiores exportadores e com produtividade comparável à dos países que mais produzem a fruta. Já conquistou uma importante parcela das importações da Europa e, para garantir seu lugar nos *rankings* mundiais, são necessários basicamente cuidados fitossanitários, que permitam aumento da oferta e produto de boa qualidade.

2.4.7 A uva brasileira no cenário internacional

O crescimento da demanda doméstica por uva de mesa tornou a China um grande produtor dessa fruta. Mas, como sua oferta é basicamente absorvida pelos consumidores internos, esse país não é considerado um *player* do mercado internacional da fruta. De 1993/94/95 a 2003/04/05, a China permaneceu como 1º no *ranking* mundial de produção de uva, de acordo com dados do *United States Department of Agriculture – USDA* (2008).

Quanto à produção, o Brasil ocupa o 6º lugar (Tabela 17), com um incremento de 79% no período avaliado (USDA, 2008). Os principais motivos para o aumento do

volume produzido foram: diversificação de variedades, expansão da infraestrutura de armazenamento e distribuição, investimentos em tecnologia de produção e em *marketing* do produto.

Tabela 17 – *Ranking* dos maiores países produtores da uva

<i>Ranking</i> 1993/94/95			<i>Ranking</i> 2003/04/05		
		1000 t			1000 t
1	China	1.812	1	China	5.715
2	Turquia	1.783	2	Turquia	1.883
3	Itália	1.505	3	Itália	1.621
4	Chile	858	4	Chile	1.123
5	EUA	704	5	EUA	790
8	<i>Brasil</i>	328	6	<i>Brasil</i>	587

Fonte: Elaborado a partir de USDA (2008), FAO (2008) e IBGE (2008)

Em produtividade, o País aumentou seu rendimento por hectare em 28% entre os triênios analisados (IBGE, 2008). Contudo, ainda possui índices baixos em relação aos dos principais produtores da fruta. A melhora paulatina da produtividade brasileira deve-se basicamente aos resultados do Vale do São Francisco. Nessa região, o clima predominantemente quente e seco durante grande parte do ano, infraestrutura de irrigação e mão-de-obra disponível favorecem a cultura. Além disso, a produção regional totalmente voltada às “janelas de mercado” impulsiona investimentos em técnicas de manejo da cultura.

Quanto às exportações, os países do Hemisfério Sul que mais têm se destacado são o Chile e a África do Sul. O Chile assumiu a primeira posição no *ranking* de receita obtida com exportação em 2003/04/05, com aumento de 91% sobre 1993/94/95 (FAO, 2008). A África do Sul, por sua vez, ocupa o 5º lugar no *ranking* de receita com exportação (Tabela 18). Além de produzir principalmente uvas sem semente, fatores como o clima e proximidade com os maiores importadores mundiais favorecem o país. Esses dois países têm tido um papel importante para o abastecimento do mercado europeu durante o inverno do Hemisfério Norte e, cada vez mais, durante outras épocas do ano.

Comparando os triênios (1993/94/95 a 2003/04/05), o Brasil foi o País onde a receita com exportação mais cresceu (percentualmente), ampliando em quase seis

vezes. Com isso, o Brasil passou a ocupar a 10ª posição nesse *ranking* em 2003/04/05. No entanto, a produção brasileira ainda tem pouca representação no mercado internacional, participando com apenas 2% da receita gerada com as exportações mundiais.

Tabela 18 - *Ranking* dos principais países exportadores da uva em receita

<i>Ranking</i> 1993/94/95			<i>Ranking</i> 2003/04/05		
		1000 US\$			1000 US\$
1	Itália	459.958	1	Chile	650.344
2	Chile	340.952	2	EUA	600.365
3	EUA	323.774	3	Itália	526.976
4	África do Sul	119.475	4	África do Sul	254.453
5	Espanha	102.892	5	Espanha	141.836
15	<i>Brasil</i>	11.072	9	<i>Brasil</i>	73.324

Fonte: Elaborado a partir de USDA (2008), FAO (2008) e IBGE (2008)

Os desafios para elevar a competitividade da uva brasileira no mercado mundial são: diminuir os custos sem reduzir a produção nem a qualidade da fruta, buscar novos mercados, atender às exigências fitossanitárias e dos selos de certificação, ter maior diversificação do material genético e capacitar mão-de-obra.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Conceituação de competitividade

Na economia, o conceito competitividade é abordado sobre diferentes formas e bases teóricas. Conforme Fioravanzo (2002), “para alguns autores, sua definição, seus fatores determinantes e o modo de abordar sua medição são tarefas extremamente difíceis e complexas, pois constantemente surgem novas contribuições na literatura, sugerindo revisões e ampliações de cada um dos aspectos”. Para Farina e Zylberstajn (1998), por exemplo, “competitividade não tem uma definição precisa. Pelo contrário, compreende tantas facetas de um mesmo problema que dificilmente se pode estabelecer uma definição ao mesmo tempo abrangente e útil”. De acordo com Sharples (1990), o termo competitividade não tem uma definição na teoria econômica, sendo constituído simplesmente em um conceito político.

Muitas definições ao termo competitividade são oferecidas pela literatura econômica, atendendo a distintas acepções em função do contexto em que se aplicam, algumas delas muito específicas e limitadas, baseadas em índices de cota de mercado, outras mais amplas e complexas, que se entrelaçam com outros conceitos como desenvolvimento e crescimento econômico. A definição mais apropriada dependerá do nível de análise de cada caso (país, setor, empresa), do produto analisado (matéria-prima ou produto diferenciado) e do objetivo da análise.

Usualmente o termo é mais empregado para associá-lo à capacidade que um país demonstra para participar nos mercados internacionais, seja em seu conjunto, seja em nível de indústrias ou setores. Nesse contexto, define-se a competitividade internacional como a capacidade de um país para sustentar e expandir a sua participação nos mercados mundiais e elevar o nível de vida de sua população (FAJNZYLBBER, 1988).

A literatura sobre comércio internacional é bastante rica e há vários conceitos de competitividade internacional. Além de aspectos como cota de mercado e competição entre países (ou empresas), envolve aspectos relacionados com as políticas macroeconômicas, produtividade dos fatores de produção e capacidade para distribuir com êxito os produtos nos mercados exteriores (FIORAVANÇO, 2002).

Gasques e Conceição (2002) apontam um consenso sobre a competitividade internacional, que é a “habilidade de os empresários criarem, produzirem e comercializarem mercadorias e serviços com mais eficiência do que seus rivais nos mercados domésticos ou internacionais”. Outros autores associam a baixa competitividade das firmas às questões macroeconômicas, tais como taxas de juros, política tributária e outras. Entretanto, são vários os fatores que determinam a posição de competitividade de um país, não existindo um único indicador que possa explicar a sua baixa competitividade.

Na literatura econômica, a competitividade é abordada sob vários aspectos, no entanto, dentro desta variedade de abordagens, estão os indicadores de desempenho, eficiência e capacitação.

De acordo com Cunha Filho (2005), os indicadores de desempenho analisam a competitividade do agente estudado no mercado nacional e internacional, enquanto os indicadores eficiência e capacitação se referem aos fatores explicativos do desempenho econômico de empresas, setores e países. Os indicadores de eficiência relacionam-se aos preços e custos dos bens e serviços comercializados, incluindo a produtividade dos fatores; enquanto os indicadores de capacitação incorporam os avanços tecnológicos em produtos e processos.

No caso da análise por meio do desempenho, tem-se a competitividade revelada, normalmente apresentada sob a forma de participação de mercado (*market-share*). Segundo Haguenuer (1989), trata-se de um conceito *ex-post*, que avalia a atual posição de competitividade de determinado setor produtivo de um país a partir de sua posição nos mercados doméstico e internacional. Segundo Gonçalves (1995), a vantagem deste conceito está na facilidade de construção de indicadores, como por exemplo, na análise das exportações brasileiras. Esse é o conceito mais amplo de competitividade, incorporando não apenas as condições de produção, como os fatores que prejudicam ou favorecem as exportações de produtos e/ou países específicos, mas também as políticas cambial e comercial, a eficiência dos canais de comercialização e dos sistemas de financiamento, acordos internacionais (entre países ou empresas), estratégias de firmas transnacionais, etc.

De acordo com Farina (1998), o indicador de *market-share* tem a capacidade de evidenciar se a empresa, setor ou país analisado teve maior inserção ou não no mercado no período analisado, não garantindo, contudo, que essa situação se mantenha caso ocorram alterações nos padrões de concorrência.

Em se tratando da análise por meio da eficiência, a competitividade é vista como uma característica estrutural, considerando-se como a capacidade de um país produzir um bem de forma similar ou superior aos níveis de eficiência observados em outras economias. É considerado um conceito potencial, *ex-ante*, geralmente está restrito as condições de produção, e refere-se à competitividade de longo prazo.

Uma forma de avaliar a competitividade segundo este conceito consiste na análise dos diferenciais entre preços internacionais e de um país específico. Contudo, a mensuração empírica da competitividade através dos diferenciais de preços também não é homogênia entre os diversos autores.

De acordo com Alonso (1992), considerar um índice de preços relativos (ou de custos) como indicador da competitividade comporta, ao menos, admitir os seguintes supostos: primeiro, que se está falando de mercados de produtos homogêneos, nos quais o preço constitui-se na única variável de discriminação, ou que, quando sejam mercados de produtos diferenciados, o preço é o mecanismo fundamental de competência; e, segundo, considera-se que os preços expressam adequadamente as condições dos custos sob as quais se produzem os produtos e, no caso de se utilizar o custo unitário do trabalho, que esse se constitua no principal determinante dos preços.

Essa teoria ignora, contudo, a extensa e variada gama de atributos ou características que permitem diferenciar os produtos e que afetam as decisões dos consumidores (MARTÍN¹, 1997 apud FIORAVANÇO, 2002). Ou seja, não são consideradas as características como a qualidade, o desenho, a marca, a garantia, os serviços de assistência pós-venda, entre outras, que podem chegar a ser elementos tão decisivos como o preço.

¹ MARTÍN, C. **España en la nueva Europa**. Madrid: Alianza Economía, 1997. 336 p.

De fato, a partir da década de 70 vem-se apresentando evidências capazes de indicar claramente que a visão de que o incremento dos preços determina a competitividade internacional é, no mínimo, demasiada simplificada.

A qualidade e diferenciação do produto também podem influir nas decisões dos consumidores. Ao mesmo tempo, ditos atributos podem conferir às empresas (ou países) mais diligentes uma vantagem na introdução de produtos novos e/ou podem servir de apoio às novas empresas para competir com as já estabelecidas nos mercados, através de estratégias orientadas a abastecer determinados nichos de mercado. Por conseguinte, parece claro que a diferenciação configura-se como um fator determinante da competitividade, reduzindo a influência exercida pelo preço (FIORAVANÇO, 2002).

Além disso, tanto os agentes econômicos (empresas e governos) como os sociais (consumidores e sindicatos) têm uma capacidade significativa para influenciar na competitividade (MARTÍN, 1997).

Para Gonçalves et al. (1995), a competitividade refere-se à capacidade de uma empresa ou país de construir dinamicamente uma posição competitiva sustentável no tempo para determinados produtos ou grupos de produtos no mercado internacional. Ela não decorre de posições herdadas, mas de condições criadas a partir de estratégias consistentes e sustentáveis no tempo frente à concorrência. Assim a análise de competitividade para determinado produto permite formular estratégias capazes de manter ou elevar sua posição competitiva no mercado internacional.

A competitividade é fortemente incentivada pela integração comercial. Neste cenário, para participar do comércio internacional, os países devem se adequar aos padrões internacionais de qualidade e de produtividade, acelerando a dinâmica de suas estruturas produtivas (CUNHA FILHO, 2005).

De acordo com Gasques e Conceição (2002), a competitividade internacional pode ser definida como a habilidade dos empresários criarem, produzirem e comercializarem mercadorias e serviços com maior eficiência do que seus rivais nos mercados domésticos e internacionais. Por outro lado, a competitividade das unidades de produção é determinada pelo dinamismo macroeconômico, financeiro, comercial, elementos de infraestrutura e recursos humanos das firmas.

Focando-se na análise da competitividade, que é o objetivo do presente estudo, cita-se o trabalho de Nonnemberg (1998), que utilizou o indicador de *Constant Market Share* - CMS para avaliar a competitividade e crescimento das exportações brasileiras.

Sereia et al. (2002), utilizou o modelo do CMS para analisar o desempenho das exportações paranaenses e do VCR para verificar o padrão de classificação dos complexos agroindustriais. Vicente (2005) optou pelo uso de três indicadores de competitividade: Vantagem Comparativa Revelada, Índice de Contribuição ao Saldo Comercial e Taxa de Cobertura.

Críticas também são feitas quanto à utilização de indicadores de desempenho para compreender a competitividade. No estudo de competitividade de Haguenuer (1989), considera que é possível utilizar indicadores de desempenho como uma das formas de se obter informações sobre a evolução de um produto, firma ou país no mercado internacional, mas usando outras análises complementares, evitando distorções na interpretação dos resultados (DIZ, 2008).

Apesar de algumas críticas, estudos desenvolvidos com vistas à compreensão da competitividade do setor agropecuário e do agronegócio brasileiro utilizam, em sua maior parte, indicadores baseados no desempenho. Dessa forma, esses indicadores também foram utilizados no presente estudo.

3.2 Competitividade no setor hortifrutícola

Na comercialização de frutas e hortaliças, de maneira análoga aos demais setores, também se coloca em questão o realismo da maioria dos supostos que repousam no modelo convencional das vantagens comparativas. Embora se reconheça a importância do preço como variável explicativa dos fluxos comerciais, parece questionável qualquer estratégia baseada fundamentalmente nos custos unitários, uma vez que os novos modelos do comércio internacional põem ênfase em outros aspectos determinantes da competitividade e que não estão necessariamente ligados aos custos e/ou preços. Não se trata de desconsiderar totalmente a influência dos custos, mas sim aceitar que outros elementos têm normalmente uma maior importância como fatores determinantes da competitividade (FIORAVANÇO, 2002).

Por exemplo, as preferências dos consumidores constituem-se, nos dias atuais, em um fator de grande importância na escolha de produtos hortifrutícolas. O gosto por uma determinada espécie ou variedade, a atração pelos produtos novos e a preferência pelos produtos mais fáceis de preparar, em consonância com a crescente preocupação com uma dieta mais sadia e natural (com o mais baixo nível possível de resíduos de agrotóxicos, aditivos e microorganismos patogênicos), são aspectos que podem inclinar a balança a favor ou contra os produtos de um determinado país.

Ainda segundo Fioravante (2002), a concentração da distribuição em mãos de poucas empresas transnacionais de grandes dimensões vem favorecendo a imposição, por parte de tais empresas, de normas de qualidade extremamente exigentes, além de outros requisitos como oferta normalizada e concentrada em grandes volumes, regularidade no abastecimento, etc. Com isso, tais requisitos converteram-se em fatores de vantagem competitiva para os países (ou empresas) que consigam atendê-los, ainda que essa preocupação pelos aspectos organizativo-comerciais, da mesma forma que pela qualidade, não significa, em absoluto, uma indiferença total ao preço.

Por fim, tem-se também o progresso tecnológico que, ao permitir a standardização dos métodos de produção, a obtenção de um produto de melhor conservação refrigerada e de maior vida de prateleira e ao facilitar o transporte das mercadorias mais perecíveis aos mercados, mesmo os mais distantes, restou menor importância ao preço como principal fator de competitividade.

Alguns trabalhos analisam a competitividade no setor hortifrutícola com o objetivo de ressaltar a importância dos elementos não relacionados aos preços como fatores que garantam o êxito competitivo nos intercâmbios internacionais. São, essencialmente, trabalhos que realizam muito mais uma análise descritiva da competitividade de um determinado produto ou setor, do que uma estimativa quantitativa da competitividade.

Kleijn², 1994 apud Fioravante (2002) examinou a competitividade internacional de sete subsetores hortifrutícolas holandeses sob os fundamentos da teoria de Porter. Os resultados indicaram que a competitividade holandesa baseava-se em altos rendimentos e eficiente uso dos fatores de produção de custos elevados no país, mas

² KLEIJN, E.H.J.M. Application of the Porter methodology in analyzing the competitive advantage of horticultural branches. **Acta Horticulture**, Leuven, n. 340, p. 53-58, 1994.

distintos dos fatores terra e mão-de-obra. Ou seja, fatores como estruturas produtivas e comerciais adequadas, política de pesquisa científica e tecnológica, política educacional e elevado grau de informação permitiram aos setores hortifrutícolas holandeses, além de uma inovação permanente, uma maior eficiência comercial e a oferta de produtos de elevada qualidade.

Hernández e Munuera³, 1997 apud Fioravanço (2002) na análise da competitividade de um grupo de cooperativas espanholas exportadoras de produtos hortifrutícolas, chegaram à conclusão que os principais fatores determinantes da competitividade dessas cooperativas eram a permanente adequação da oferta às necessidades do mercado, o serviço oferecido ao cliente e a seriedade no cumprimento dos acordos.

Com relação às exportações argentinas e chilenas de maçã, Calvo⁴, 1998 apud Fioravanço (2002) demonstrou que a inadequada adaptação do setor produtivo às mudanças ocorridas nos mercados externos (valorização da qualidade, novas variedades), juntamente com os elevados custos de produção (mão-de-obra, principalmente) foram os principais fatores que determinaram a menor participação da Argentina nas exportações mundiais dessa fruta no período analisado. Em contrapartida, comprovou-se que a "política frutícola" (planificação de todas as etapas da cadeia produção-distribuição, os investimentos nos sistemas produtivos e de beneficiamento, a concentração na etapa de comercialização, as ações conjuntas da administração governamental e do setor privado, etc.) foi o elemento central do melhor desempenho chileno nesse mercado.

Honma⁵, 1993 e Proctor e Cropley⁶, 1994 apud Fioravanço (2002) apresentam evidências sobre a importância dos itens não relacionados aos preços na conquista de

³ HERNÁNDEZ, M.; MUNUERA, J.L. Consideraciones sobre la competitividad de la empresa de comercialización hortofrutícola. **Distribución y Consumo**, La Rioja, v. 7, n. 35, p. 92-108, 1997.

⁴ CALVO, S.C. Un examen de las exportaciones de la agroindustria argentina de manzanas y peras: el esquema de Michael Porter como herramienta. **Políticas Agrícolas**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 31-68, 1998.

⁵ HONMA, M. Growth in horticultural trade: Japan's market for developing countries. **Agricultural Economics**, Amsterdam, v. 9, n. 1, p. 37-51, July 1993.

⁶ PROCTOR, F.J.; CROPLEY, J.P. Trends and changes in the European market and their impact on technology requirements. In: CHAMP, B.R.; HIGLEY, E.; JOHNSON, G.I. **Postharvest handling of tropical fruits**. Camberra: ACIAR, 1994. p. 65-72.

parcelas de mercado. No primeiro caso, o autor cita como as Filipinas e os Países Baixos conseguiram incrementar substancialmente suas exportações de manga e flores ao mercado japonês por meio de programas de *marketing*, formas diferenciadas de apresentação e incorporação de novos serviços. No segundo, os autores descrevem como Porto Rico e Israel, com base na aplicação de novas tecnologias e fortes programas de *marketing*, evoluíram de baixos níveis de oferta até situarem-se entre os cinco principais fornecedores de manga à União Européia.

Reis (2005) analisa o desempenho das exportações brasileiras de frutas tropicais, representadas pelo abacaxi e mamão. A eficiência global do País no comércio desses produtos foi avaliada levando-se em conta sua participação no mercado e o posicionamento dos produtos no comércio mundial. Segundo o autor, a manutenção e até ampliação do quadro de competitividade favorável ao Brasil requer melhoria contínua da eficiência de produção e redução de custos, particularmente custos de aquisição de insumos e maquinaria, tecnologia de pós-colheita, logística de transporte, desenvolvimento de variedades e *marketing*.

Como um último exemplo, Cunha Filho (2005) faz um estudo da competitividade da fruticultura brasileira no mercado internacional utilizando-se como base teórica os modelos de comércio internacional e o conceito de competitividade. Apesar da expansão nas exportações, os resultados sugerem que uma maior inserção no mercado internacional de frutas exige a superação de obstáculos internos e externos, no sentido de melhorar a qualidade e a produtividade do setor e desenvolver uma estratégia comercial mais eficiente voltada para exportação, que ofereça às empresas a possibilidade de se adaptarem às novas condições vigentes nos mercados internacionais e a superarem as práticas tradicionais.

Definitivamente, nos mercados atuais de produtos hortifrutícolas frescos, de modo geral, fatores como a qualidade, serviços, tecnologia de produção e capacidade empresarial para adaptar as mudanças externas rapidamente são vantagens competitivas importantes, além do preço atrativo. As empresas (produtores) ou países que desejam alcançar uma posição destacada nos mercados internacionais e, por suposto, sustentá-la e incrementá-la terão que observar tais aspectos.

4 METODOLOGIA

4.1 Modelo *Constant Market Share*

Neste capítulo discute-se sobre os modelos baseados em análise de *market-share*, ilustrando as diferenças entre eles, suas vantagens e críticas. Em primeiro instante foi desenvolvido o modelo mais simples, servindo de base para os trabalhos posteriores, o *Constant Market Share* - CMS. Este foi o modelo utilizado no trabalho, pois permite a determinação dos fatores que influenciaram no desempenho das exportações de um determinado produto, com base nos mercados de destino e nas importações totais mundiais.

Vários trabalhos partem desse modelo, utilizando diferentes formas de decompor os efeitos, para analisar o comportamento das exportações, como em Stern (1967), Brown (1969), Leamer e Stern (1970), Richardson (1971), Rigaux (1971) e Tyler (1976). No Brasil, vários trabalhos também utilizaram esse modelo para analisar a evolução das exportações de produtos importantes na pauta das exportações brasileiras, aplicando-se tanto a bens agrícolas como industriais. Dentre eles, destacam-se: Stalder (1997) para açúcar; Carvalho (1995) para agroindústria; Tomich (1999) para frutas selecionadas; e Diz (2008) para manga e uva.

Os modelos de *market-share* avaliam a participação de um país no fluxo mundial de comércio, bem como desagregam as tendências de crescimento das exportações ou importações de acordo com os efeitos que as originam (STALDER, 1997). De forma geral, o método atribui o crescimento das exportações, favorável ou desfavorável, ao setor exportador, tanto na estrutura das exportações do país quanto em sua competitividade.

Segundo Leamer e Stern (1970), a pressuposição básica deste método de análise é de que a participação de um país no mercado mundial permanece constante. A diferença entre o crescimento das exportações, calculado supondo *market-share* constante, e o crescimento efetivo (real) é atribuída ao efeito competitividade.

Assim, a variação na taxa de crescimento das exportações de determinado produto é decomposta em três efeitos distintos:

- crescimento do mercado mundial;

- destino das exportações;
- competitividade.

O primeiro efeito mostra como o crescimento das exportações mundiais afeta o crescimento das exportações do país em questão, ou seja, “representa a variação nas exportações totais do produto pressupondo que o país manteve a sua participação no mercado global no mesmo nível que no início do período” (TOMICH, 1999).

Em se tratando do efeito destino das exportações, esse “representa a parcela da variação nas exportações devida à redistribuição das exportações do país entre os diversos mercados importadores” (TOMICH, 1999). Ou seja, esse efeito pode resultar que um país exportador tenha reduzido sua parcela no mercado global mesmo que nos seus mercados importadores sua parcela permaneça constante. Isso se deve a um crescimento menor naqueles mercados importadores em que o país exportador tem maior participação do que naqueles em que o país tem menor parcela, reflexo do crescimento diferenciado nos diversos mercados importadores.

Por último, o efeito competitividade está relacionado a mudanças nos preços relativos. Países capazes de oferecer o mesmo produto a preços relativamente menores que de outros fornecedores ganhariam mercado, elevando sua parcela de participação no mercado global (*market-share*), refletindo na sua maior competitividade.

Segundo Carvalho (1995), quando o efeito competitividade está atrelado apenas a mudança de preços relativos, leva-se a concluir que os importadores tendem a substituir o consumo de bens cujos preços se elevaram por aqueles cujos preços relativos ficaram mais baixos. Contudo, Fleming e Tsiang (1956) discutem que variações nos preços relativos não explicam totalmente as mudanças na competitividade.

A análise utilizando o modelo CMS tem sua importância e interesse na medida em que determina o peso de cada efeito no desempenho das exportações de um determinado produto pelo país em questão. “O efeito competitividade é obtido neste modelo por resíduo, atribuindo-se à competitividade as variações das exportações que não podem ser explicadas pela evolução do mercado global ou pela evolução dos mercados de destino das exportações do país em estudo” (TOMICH, 1999).

Aplicando-se essa metodologia a uma base empírica é necessário pensar em variações discretas no tempo, tanto em valores quanto em volume, e não mais em termos de mudanças infinitesimais, possíveis quando se opera com funções contínuas (SILVA, 2003).

Segundo Stalder (1997), a desagregação matemática do crescimento das exportações nesses feitos foi sugerida por Leamer e Stern (1970) conforme o modelo abaixo, que considera as exportações de um determinado bem i , originadas de um país A e com destino a um país j , utilizando dados de valores de exportações.

Sendo:

V^0 = valor das exportações do país A, no período 0;

V^1 = valor das exportações do país A, no período 1;

V_i^0 = valor das exportações do bem i pelo país A, no período 0;

V_i^1 = valor das exportações do bem i pelo país A, no período 1;

V_{ij}^0 = valor das exportações do bem i pelo país A para o país j , no período 0;

V_{ij}^1 = valor das exportações do bem i pelo país A para o país j , no período 1;

r = aumento percentual no total das exportações mundiais do período 0 para o 1;

r_i = aumento percentual nas exportações do bem i do período 0 para o 1;

r_{ij} = aumento percentual nas exportações do bem i para o país j do período 0 para o 1.

Considerando os componentes do crescimento das exportações, esses podem ser analisados desagregando-os. Leamer e Stern (1970) propõem três níveis de análise para a compreensão do desenvolvimento das exportações de um país. Nas análises em *primeiro nível*, as exportações do país são totalmente indiferenciadas quanto ao produto e à região de destino, ou seja, “as exportações são consideradas como um único bem destinado a um único mercado” (STALDER, 1997).

Dessa forma temos:

$$V^1 - V^0 = rV^0 + (V^1 - V^0 - rV^0) \quad (1)$$

A equação de *primeiro nível* (1) divide o crescimento das exportações do país A em uma parcela devida ao aumento geral das exportações mundiais e outra devida a um resíduo não explicado, denominado de “efeito competitividade” (STALDER, 1997).

Nas análises de *segundo nível* passam a ser distinguido o produto a ser exportado, mas ainda sem considerar a região de destino. Dessa forma, a equação (1) é modificada acrescentando o termo i referente ao *enésimo* bem, passando a ser representada como:

$$V_i^1 - V_i^0 = r_i V_i^0 + (V_i^1 - V_i^0 - r_i V_i^0) \quad (2)$$

Rearranjando os termos da equação (2) obtém-se:

$$V^1 - V^0 \equiv r V^0 + \sum_i (r_i - r) V_i^0 + \sum_i (V_i^1 - V_i^0 - r_i V_i^0) \quad (3)$$

(a) (b) (c)

Pela equação (3) temos que o crescimento das exportações é resultado de três efeitos: (a) o crescimento geral das exportações mundiais; (b) a composição de bens de exportação do país A no período 1; e (c) um resíduo que indica a diferença entre a variação efetiva e a variação esperada nas exportações de cada grupo de bens (STALDER, 1997).

Nas análises de *terceiro nível*, além de se fazer a distinção do produto, as exportações também são diferenciadas por região de destino. Neste caso, é acrescentado o termo j a equação (2), referente aos mercados de destino das exportações do país A, resultando em:

$$V_{ij}^1 - V_{ij}^0 = r_{ij} V_{ij}^0 + (V_{ij}^1 - V_{ij}^0 - r_{ij} V_{ij}^0) \quad (4)$$

Rearranjando os termos da equação (4) obtém-se:

$$V^1 - V^0 \equiv r V^0 + \sum_i (r_i - r) V_i^0 + \sum_i \sum_j (r_{ij} - r_i) V_{ij}^0 + \sum_i \sum_j (V_{ij}^1 - V_{ij}^0 - r_{ij} V_{ij}^0) \quad (5)$$

(a') (b') (c') (d')

Nesta análise mais complexa do método é possível verificar que a variação nas exportações pode resultar da soma de quatro efeitos. Assim, segundo Sereia (2002), tem-se os feitos (a') e (b') relacionados a fatores externos, e os efeitos (c') e (d') a fatores internos, onde:

- (a') efeito crescimento do comércio mundial exportações mundiais do bem i;
- (b') efeito composição da pauta de exportação do país A;
- (c') efeito destino das exportações do país A; e
- (d') efeito residual, que representa a competitividade do país A.

As escolhas da forma de derivação do modelo, dos dados utilizados e dos períodos de análise devem ocorrer de acordo com a proposta do trabalho. Dessa forma, visando obter uma análise mais aprofundada dos três efeitos, principalmente o efeito competitividade, optou-se nesse trabalho por utilizar dados expressos em quantidade das frutas selecionadas. A título de comparação, as derivações também foram feitas para os dados em valor e os resultados se encontram no ANEXO A do trabalho.

Tomich (1999), por exemplo, utilizou dados de quantidade para desenvolver o modelo CMS, argumentando que as variações de exportações e importação mundiais para esses dados são menores do que quando considerados os valores. O trabalho de Tomich (1999) baseou seus estudos na análise da competitividade brasileira de frutas selecionadas, tendo como referência básica o modelo empírico de Rigaux (1971), utilizando dados de 1980 a 1995, divididos em 2 sub-períodos compostos por médias trienais. O estudo de Stalder (1997) também se baseou no trabalho empírico de Rigaux (1971), analisando a participação do Brasil no mercado internacional de açúcar para o período 1979 a 1994, subdividindo em dois períodos de média hexa-anual. Carvalho (1995) analisou as exportações do complexo agroindustrial brasileiro para o período de 1973 a 1992, subdividido em quatro períodos, sendo três períodos com médias trienais e um período com médias tetra anuais (DIZ, 2008).

Assim como para valor, o modelo de CMS pode ser calculado para quantidade, partindo da mesma pressuposição de que a evolução da participação de mercado de um determinado país no comércio internacional é em função de sua competitividade relativa aos demais países fornecedores do mesmo produto (RICHADSON, 1971).

Assim:

$$s = \frac{q}{Q} = f\left(\frac{c}{C}\right), \quad f'(\cdot) > 0 \quad (6)$$

onde:

s = participação das exportações do país no comércio mundial;

q = quantidade total exportada pelo país A;

Q = quantidade total exportada pelo mundo;

c = competitividade do país A;

C = competitividade do mundo.

Derivando a quantidade exportada pelo país A em relação ao tempo, obtém-se:

$$\frac{dq}{dt} = s \frac{dQ}{dt} + Q \frac{ds}{dt} = s \frac{dQ}{dt} + Q f' \left(\frac{dc/dC}{dt} \right) \quad (7)$$

(a) (b)

Assim, o primeiro termo (a) representa a quantidade total exportada pelo país no período final, caso tivesse mantido a mesma participação de mercado adquirida no período inicial. O segundo termo (b) representa a variação das exportações do país devida a mudanças na competitividade relativa do país.

No entanto, conforme ressalta Tomich (1999), essa forma mais simples do modelo não considera a participação dos países importadores (parceiros comerciais) no mercado do produto analisado. Pode-se incorporar esse efeito partindo da seguinte equação:

$$s_{ij} = \frac{q_{ij}}{Q_{ij}} = f_{ij} \left(\frac{c_{ij}}{C_{ij}} \right), \quad f_{ij}'(\cdot) > 0 \quad (8)$$

onde os subscritos i e j referem-se às mercadorias e países de destino, respectivamente. O crescimento total das exportações passa a ser dado pela expressão:

$$\Delta q = \sum_i \sum_j s_{ij} \Delta Q_{ij} + \sum_i \sum_j Q_{ij} \Delta s_{ij} \quad (9)$$

No entanto, essa formulação diz respeito a tempo contínuo. Como os dados utilizados se aplicam a períodos discretos de tempo, pode-se reescrever a identidade acima da seguinte forma:

$$\Delta q = s^0 \Delta Q + Q^1 \Delta s \quad (10)$$

onde 0 e 1 indicam o início e final do período discreto de tempo.

Para se obter a variação das exportações totais do país em análise utiliza-se a seguinte equação:

$$\Delta q = s \Delta Q + \left[\sum_i (s_i \Delta Q_i - s \Delta Q) \right] + \left[\sum_i \sum_j s_{ij} \Delta Q_{ij} - \sum_i \Delta Q_i \right] + \sum_i \sum_j Q_{ij} \Delta s_{ij} \quad (11)$$

(a) (b) (c) (d)

onde, assim como na equação de valor (5), o termo (a) é o efeito crescimento do comércio, (b) representa o efeito pauta de exportação, (c) é o efeito destino das exportações e (d), efeito competitividade.

Youtopoulos e Nugent⁷, 1976 apud Stalder (1997) criticaram o modelo do *Constant Market Share* por desconsiderar a oferta nas inter-relações mundiais de comércio. No entanto, assim como Leamer e Stern (1971), ressaltam que o efeito competição, por incorporar os preços, reflete a interação das condições de demanda e oferta.

Utilizando argumentos de Carvalho (1995), Stalder (1997) aponta que a vantagem dessa análise com relação à tradicional da demanda reside em permitir agregar os resultados em termos da alocação de esforços para produtos e/ou regiões de destino com maior potencial de expansão. Embora a análise tenha caráter retrospectivo, é possível fazer inferências sobre o direcionamento do setor exportador para mercados mais favoráveis.

De acordo com Leamer e Stern (1970) e Richardson (1971), a análise pode gerar resultados diferentes conforme o período e também o nível de agregação de mercados escolhidos. Schaub (1987) considera que o uso de períodos que englobam dois ou mais anos nos estudos com CMS pode apresentar resultados mais confiáveis do que quando se trabalha com uma comparação anual.

4.1.1 Dados e implementação do modelo

A fim de estabelecer qual tem sido o padrão das exportações de frutas do Brasil para o mundo, ao longo dos últimos 20 anos, utilizando-se dados das exportações brasileiras de frutas frescas, desagregados por países de destino, pretende-se apresentar o perfil dos grandes mercados importadores do País. Além disso, o crescimento das exportações será analisado de forma a identificar quais os fatores responsáveis pela sua evolução, conforme o sub-período considerado.

O estudo definirá os efeitos de maneira simplificada e considerando-se que eles podem agir na mesma direção ou compensar-se, parcialmente ou totalmente. Os efeitos

⁷ YOUTOPOULOS, P.A; NUGENT, J. **Economics of development empirical investigations**. New York: Harper and Row, 1976. 478 p.

desagregados na análise de *market-share* são compreendidos segundo os conceitos abaixo discutidos, coincidindo com as definições usadas por Rigaux⁸:

(1) O **efeito crescimento** das exportações mundiais mede a variação das exportações totais do produto, considerando que o país em questão manteve a mesma participação no comércio que tinha no início do período analisado.

(2) O **efeito distribuição** mede a variação na participação de um país exportador no mercado mundial considerando que a sua participação em cada mercado individual seja mantida constante. Permite avaliar se o Brasil está direcionando seus esforços comerciais para mercado em crescimento e representativos no comércio mundial.

(3) O **efeito competitividade** é de análise mais complexa por agregar variáveis bastante diferentes, sendo identificado diretamente pela mudança no *market-share*. Reflete a variação das exportações do país em questão devido à sua competitividade relativa nos mercados em que atua.

O conceito de competitividade que será adotado é semelhante ao utilizado por Carvalho (1995). Ou seja, considera-se que o “desempenho” está diretamente relacionado à atuação do exportador no mercado internacional, sem indicar os fatores responsáveis pelos resultados.

Para o cálculo dos resultados em valor, será utilizado o mesmo modelo apresentado no item anterior (equação 5), porém, com uma derivação distinta, que está de acordo como o modelo de terceiro nível de Leamer e Stern, utilizado por Silva e Carvalho (2003).

A utilização do modelo de Silva e Carvalho está baseada na facilidade da compreensão dos dados a serem utilizados, além de não levar em conta as exportações mundiais de todos os produtos, mas apenas os dados referentes aos produtos analisados. Assim, a expressão que avalia o desempenho de cada mercadoria é:

$$V_i^1 - V_i^0 \equiv r_i V_i^0 + \sum_j (r_{ij} - r_i) V_{ij}^0 + \sum_j (V_{ij}^1 - V_{ij}^0 - r_{ij} V_{ij}^0) \quad (12)$$

⁸ RIGAUX, L.R. Market-share analysis applied to canadian wheat exports. **Canadian Journal of Agricultural Economics**, Quebec, v. 19, n. 1, p. 22-34, July 1971.

onde:

V^0 = valores das exportações totais do país em questão no período 0 (inicial);

V^1 = valores das exportações totais do país em questão no período 1 (final);

r = variação percentual das importações mundiais entre os períodos 0 e 1.

O subscrito i refere-se ao *enésimo* produto e o subscrito j aos mercados de destino. Sendo, portanto, a variação das exportações do produto i de um país para os mercados j , explicado pelos seguintes efeitos:

- $r_i V_i^0$ = crescimento do mercado de i ;
- $\sum_j (r_{ij} - r_i) V_{ij}^0$ = destino das exportações de i ;
- $\sum_j (V_{ij}^1 - V_{ij}^0 - r_{ij} V_{ij}^0)$ = competitividade.

Para os cálculos envolvendo quantidade, desenvolvendo e reagrupando os termos da expressão (11), chega-se à forma final do modelo:

$$\Delta q = \underbrace{(s^0 Q^1 - q^0)}_{(a)} + \underbrace{\left(\sum s_i^0 Q_i^1 - s^0 Q^1\right)}_{(b)} + \underbrace{\left(q^1 - \sum s_i^0 Q_i^1\right)}_{(c)} \quad (13)$$

Assim como para a equação (12), na equação (13) o termo (a) representa o efeito crescimento do mercado; (b) o efeito destino das exportações e (c) o efeito competitividade.

Dentre o conjunto de frutas frescas exportadas pelo Brasil, foram selecionadas as de maior importância na pauta das receitas com exportações de 2007 para serem alvos do presente estudo. Desta forma, as frutas escolhidas foram: banana, lima/limão, maçã, mamão, manga, melão e uva, formando um grupo de sete produtos. Em 2007, a soma da receita dessas frutas representou 89,7% do total da receita gerada com

exportações de frutas, refletindo a importância dessas variedades na pauta das exportações brasileiras de frutas.

Tabela 19 – Pauta das exportações brasileiras de frutas frescas de 2007

Frutas	Valor (US\$ FOB)	Volume (kg)
Uva	169.696.455	79.081.307
Melão	128.213.642	204.501.757
Manga	89.643.042	116.047.528
Maça	68.617.642	112.075.637
Banana	44.300.738	185.720.644
Limão	41.714.672	58.250.084
Mamão	34.403.924	32.266.912
Laranja	18.721.725	49.748.698
Abacaxi	17.633.858	36.764.072
Melancia	12.537.793	33.649.382
Figo	6.579.667	1.598.847
Tangerina	4.233.623	6.127.770
Outras frutas	2.060.721	863.572
Abacate	1.792.443	1.489.723
Outros cítricos	873.434	41.117
Framboesa	786.369	59.560
Goiaba	458.696	223.593
Airelas e mirtilos	168.345	11.003
Coco	162.065	188.847
Morango	115.425	37.909
Pêra	26.900	44.136
Kiwi	1.578	4.010
Ameixa	426	262
Pêssego	263	113
Total	642.743.446	918.796.483

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2008)

Os dados utilizados foram extraídos da FAO (2008) e Brasil (2008). A primeira fonte fornece os dados de participação das importações dos países para os quais o Brasil comercializa suas frutas e o segundo dados das exportações brasileiras dessas frutas.

4.1.2 Período da análise

O modelo analítico utilizado no estudo trabalha com variações relativas entre pontos discretos no tempo, sendo necessário determinar o período a ser analisado e

como dividir esse período em sub-períodos. Neste trabalho, os dados selecionados abrangem o período de 1989 a 2006 e a sua divisão foi feita em dois sub-períodos:

- 1989/90/91 a 1997/98/99: período em que se começa a ter dados mais representativos das exportações brasileiras de frutas;
- 1997/98/99 a 2004/05/06: período mais significativo das exportações por apresentar um grande salto nos volumes embarcados (mudança de patamar nas exportações).

Desse modo, foram utilizados dois sub-períodos cujos extremos são identificados pelas médias de três anos: 1989/90/91, 1997/98/99 e 2004/05/06.

4.2 Vantagem Comparativa Revelada

Em um mundo onde a distribuição dos fatores de produção acontece de forma desigual e por isso os custos de oportunidades são diferentes, o conceito de vantagem comparativa mostra que o comércio internacional é vantajoso quando os países se dedicam a produzir apenas aqueles bens em que são comparativamente mais eficientes do que os outros (HOLANDA, 2002). Dessa forma, esse indicador parte do pressuposto de que o país em questão tende a se especializar nas exportações de produtos que ofereçam vantagens competitivas. Uma maneira objetiva e simples, como o próprio conceito, de medir a vantagem comparativa de um país é definido pelo índice de Vantagem Comparativa Revelada - VCR de Balassa⁹.

Tradicionalmente, a VCR é calculada em relação ao mundo, apesar de alguns estudos a calcularem para diferentes regiões do globo. Assim como os indivíduos e as firmas, os países também competem entre si.

Segundo Farina (1998), a utilização desse indicador é uma forma útil de identificar vantagens e desvantagens comparativas de produtos (setores) selecionadas. Diversos autores consultados utilizam esse indicador como forma de compreender a competitividade de diversos produtos e serviços: Carvalho (1995), Farina (1998), Silva et al. (2003) e Vicente (2005).

Dessa forma, o indicador de Vantagem Comparativa Revelada é definido por:

⁹ BALASSA, B. **Trade liberalisation and revealed comparative advantage**. Washington: World Bank, 1965.

$$\left(X_i^{país} / X_t^{país} \right) / \left(X_i^{mundo} / X_t^{wmundo} \right) \quad (14)$$

onde:

$X_i^{país}$ = exportações do bem i do país;

$X_t^{país}$ = exportações totais do país;

X_i^{mundo} = exportações do bem i no mundo;

X_t^{wmundo} = exportações totais do mundo.

Nesse caso, valores acima de 1 para a VCR indicariam vantagem comparativa do país no setor em questão.

4.2.1 Período da análise

Diferentemente do CMS, os indicadores de VCR nas exportações de um produto podem ser calculados com frequência anual. O período considerado nesse estudo para a análise da VCR é o mesmo utilizado no caso do CMS – 1989 a 2006.

Para o cálculo desse indicador foram utilizados dados da FAO (2008) e da Organização Mundial de Comércio – WTO (2008).

4.3 Potencialidade e oportunidades do setor frutícola brasileiro

Para completar os resultados do modelo apresentado nos itens anteriores, foram selecionados os principais exportadores das sete frutas analisadas no presente estudo para discutir as potencialidades e oportunidades do setor frutícola brasileiro.

O cadastro foi obtido através da rede de colaboradores do Projeto Hortifruti Brasil, do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - CEPEA, do Departamento de Economia, Sociologia e Administração Rural, da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” - ESALQ. As entrevistas foram realizadas por telefone no mês de setembro de 2008. Um total de 21 exportadores foram entrevistados.

As principais considerações sobre a potencialidade e oportunidade do setor frutícola brasileira encontram-se no item 5.3 do presente trabalho.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 *Constant Market Share*

Com base nos resultados obtidos através do modelo *Constant Market Share*, pode-se analisar a decomposição dos três efeitos e de que forma cada um contribuiu para a evolução das exportações da fruticultura brasileira entre os dois períodos considerados no estudo, de 1989/90/91 a 1997/98/99 e de 1997/98/99 a 2004/05/06. Os resultados, utilizando-se os dados da quantidade exportada, são mostrados na Tabela 20. No ANEXO A encontram-se os resultados do modelo CMS para os dados de valor de exportação.

No primeiro período – que é definido como o início das exportações brasileiras de frutas -, o desempenho exportador varia de fruta a fruta. Para banana, lima/limão, maçã e manga, o fator competitividade foi que mais contribuiu. O único produto para qual o efeito destino apresentou maior contribuição foi para a uva. Para mamão e melão o efeito crescimento de mercado foi o que mais contribuiu para o aumento das exportações.

No segundo período – que é o intervalo mais representativo em termos de volume exportado das frutas –, o fator competitividade foi o que mais contribuiu para o aumento das exportações. A exceção foi para mamão, no qual o efeito destino das exportações e crescimento de mercado foram os fatores mais decisivos para o aumento das exportações da fruta.

Tabela 20 – Resultados do *Constant Market Share*, utilizando-se dados em quantidade exportada, para os efeitos crescimento de mercado, destino das exportações e competitividade

Item	Períodos			
	1989/90/91 a 1997/98/99		1997/98/99 a 2004/05/06	
Banana				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	-16,69%	100,00%	213,21%	100,00%
Crescimento de mercado	51,52%	-308,68%	12,79%	6,00%
Destino das exportações	74,69%	-447,52%	-4,46%	-2,09%
Competitividade	-142,90%	856,20%	204,88%	96,09%
Limão/lima				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	-1,38%	100,00%	1352,44%	100,00%
Crescimento de mercado	33,72%	-2447,90%	43,46%	3,21%
Destino das exportações	18,21%	-1321,78%	-28,52%	-2,11%
Competitividade	-53,31%	3869,68%	1337,50%	98,89%
Maçã				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	603,20%	100,00%	248,30%	100,00%
Crescimento de mercado	28,08%	4,66%	37,34%	15,04%
Destino das exportações	-27,55%	-4,57%	-14,83%	-5,97%
Competitividade	602,67%	99,91%	225,78%	90,93%
Mamão				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	170,94%	100,00%	230,96%	100,00%
Crescimento de mercado	138,63%	81,10%	109,86%	47,57%
Destino das exportações	-52,15%	-30,51%	138,25%	59,86%
Competitividade	84,46%	49,41%	-17,16%	-7,43%
Manga				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	557,70%	100,00%	194,09%	100,00%
Crescimento de mercado	193,33%	34,67%	64,33%	33,14%
Destino das exportações	68,19%	12,23%	24,14%	12,44%
Competitividade	296,18%	53,11%	105,62%	54,42%
Melão				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	117,95%	100,00%	181,09%	100,00%
Crescimento de mercado	74,34%	63,02%	24,71%	13,64%
Destino das exportações	25,26%	21,42%	-4,18%	-2,31%
Competitividade	18,36%	15,56%	160,56%	88,66%
Uva				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	140,30%	100,00%	779,19%	100,00%
Crescimento de mercado	41,18%	29,35%	42,96%	5,51%
Destino das exportações	133,62%	95,23%	-33,86%	-4,35%
Competitividade	-34,49%	-24,58%	770,09%	98,83%

Fonte: Resultados da pesquisa

* Participação de cada efeito na variação das exportações

5.1.1 Banana

De acordo com dados de exportação em quantidade, no primeiro período analisado, as exportações mundiais de banana apresentaram taxas médias de crescimento anual positiva (7%), enquanto que para as exportações brasileiras, essa

taxa foi 9% negativa. A decomposição das fontes de crescimento das exportações nacionais mostrou que essa retração na receita com as exportações de banana foi reflexo do efeito competitividade negativo, uma vez que naquele período não haviam instaladas no Brasil multinacionais especializadas na produção e comercialização da fruta, o qual foi superior ao crescimento positivo dos efeitos crescimento do mercado e destino das exportações no período de 1989/90/91 a 1997/98/99.

No segundo período (1997/98/99 a 2004/05/06), entretanto, a taxa média de crescimento anual das exportações de banana do Brasil foi de 19%, ficando bem acima da taxa média mundial, de 2%. Nesse período, o efeito distribuição foi negativo, o que equivale dizer que as exportações brasileiras foram destinadas a mercados que cresceram a taxas inferiores à média mundial. Contudo, o efeito competitividade foi altamente positivo, visto que importantes multinacionais relacionadas ao setor produtor/exportador dessa fruta se instalaram no País, sendo esse efeito um dos principais determinantes do crescimento das exportações nacionais.

5.1.2 Lima/limão

No caso da lima/limão, assim como para a banana, apresentou taxa média de crescimento anual, em quantidade, inferior a média mundial no primeiro período analisado (1989/90/91 a 1997/98/99). Ou seja, enquanto a taxa mundial de crescimento foi de 4%, a taxa brasileira foi 8% negativa, reflexo do efeito competitividade negativa, uma vez que essa a lima ácida tahiti – que é a cultivar mais exportada do grupo lima/limão - ainda era pouco divulgada no exterior em comparação ao comércio dos limões verdadeiros tradicionais no mercado externo.

Já no segundo período (1997/98/99 a 2004/05/06), o crescimento das exportações brasileiras foi 43% superior a média mundial, uma vez que o efeito competitividade apresentou valores altamente positivos frente aos grandes investimentos na divulgação da fruta, principalmente na Europa. Nesse mesmo período, o efeito destino das exportações foi negativo, contudo, não foi suficiente para prejudicar o balanço final das exportações da lima/limão.

5.1.3 Maçã

A maçã brasileira, diferentemente das duas primeiras frutas analisadas, apresentou taxas médias de crescimento anual do volume superior as mundiais nos dois períodos analisados. Contudo, apesar desse crescimento nas últimas duas décadas, o Brasil ainda representa uma pequena participação nas exportações mundiais, visto que é um mercado altamente competitivo tanto com os concorrentes do Hemisfério Sul (Argentina, África do Sul e Chile) quanto do nível de estoque na entressafra dos produtores do Hemisfério Norte. Além disso, o mercado doméstico brasileiro é o principal foco das empresas nacionais, que vislumbram maiores oportunidades no mercado interno brasileiro.

Os aumentos nos valores das exportações de maçã em todo o período analisado estão sendo explicados pelo efeito crescimento de mercado e, principalmente, pela competitividade. Os dois fatores que podem explicar esse resultado são a diversificação de mercados compradores da fruta brasileira e o preço mais atrativo frente aos seus principais concorrentes no segundo período analisado (ANEXO B).

5.1.4 Mamão

Este é um produto em que o Brasil tem grande participação na produção mundial, estando na primeira colocação no *ranking* dos maiores produtores, e na segunda colocação na pauta receita com exportação na média do triênio 2003/04/05. Dessa forma, apresentou taxas de crescimento anual positivas, quando relacionado a quantidade exportada, de 9% no primeiro período e 17% no segundo período, sendo essa última superior a média mundial, que foi de 10% nos dois períodos analisados.

Nesse mercado, verifica-se que o principal responsável pelo desempenho das exportações no primeiro período (1989/90/91 a 1997/98/99) foi o crescimento do mercado e a competitividade, enquanto que no segundo período (1997/98/99 a 2004/05/06), os efeitos destino das exportações e crescimento de mercado foram os principais determinantes.

É interessante ressaltar que, no período de 2004/05/06, o preço FOB do mamão brasileiro aumentou e isso pode ter sido um dos fatores que resultou no efeito negativo

da competitividade no segundo período analisado. O encarecimento do custo de produção, logísticos e o real valorizado impulsionaram os preços externos do mamão (ANEXO C).

5.1.5 Manga

Assim como para a maçã, as taxas médias de crescimento anual da quantidade exportada de manga foram superiores as das taxas mundiais nos dois períodos analisados, ou seja, enquanto o Brasil expandiu suas exportações em 20% no primeiro período (1989/90/91 a 1997/98/99), a média mundial era de 15%. Já no segundo período (1997/98/99 a 2004/05/06), o Brasil expandiu em 19%, enquanto a média mundial foi de 10%.

Nesse caso, todos os efeitos se mostraram positivos nos dois períodos. E, pode-se dizer que o efeito competitividade foi o mais determinante para o crescimento das exportações. Esses efeitos positivos generalizados podem estar indicando a melhora da produção em termos qualitativos, o que permitiria a presença da fruta brasileira nos mercados externos, acompanhando o crescimento do mercado mundial desta fruta. Além disso, o preço da manga brasileira esteve mais competitivo na maior parte do período analisado em relação à média dos preços dos seus principais concorrentes (México e Peru) (ANEXO D).

5.1.6 Melão

O melão é outro produto em que as taxas médias de crescimento anual da receita com exportação brasileira superam a média mundial nos dois períodos estudados. No primeiro (1989/90/91 a 1997/98/99) o crescimento do Brasil foi 2% superior ao do mundial, enquanto que no segundo (1997/98/99 a 2004/05/06) essa diferença foi ainda maior, com o Brasil crescendo 13% a mais. Tanto é significativa essa evolução na exportação do melão brasileiro que, na média do triênio 2003/04/05, esse se encontrou na terceira posição no *ranking* dos maiores exportadores em receita.

Esse aumento nas exportações, segundo os dados de quantidade utilizados no modelo CMS, revela que o efeito competitividade foi o fator determinante para o bom

desempenho dos embarques no segundo período analisado, uma vez que o País consegue ofertar uma fruta de excelente qualidade durante a janela de produção dos países que cultivam a fruta no Hemisfério Norte, como por exemplo, a Espanha. No primeiro período, contudo, o principal fator responsável pelo aumento nas exportações foi o efeito crescimento do mercado.

5.1.7 Uva

As exportações da uva brasileira apresentaram um crescimento bastante acentuado a partir dos anos 2000, superando largamente as taxas médias mundiais. Dessa forma, verifica-se para a uva brasileira que a taxa de crescimento anual da quantidade exportada foi 33% superior a média mundial no segundo período (1997/98/99 a 2004/05/06) e 1% superior no primeiro período (1989/90/91 a 1997/98/990).

A alta nas exportações da uva brasileira no segundo período é determinada basicamente pelo elevado valor do efeito competitividade, uma vez que a fruta brasileira passou a apresentar um qualidade de fruta superior, principalmente das frutas sem sementes (mais demandadas pelo mercado externo) e maior produtividade, além dominar melhor a tecnologia de produzir e ofertar a fruta em períodos de entressafra dos principais países concorrentes (Chile, África do Sul), ou seja, nas janelas de mercado.

5.1.8 Resultados gerais

O modelo *Constant Market Share* - CMS permitiu a distinção dos efeitos explicativos da evolução das exportações brasileiras de frutas. Contudo, o modelo não permite a identificação dos fatores que explicam o efeito da competitividade na fruticultura exportadora brasileira.

Assim, a revisão bibliográfica feita nos capítulos anteriores, bem como a análise gráfica do desempenho das exportações brasileiras entre preço de exportação da fruta brasileira e a taxa de câmbio (ANEXOS E a K), possibilitam identificar os fatos que têm sido responsáveis pelos ganhos de competitividade. O ajuste da tendência dos gráficos

também permitiu calcular o efeito das variáveis selecionadas: preço exportação sobre a quantidade (Tabela 21).

Tabela 21 - Elasticidades das exportações das frutas selecionadas em relação à taxa de câmbio e ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira

Produto	Taxa de câmbio	Preço de exportação da fruta brasileira
Banana	2,54	-1,67
Lima/limão	4,10	1,85
Maçã	3,72	-0,37
Mamão	3,23	1,72
Manga	2,88	-1,04
Melão	2,04	2,46
Uva	2,28	2,31

Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

O resultado da Tabela 20 mostra que o efeito competitividade foi o fator que mais contribuiu para o desempenho exportador das frutas (exceto mamão), principalmente quando se analisa o segundo período de exportação (de 1997/98/99 a 2004/05/06). A competitividade na área de frutas, como já comentado anteriormente, tem uma relação direta com preços e qualidade. Avaliando a importância do fator preço na competitividade das frutas, através dos ANEXOS E a K, bem como suas respectivas elasticidades, é possível fazer algumas considerações:

- Todas as frutas analisadas têm alta sensibilidade ao câmbio; quando mais valorizado o dólar, maior é a quantidade exportada;
- A quantidade exportada da fruta brasileira é sensível à variação dos preços de exportação do Brasil. As frutas brasileiras que enfrentam uma elevada concorrência com frutas de outras origens no ambiente externo - como banana, maçã e manga – apresentam uma relação negativa entre preços e quantidade exportada. No caso da manga, o Brasil possuiu algumas janelas de exportação nos Estados Unidos e na Europa. Contudo, em 2004/05/06, as exportações brasileiras de manga têm enfrentado uma maior concorrência com frutas de outras origens e restringindo bastante suas janelas de exportação.

- Por outro lado, para as frutas brasileiras que exploram as janelas de mercado – quando a concorrência com outras origens é reduzida – o principal fator responsável pelo aumento nas exportações foi o ganho de qualidade e a diversificação das variedades exportadas. Isso explica a relação positiva entre preço e quantidade. Esse foi o caso da uva e do melão, que ao longo dos anos 2000 teve ganhos de qualidade e um número maior de variedades sendo ofertadas. No caso da lima/limão, o esforço da cadeia em mostrar uma nova fruta, até então desconhecida pelo consumidor europeu, foi um dos principais fatores que explicam a competitividade. Para esse grupo, a competitividade não está diretamente relacionada ao preço, mas pode estar relacionada a fatores como qualidade da fruta e outros atributos agregadores de valor: rastreabilidade, produtos pronto para consumo, apelo ambiental, social e estímulos ao consumo (*marketing*).

5.2 Vantagem Comparativa Revelada

Os resultados, apresentados na Tabela 22, quantificam o peso relativo das exportações de cada produto na pauta de exportações da fruticultura brasileira, em relação à situação ocorrida em nível mundial. Pode-se observar, também, o quadro evolutivo da vantagem comparativa desses produtos ao longo do período analisado.

Assim como já foi verificado nos resultados do modelo *Constant Market Share*, através da vantagem comparativa também se verifica o bom comportamento das exportações em receita de mamão, manga e melão, em relação à média mundial, em todo o período analisado.

Contudo, é a partir dos anos 2000 que as exportações ganham ainda mais destaque para esses 3 produtos. Além disso, as frutas que até então eram pouco exploradas também passam a conquistar o mercado externo, como é o caso da lima/limão, maçã e uva.

O único produto que apresentou indicadores de vantagem comparativa inferiores a unidade em todo o período analisado foi a banana, o que se deve, principalmente, ao fato do Brasil ser um grande consumidor da fruta e não ter qualidade, preço e/ou logística para competir no mercado externo.

Tabela 22 – Resultado da Vantagem Comparativa Revelada por produto

Ano	Banana	Limão/Lima	Maçã	Mamão	Manga	Melão	Uva
1989	0,473	0,237	0,070	6,131	3,213	2,037	0,144
1990	0,349	0,199	0,140	6,439	2,912	2,348	0,153
1991	0,635	0,326	0,076	6,388	2,751	3,559	0,422
1992	0,532	0,322	0,872	6,367	3,443	3,596	0,496
1993	0,426	0,371	0,553	6,536	7,366	6,110	0,859
1994	0,264	0,250	0,607	6,836	6,503	5,563	0,450
1995	0,093	0,094	0,228	6,815	8,433	2,945	0,576
1996	0,144	0,102	0,062	6,810	9,221	4,834	0,344
1997	0,175	0,120	0,424	10,974	5,938	3,272	0,222
1998	0,255	0,217	0,231	9,426	9,171	4,170	0,285
1999	0,314	0,454	1,375	16,924	10,047	4,775	0,446
2000	0,345	0,749	1,579	18,532	10,859	4,494	0,684
2001	0,406	1,089	0,796	15,852	12,967	5,847	0,919
2002	0,842	1,432	1,171	17,801	14,045	5,980	1,348
2003	0,664	1,812	1,147	18,627	13,921	7,168	1,982
2004	0,515	1,583	1,811	12,559	10,679	6,849	1,529
2005	0,517	1,907	1,043	14,633	10,387	7,597	2,308
2006	0,582	2,409	0,632	14,443	9,995	7,399	2,586

Fonte: Resultados da pesquisa

A expansão nas exportações se deve, em parte, à valorização do dólar, que tornou o mercado externo muito mais atrativo ao setor frutícola. Além disso, políticas governamentais e setoriais, como, por exemplo, a liberação de crédito e de incentivo a produção em áreas até então pouco exploradas, como era o caso das áreas ao redor do Rio São Francisco, possibilitaram o incremento na produção brasileira.

Além disso, a organização da produção através de importantes instituições gerou ganhos de coordenação na produção, favorecendo o acesso à informação de mercado, bem como na gestão de marcos regulatórios do setor (DIZ, 2008).

Uma das instituições que merece destaque é o Ministério da Agricultura e Pecuária - MAPA, o qual criou o Programa de Desenvolvimento da Fruticultura - PROFRUTA com o objetivo estratégico de elevar os padrões de qualidade e competitividade da fruticultura brasileira ao patamar de excelência requerido pelo mercado internacional. Esse programa criou e regulamentou a Produção Integrada de Frutas - PIF no Brasil, a partir das Diretrizes Gerais para a Produção Integrada de Frutas - DGPIF.

Outra instituição governamental que teve importante papel no desenvolvimento da fruticultura foi a Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba - CODEVASF, nesse caso, em especial, abordando a região nordestina

situada, principalmente, ao redor do Rio São Francisco. Entre suas principais contribuições pode-se destacar a gestão dos projetos de irrigação. Essa instituição tinha como atribuição determinar a distribuição dos lotes públicos irrigados entre os produtores locais, buscando a eficiência em termos de capacitação gerencial desses produtores, uso de infraestrutura de irrigação e adequação à escala de produção. Todas as fases de execução dos projetos de irrigação foram geridas pela CODEVASF e o sucesso de sua gestão foi fundamental para a viabilidade da produção frutícola local, principalmente em se tratando da manga, uva e melão.

5.3 Potencialidade e oportunidades do setor frutícola brasileiro

5.3.1 Mercado da banana

Apesar de o Brasil ser o segundo maior produtor mundial de banana, a fruta não é tradicionalmente exportada pelo País. As principais barreiras para expansão das exportações são dificuldade de participar do mercado externo devido à verticalização da produção e comércio externo dominado por grandes *traders*, as barreiras tarifárias – principalmente o protecionismo europeu com as suas ex-colônias, o alto custo de produção, a baixa produtividade/qualidade nas principais roças brasileiras e o elevado consumo interno.

O mercado internacional de banana apresenta uma estrutura oligopolista, isto é, poucas empresas dominam a produção e comercialização da exportação da fruta. Essas empresas apresentam um elevado controle da cadeia de banana: desde a produção, beneficiamento, navios próprios para a exportação e distribuição da fruta no varejo, através de parcerias com grandes redes de supermercados. Essa integração da cadeia pelos grandes *traders* é mais comum nos países tradicionais exportadores de banana, como o Equador e a Costa Rica. Essa elevada integração do sistema de produção e exportação é uma das principais barreiras para o Brasil atender ao mercado norte-americano.

Além da integração do sistema de produção concentrado em poucas empresas, o Brasil enfrenta as barreiras protecionistas da Europa com suas ex-colônias. O fracasso das negociações em Doha em 2008 inibiu as expectativas dos

produtores/exportadores de banana latinos e centrais numa maior abertura do mercado europeu.

No caso de janelas de exportação, a banana é praticamente exportada o ano todo pelos principais exportadores, reduzindo a possibilidade do País entrar em algumas épocas do ano na entressafra dos seus concorrentes. Uma possibilidade para o Brasil é no primeiro trimestre do ano, quando a produção dos principais exportadores para a União Européia reduz em relação aos demais meses do ano. No entanto, nesta época, o Vale do Açu (RN), principal região brasileira exportadora de banana ao continente europeu, também tem problemas de obter, por enquanto, um bom volume de frutas de elevada qualidade, uma vez que coincide com o período de chuva.

Apesar das elevadas barreiras, o Brasil pode ampliar suas exportações devido ao tamanho do mercado de banana, que é a principal fruta exportada. Uma iniciativa importante é melhorar sua qualidade, produtividade e desenvolver um canal de exportação, atraindo inclusive as principais *traders* globais para o Brasil.

5.3.2 Mercado da lima/limão

O Brasil, em especial o estado de São Paulo, é o maior exportador da lima ácida tahiti *in natura* para a União Européia e o segundo mundial. O México é o maior exportador em volume, mas concentra suas vendas nos Estados Unidos. Na União Européia, no triênio 2005/06/07, quando não se considera os países produtores/exportadores daquele bloco, o México foi responsável por 20% e o Brasil 74% do total importado da lima ácida tahiti (EXPORT HELPDESK, 2008).

A maior oferta da tahiti brasileira concentra-se no primeiro semestre devido ao comportamento das floradas. No entanto, por conta do melhor desempenho dos preços tanto na Europa quanto no mercado interno no segundo semestre, é de interesse do setor buscar o aumento da produção nesta época. As condições climáticas em São Paulo, porém, tornam a alteração do calendário de oferta local muito difícil. Em regiões áridas e semi-áridas no Brasil, como a Bahia, é possível colher um bom volume da fruta no segundo semestre. Assim, a tendência é a aumento dos embarques da lima ácida do Nordeste brasileiro nos últimos meses do ano para atender a demanda européia, o que tem estimulado a produção da fruta na região.

Com relação aos embarques para os Estados Unidos, o México é praticamente o único fornecedor da lima ácida, com mais de 98% do mercado, segundo o USDA (2008). Assim, o comportamento dos preços nos Estados Unidos segue a disponibilidade da fruta mexicana, apresentando as menores cotações na segunda metade do ano, período de safra no México.

No primeiro semestre do ano, período de entressafra mexicana, o Brasil poderia abastecer o mercado norte-americano sem grande concorrência. No entanto, a oportunidade de exportar a fruta para os EUA é prejudicada pelas barreiras fitossanitárias impostas à citricultura brasileira, independente da fruta: laranja, tangerina e ou lima ácida. Nesse sentido, é necessário que seja retomado um trabalho que havia sido iniciado junto ao Ministério da Agricultura solicitando a abertura deste mercado para áreas comprovadamente isentas de doenças que atingem a cultura, como o cancro cítrico e a pinta preta.

Na União Européia, a concorrência entre Brasil e México é maior na entressafra paulista, que ocorre no segundo semestre. Além disso, durante todo o ano, é cobrada uma taxa de importação de 8,9% no mercado europeu. Um fator para ampliar a competitividade brasileira seria a desoneração desta tarifa para o Brasil.

5.3.3 Mercado da maçã

O calendário dos embarques de maçã brasileira normalmente defini-se com envios de gala durante os meses de fevereiro a julho, e fuji de abril a julho, com algumas cargas sendo embarcadas até fim de agosto, especificamente ao mercado europeu. O primeiro semestre é o mais favorável para as exportações brasileiras em razão das condições climáticas, bem como para os demais países do Hemisfério Sul. Já o segundo semestre é considerado período de safra no Hemisfério Norte, dificultando a entrada da fruta brasileira naquele mercado, pois compete com as frutas produzidas em temperaturas mais baixas.

Outra dificuldade no segundo semestre é que a partir de agosto inicia a tributação na Europa sobre a importação de maçã brasileira. A isenção da taxa pela fruta brasileira ocorre somente entre 31 de março até 31 de julho. O Chile, por sua vez, não paga esta taxa devido a um acordo bilateral. Vendas para os Estados Unidos, por

outro lado, são pequenas devido a diversos entraves, como as barreiras tarifárias e fitossanitárias e a exigência do tratamento a frio.

Oportunidades mais viáveis de crescimento, contudo, concentram-se em novos mercados para a maçã brasileira, como Rússia, Oriente Médio, Caribe, Leste Europeu e América Central.

Exportadoras nacionais já se mostraram interessadas em investir em novos mercados no exterior, principalmente para a variedade gala. No primeiro semestre de 2008, dados da SECEX mostraram que cresceram as vendas para Rússia, Oriente Médio, África e América Central, enquanto reduziu a participação da União Européia entre os principais destinos da fruta exportada pelo Brasil.

Segundo exportadores, esses países são mercados com potencial de expansão, mas que mostrarão resultados concretos como bons consumidores após três ou quatro temporadas de comercializações. De qualquer forma, o Brasil tem se mostrado em plena capacidade de explorar novos mercados e expandir as exportações do setor macieiro.

5.3.4 Mercado do mamão

O Brasil tem um importante papel no comércio internacional de mamão papaia. Na União Européia, o mamão brasileiro representa uma fatia de 72% no total das importações em volume ostentando a posição de maior fornecedor do produto a esse mercado (EXPORT HELPDESK, 2008).

Quanto a produção brasileira, muitas lavouras detêm a tecnologia de produção para garantir uma fruta de qualidade e em quantidades adequadas em grande parte do ano. No entanto, a sazonalidade da demanda externa influencia tanto nos embarques quanto nos preços de exportação do mamão nacional, especialmente no principal destino: União Européia. De junho a julho, o mamão concorre com frutas européias; de setembro a janeiro, a elevação nos embarques de outras frutas tropicais, incluindo o mamão de outros países, pressionando os preços da mercadoria na Europa. Esta variação na procura pelo mamão dificulta um aumento nos exportações para mercado europeu pelos mamonicultores do Brasil.

Com relação aos embarques para os Estados Unidos, a participação do mamão brasileiro é pequena em comparação com a fruta mexicana ou de Belize, ficando em terceiro colocado no volume exportado, com uma participação de cerca de 3% no mercado. Uma melhor oportunidade para a fruta brasileira seria a exportação no período de menor oferta dos seus concorrentes no mercado norte-americano: agosto e outubro. As dificuldades do setor de exportações de aproveitar melhor esta oportunidade e escoar maiores parcelas da colheita aos EUA consistem ao maior calibre da fruta formada durante o inverno (pouco aceito pelo mercado norte-americano), ao alto investimento técnico-administrativo para obter a permissão de exportação e a concorrência com países mais próximos que possuem os custos de frete mais baixos.

Em se tratando do *maradol*, produzido no México, a variedade recebe em média preço duas vezes menor ao do *golden*, comercializado pelo Brasil. Segundo produtores, embora o *golden* tenha características comerciais vantajosas sobre o *maradol*, como sabor, esta tem um grande mercado devido à preferência dos consumidores latinos nos Estados Unidos e aos preços baixos. Estratégias de *marketing* vêm sendo trabalhadas pelas grandes empresas nacionais para elevar as vendas do *golden*, focando nas características nutritivas do produto.

Frente às dificuldades em se aumentar a quantidade de mamão nacional nos mercados europeu e norte-americano, exportadores têm buscado novos compradores ao redor do mundo. Além disso, o setor tomou medidas para manter a rentabilidade do negócio, agregando valor ao produto, buscando novos nichos de mercado e conquistando, ainda mais, a confiança dos consumidores estrangeiros no mamão produzido no Brasil.

5.3.5 Mercado da manga

As exportações da manga brasileira, representadas principalmente pela variedade *tommy atkins* produzida no Vale do São Francisco, são realizadas em sua maioria durante o segundo semestre (de agosto até início de dezembro), principalmente para União Européia e Estados Unidos, maiores consumidores da manga brasileira.

Em se tratando do mercado norte-americano, as exportações brasileiras iniciam-se em agosto, quando chega ao fim a safra mexicana, estendendo-se até dezembro. Analisando-se os preços da manga *tommy atkins* no porto da Filadélfia, nos Estados Unidos, os melhores valores encontram-se na entressafra do México e Peru, entre setembro e novembro. Exportar no primeiro semestre significa competir com a manga mexicana, produzida a custos mais baixos do que a brasileira, devido a sua proximidade do mercado norte-americano. Questões de logística e custo de produção tornam praticamente impossíveis a ampliação do calendário das exportações brasileiras para os EUA.

A exceção é dada pela manga produzida no Rio Grande do Norte, mais especificamente na região de Ipanguaçu, que representa uma pequena parcela da manga brasileira que entra no mercado norte-americano no primeiro semestre, entre fevereiro e março. A produção nesta região é pequena quando comparada a do Vale do São Francisco, mas apresenta qualidade superior nos primeiros meses do ano, devido a características climáticas mais favoráveis, possibilitando os embarques para os Estados Unidos por algumas semanas em fevereiro e março, quando o México ainda envia pouco volume da fruta. Os embarques terminam em março, quando aumenta a oferta mexicana e começa a safra da Guatemala, que além de pressionar as cotações, tornam a manga do Rio Grande do Norte pouco competitiva.

Já em relação ao mercado europeu, o maior volume embarcado de manga também é registrado no segundo semestre, principalmente entre setembro e dezembro, período em que a concorrência com outros países é menor e os preços no mercado são mais altos. Analisando-se o calendário das importações da União Européia, verifica-se que, apesar da oscilação no volume ao longo dos meses, há entrada da manga brasileira durante o ano todo. Tal fato pode ser considerado um indicativo de que, quando se tratando da União Européia, não existe um país com grandes vantagens competitivas em relação à manga brasileira, como é o caso do México nos Estados Unidos. O Brasil é o principal fornecedor de manga para a União Européia, representando 40% do total das importações (EXPORT HELPDESK, 2008).

De acordo com exportadores brasileiros, o principal limitante à ampliação das exportações brasileiras é o fator qualidade. Há períodos em que os preços pagos pela

manga no mercado europeu são elevados no primeiro semestre, pois a oferta de outros países produtores não é grande o suficiente para pressionar as cotações, contudo, o Brasil não possui a fruta em volume e qualidade necessária para ser exportada.

Se a produção brasileira nas roças nordestinas fosse mais distribuída ao longo do ano e apresentasse qualidade constante, poderíamos aumentar os volumes embarcados para a União Europeia no primeiro semestre. Outro fator importante para impulsionar as exportações é ampliar o consumo da manga, principalmente na Europa.

5.3.6 Mercado do melão

Dentre os principais concorrentes do Brasil na Europa destacam-se os países da América Central (Costa Rica, Panamá e Honduras). Nesses países, a produção é de elevada escala, e em geral com custo menor que o do Brasil, principalmente por causa do valor do frete marítimo inferior. Estes países, assim como o Brasil, atuam na entressafra espanhola. Além disso, existe a competição com o produto local (Espanha, França), e em menor volume com os vindos da Turquia, Israel, Irã, Chipre, Bulgária, entre outros, que somados, resultam num volume significativo. Assim, durante o período da produção europeia é inviável aumentar as exportações do Brasil ou de países em que a distância limita a competitividade com o produto europeu.

É importante uma redução nos custos logísticos para ampliar a competitividade brasileira. A agilização na liberação de carga e documentos nos portos e aeroportos pelos agentes fiscalizadores, a diminuição dos custos dos serviços dos operadores portuários, melhoria nas condições das estradas, entre outros, seriam ações positivas no crescimento das exportações brasileiras de melão.

Avaliando os preços médios do melão, cotados no porto de Roterdã entre os anos de 2005 a 2007, observa-se que a boa qualidade do produto nacional permite muitas vezes uma maior valorização da fruta em relação a outras origens. A diferenciação do produto nacional é essencial para o País, uma vez que os custos com a produção estão crescendo em ritmo acelerado. Contudo, existem momentos onde o volume embarcado é muito elevado e os preços caem muito abaixo do que o registrado para outros países; chegando a ocorrer rejeição da fruta até mesmo em consignado, visto a dificuldade nas vendas.

De acordo com empresas exportadoras do setor, as maiores oportunidades de mercado estão principalmente nos países Árabes e na Rússia. Os embarques para os países norte-americanos, ao contrário, deverão seguir com volumes muito restritos, pois exportadores necessitam grande incremento nos preços para manter a rentabilidade das exportações. Além disso, as barreiras tarifárias no valor de 28% para os meses de março a outubro, inviabilizam uma ampliação no calendário de exportação brasileiro.

Apesar dos impasses citados, há também os que acreditam numa oportunidade real de crescimento no setor, mesmo que trabalhando no mesmo calendário de exportação. Isso seria possível, principalmente, com foco na qualidade, que não se restringe apenas à isenção de avarias, mas também num investimento em embalagem, cuidados pós-colheita, e garantia de *brix* suficiente para que o consumidor se sinta satisfeito ao adquirir a fruta brasileira.

5.3.7 Mercado da uva

A uva brasileira representa apenas 2% na receita mundial de exportações da fruta. No entanto, é destaque da pauta de exportações de frutas frescas do País, sendo a principal fruta exportada (valores em receita) nos últimos quatro anos (2005 a 2008).

O crescimento nas exportações se deu principalmente em função da capacidade de produção de uvas pelo Vale do São Francisco e da possibilidade de manejar a colheita para as épocas de maiores preços e menor competição na Europa e América do Norte, o que tem caracterizado o mercado de uvas de mesa como um mercado de “janelas”, ou seja, que somente se apresenta viável quando não há capacidade de produção por nenhum outro país concorrente. Esta caracterização é baseada na análise dos preços médios nos portos de Roterdã (Holanda) e Filadélfia (Estados Unidos), entre os anos de 2005 e 2007, que apresenta tendência altista entre os meses de abril a junho e principalmente de outubro a dezembro, períodos de desabastecimento local que favorecem a entrada da uva brasileira.

O Brasil tem muita dificuldade em ampliar seu calendário de embarques da fruta, visto que enfrenta a concorrência local da Europa (Itália, Espanha e Grécia) e Estados Unidos (estado da Califórnia) que, apesar de serem os principais consumidores mundiais, figuram também como os maiores produtores da fruta. Outros concorrentes

do Brasil nesses mercados, a partir de dezembro, são Chile e África do Sul. Pesa também contra a vendas brasileiras o câmbio. Nesse cenário, uma estratégia pode ser focada no aumento das vendas para os mesmos mercados – Estados Unidos e Europa – nos períodos em que a fruta brasileira tem melhor competitividade.

Apesar da dificuldade em ampliar as “janelas” de exportação nacional, a tendência ainda é de crescimento positivo das exportações para a União Européia, mas abaixo do registrado entre os anos de 2005 a 2007, visando manter os preços a patamares que sustentam a rentabilidade das exportações. Um pouco mais de espaço existe para o mercado inglês, no entanto, a qualidade deve atender as exigências superiores desse destino. Quanto aos Estados Unidos, as expectativas são ainda mais animadoras, visto que a demanda desse país é crescente em volume e por novas variedades. Apesar dos Estados Unidos serem o quinto maior produtor mundial de uva de mesa, o país precisa importar fruta nos períodos de menor oferta.

O Brasil tem se apresentado capaz ofertar frutas em quantidade e qualidade satisfatórias, exportando para os Estados Unidos no período de entressafra do México e do Chile, países que têm como vantagem nesse mercado a ausência de taxações. Nessa janela, o Peru também tem ampliado vendas, ofertando uvas sem semente. A produção desse país é inferior a brasileira, mas requer atenção por parte dos exportadores brasileiros.

No primeiro semestre, o Brasil possivelmente se encaixaria com vantagem no mercado mundial, já que entraria após o final da safra chilena e sul-africana com uma fruta muito mais fresca, além disso, nos Estados Unidos há um período livre de taxação entre os 1 de abril e 30 de junho. No entanto, apesar da possibilidade de produzir ao longo de todo ano no Vale, o clima adverso com incidência inconstante de chuvas entre os meses de março a maio inviabiliza a qualidade para exportação, fazendo com que a região se organizasse para produzir com maior eficiência no segundo semestre, tendo como principal período de embarque os meses de setembro a novembro. Ainda no primeiro semestre, por mais que as chuvas em si não causem problemas a fruta, a umidade do ar pode propiciar aumento da incidência de doenças fúngicas, o que faz com que aumente as pulverizações, podendo comprometer sua garantia quanto ao limite máximo de resíduos de produtos fitossanitário.

As alternativas para o Brasil, especificamente no Vale do São Francisco, encontram-se no aumento da produtividade, redução do custo de produção, proporcionando assim um produto mais competitivo no mercado internacional. Para isso, a região já investe em mudanças nas técnicas de produção, como por exemplo, adensamento entre plantas, encurtando dos galhos, produção de cachos menos alongados (definidos no raleio) que deixam bagas mais uniformes tanto em tamanho como em coloração. Além disso, o investimento em outras variedades, buscando a preferência do mercado internacional, é uma alternativa interessante, como por exemplo, a expansão do plantio da *crimson*, em que o Brasil é o único capaz de produzir entre novembro e meados de dezembro.

6 CONCLUSÕES

O trabalho teve como objetivo analisar os fatores que contribuíram para o aumento da competitividade das exportações brasileiras de frutas, entre os anos de 1989 a 2006, com base nos resultados obtidos através dos modelos *Constant Market Share* - CMS e Vantagem Comparativa Revelada - VCR.

O setor frutícola brasileiro apresentou um desempenho exportador bastante promissor no período analisado no estudo (1989 a 2006). As seis principais frutas mais exportadas pelo País – a exceção da banana – ganharam inserção no mercado internacional nos anos 2000.

Quanto aos fatores que mais contribuíram para o desempenho das exportações de frutas brasileiras, o relacionado à competitividade foi o mais importante, principalmente no segundo período de análise. Algumas variáveis foram analisadas no estudo na tentativa de explicar os fatores que contribuíram para os ganhos de competitividade. Dentre elas, o câmbio, o preço e a qualidade foram as mais importantes.

No geral, o dólar valorizado contribuiu para o aumento da competitividade das frutas. Quanto ao preço de exportação, ele apresentou maior influência sobre a quantidade exportada quando o produto enfrenta no mercado de destino concorrência de frutas de outras origens. No estudo, verificou-se que o preço atrativo da fruta brasileira foi importante para explicar o fator competitividade para as seguintes frutas: banana, maçã e manga.

Já no caso das frutas exportadas pelo País na entressafra dos principais concorrentes – quando a concorrência com frutas de outras origens é baixa - o principal fator foi o ganho de qualidade da fruta brasileira e a diversidade das variedades exportadas. Esse foi o caso da uva e do melão, que ao longo dos anos 2000 tiveram ganhos em qualidade e um número muito maior de variedades sendo ofertadas, principalmente as mais demandadas pelos compradores.

No caso do grupo lima/limão, que tem na lima ácida tahiti o seu maior representante, o esforço da cadeia em mostrar uma nova fruta, até então desconhecida

pelo consumidor europeu, foi um dos principais fatores que podem explicar a competitividade.

O mamão foi a única fruta para qual os efeitos crescimento de mercado e destino das exportações foram mais representativos do que a competitividade. Uma explicação para o fator competitividade negativo, no segundo período analisado, pode ter sido o aumento dos preços que a fruta brasileira apresentou no período 2004/05/06, por conta da elevação de seus custos. Assim, o aumento nos embarques está mais correlacionado ao crescimento do mercado e ao destino das exportações, com a intensificação do nosso *market share* na União Européia. No entanto, para todas as frutas estudadas, o ganho de competitividade seja através do preço, qualidade ou *marketing* só foi possível com a melhoria da tecnologia de produção e de pós-colheita, bem como o aumento da coordenação da comercialização da cadeia exportadora.

Diante de tais considerações, o desafio para o Brasil é tornar-se um dos dez maiores exportadores de frutas no comércio global – elevando sua receita para US\$ 1 bilhão ao ano - é continuar investindo em todos os fatores que contribuem para a qualidade da fruta, assim como no estímulo ao consumo da fruta nacional nos países importadores. O ganho de eficiência produtiva e comercial, no intuito de reduzir os custos de produção e exportação, é também uma meta importante, mesmo para as frutas que são exportadas na entressafra das demais origens. A razão é que essas “janelas” vão ficar saturadas em algum momento com a expansão dos embarques do produto brasileiro o que fará com que o Brasil amplie seu calendário exportador. Assim, essas cadeias vão enfrentar um ambiente mais competitivo externo onde o preço atrativo e a qualidade da fruta serão os principais fatores de competitividade.

Sugere-se que outros estudos sejam feitos para analisar com maior profundidade os fatores que tem interferido nos ganhos de competitividade observada. Modelos econômicos que tratem fatores de forma conjunta podem propiciar resultados mais robustos.

REFERÊNCIAS

ALONSO, J.A. Ventajas comerciales y competitividad: aspectos conceptuales y empíricos. **Información Comercial Española**, La Rioja, n. 705, p. 38-76, 1992.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE – USDA. **Market news report**. Disponível em: <<http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/>>. Acesso em: 15 nov. 2008.

BARRETO FILHO, M.D. Em nome do futuro. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 18-20, 2000.

BRASIL. Secretaria de Comércio Exterior - SECEX. **Aliceweb**. Disponível em: <<http://alicesweb.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em: 23 nov. 2008.

CARVALHO, F.M.A. **O comportamento das exportações brasileiras e a dinâmica do complexo agroindustrial**. 1995. 126 p. Tese (Doutorado em Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 1995.

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA - CEPEA. **Hortifruti Brasil**. Disponível em: <<http://www.CEPEA.esalq.usp.br/hfbrasil>>. Acesso em: 23 jan. 2009.

CUNHA FILHO, M.H.C. **Competitividade da fruticultura brasileira no mercado internacional**. 2005. 112 p. Tese (Mestrado em Economia Rural) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.

DIZ, L.A.C. **Competitividade internacional das exportações brasileiras de manga e de uva**. 2008. 95 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) - Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2008.

EXPORT HELPDESK. **Estatísticas de comércio**. Disponível em: <<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/comext/ComextServlet?languageld=PT>>. Acesso em: 1 set. 2008.

FAJNZYLBBER, F. Competitividad internacional: evolución y lecciones. **Revista de la Cepal**, Santiago de Chile, n. 36, p. 7-24, 1988.

FARINA, E.M.M.Q.; ZYLBERSZTAJN, D. **Competitividade no agribusiness brasileiro**: introdução e conceitos. São Paulo: IPEA / PENSA / USP, FIA 1998, v. 1.

FIORAVANÇO, J.C.; PAIVA, M.C. Competitividade e fruticultura brasileira. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 32, n. 7, p. 24-40, jul. 2002.

FLEMING, J.M.; TSIANG, S.C. Changes in competitive strength and export shares of major industrial countries. **Staff Papers International Monetary Fund**, Washington, v. 5, p. 218-248, Aug. 1956.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION - FAO. **FAOSTAT**. Disponível em: <<http://faostat.fao.org>>. Acesso em: 17 nov. 2008.

GASQUESZ, J.G.; CONCEIÇÃO, J.C. **Indicadores de competitividade e de comércio exterior da agropecuária brasileira**. Brasília: IPEA, 2002. 97 p. (IPEA. Texto para Discussão, 908). Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/pub/td/2002/td_0908.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2008.

GONÇALVES, J.S.; AMARO, A.A.; MAIA, M.L.; SOUZA, S.A.M. Competitividade e complementaridade dos complexos de frutas e hortaliças dos países do Cone Sul: discussão sob a ótica da inserção brasileira. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v. 42, n. 3, p. 1-52, 1995.

HAGUENAUER, L. **Competitividade conceitos e medidas**: uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, ago. 1989. 21 p. (Texto para Discussão, 211). Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/gic/pdfs/1989-1_Haguenauer.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2008.

HOLANDA, M.C. **Dinâmica e determinantes da vantagem comparativa**: o exemplo asiático. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, CAEN, 2002. 15 p. (Texto para Discussão).

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Banco de dados agregados**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 1 jul. 2008.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA. **Macroeconômico**. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br>>. Acesso em: 15 jan. 2009.

LEAMER, E.E.; STERN, R.M. **Quantitative international economics**. Chicago: Aldine Publications, 1970. 209 p.

NACHREINER, M.L.; SANTOS, R.R.P.; BOTEON, M. Janelas de mercado: a fruticultura brasileira no mercado internacional. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41., 2003, Juiz de Fora. **Anais...** Brasília: SOBER, 2003. 1 CD-ROM.

NONNEMBERG, M.J. **Competitividade e crescimento das exportações brasileiras**. Rio de Janeiro: IPEA, ago. 1998. 125 p. (Texto para Discussão, 578).

PASSONI, A.C; NEVES, M.C.M.; RODRIGUES, B.B.; BOTEON, M. Análise dos principais entraves na exportação de frutas brasileiras. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza. **Anais...** Brasília: SOBER, 2006. 1 CD-ROM.

REIS, J.N.P. Competitividade das exportações brasileiras de frutas tropicais. **Revista Ciências Administrativas**, Fortaleza, v. 11, n. 1, p. 125-132, ago. 2005.

RICHARDSON, J.D. Constant market shares analysis of export growth. **Journal of International Economics**, New York, v. 1, p. 227-239, 1971.

RIGAUX, L.R. Market-share analysis applied to canadian wheat exports. **Canadian Journal of Agricultural Economics**, Quebec, v. 19, n. 1, p. 22-34, July 1971.

SEREIA, V.J.; NOGUEIRA, J.M.; CAMARA, M.R.G. As exportações paranaenses e a competitividade do complexo agroindustrial. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n. 103, p. 45-59, jul./dez. 2002.

SHARPLES, J.A. Cost of production and productivity in analyzing trade and competitiveness. **American Journal of Agricultural Economics**, Maryland, v. 72, n. 5, p. 1278-1282, Dec. 1990.

SCHAUB, J.D. U.S. peanut exports: a market-share analysis. **Oil Crops Situation and Outlook Report**, Washington, n. 13, p. 19-21, April 1987.

SILVA, C.R.; CARVALHO, M.A. Fontes de crescimento das exportações agrícolas brasileiras. In: CONGRESSO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41., 2003, Juiz de Fora. **Anais...** Brasília: SOBER, 2003. 1 CD-ROM.

STALDER, S.H.G.M. **Análise da participação do Brasil no mercado internacional de açúcar**. 1997. 121 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) - Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo, Piracicaba, 1997.

STATISTIC CANADA. **Canada's population clock**. Disponível em: <<http://www.statcan.ca/english/edu/clock/population.htm>>. Acesso em: 19 nov. 2008.

TOMICH, F.A. **Competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas**. 1999. 95 p. Tese (Doutorado em Economia Rural) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 1999.

VICENTE, J.R. Competitividade do agronegócio brasileiro 1997-2003. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v. 52, n. 1, p. 5-19, jan./jun. 2005.

WORLD TRADE ORGANIZATION - WTO. **Statistics database**. Disponível em: <<http://wto.org>>. Acesso em: 19 nov. 2008.

ANEXOS

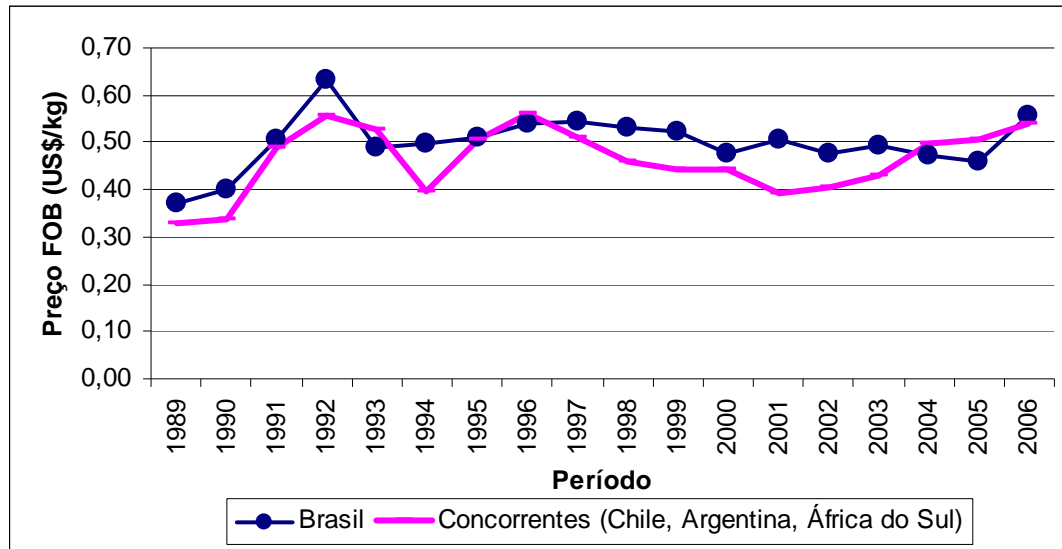
ANEXO A - Resultado do *Constant Market Share* utilizando-se dados em valor exportado, para os efeitos crescimento de mercado, destino das exportações e competitividade

Item	Períodos			
	1989/90/91 a 1997/98/99		1997/98/99 a 2004/05/06	
Banana				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	-17,14%	100,00%	203,17%	100,00%
Crescimento de mercado	48,36%	-282,23%	24,61%	12,11%
Destino das exportações	187,19%	-1092,34%	-61,45%	-30,24%
Competitividade	-252,69%	1474,57%	240,00%	118,13%
Limão/lima				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	62,07%	100,00%	1363,67%	100,00%
Crescimento de mercado	40,96%	66,00%	55,20%	4,05%
Destino das exportações	42,84%	69,03%	-16,03%	-1,18%
Competitividade	-21,74%	-35,02%	1324,49%	97,12%
Maçã				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	783,95%	100,00%	218,86%	100,00%
Crescimento de mercado	19,38%	2,47%	53,39%	24,39%
Destino das exportações	-12,81%	-1,63%	6,54%	2,99%
Competitividade	777,38%	99,16%	158,94%	72,62%
Mamão				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	373,70%	100,00%	198,66%	100,00%
Crescimento de mercado	77,76%	20,81%	100,07%	50,37%
Destino das exportações	8,67%	2,32%	80,14%	40,34%
Competitividade	287,26%	76,87%	18,44%	9,28%
Manga				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	676,74%	100,00%	167,18%	100,00%
Crescimento de mercado	124,54%	18,40%	71,11%	42,53%
Destino das exportações	45,44%	6,71%	19,31%	11,55%
Competitividade	506,76%	74,88%	76,77%	45,92%
Melão				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	136,55%	100,00%	211,63%	100,00%
Crescimento de mercado	55,71%	40,80%	39,09%	18,47%
Destino das exportações	11,88%	8,70%	3,92%	1,85%
Competitividade	68,96%	50,50%	168,61%	79,67%
Uva				
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *	Crescimento efetivo	Crescimento proporcional *
Varição das exportações	89,83%	100,00%	1349,90%	100,00%
Crescimento de mercado	52,19%	58,09%	70,44%	5,22%
Destino das exportações	113,96%	126,86%	-22,85%	-1,69%
Competitividade	-76,31%	-84,95%	1302,31%	96,47%

Fonte: Resultados da pesquisa

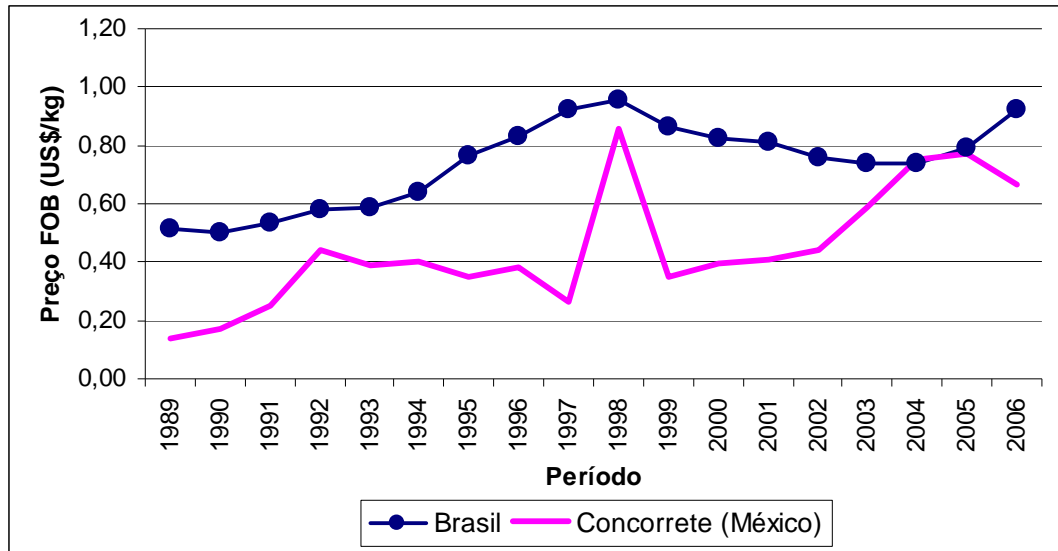
* Participação de cada efeito na variação das exportações

ANEXO B – Preço FOB (US\$/kg) da maçã brasileira e dos seus principais concorrentes (Chile, Argentina e África do Sul)



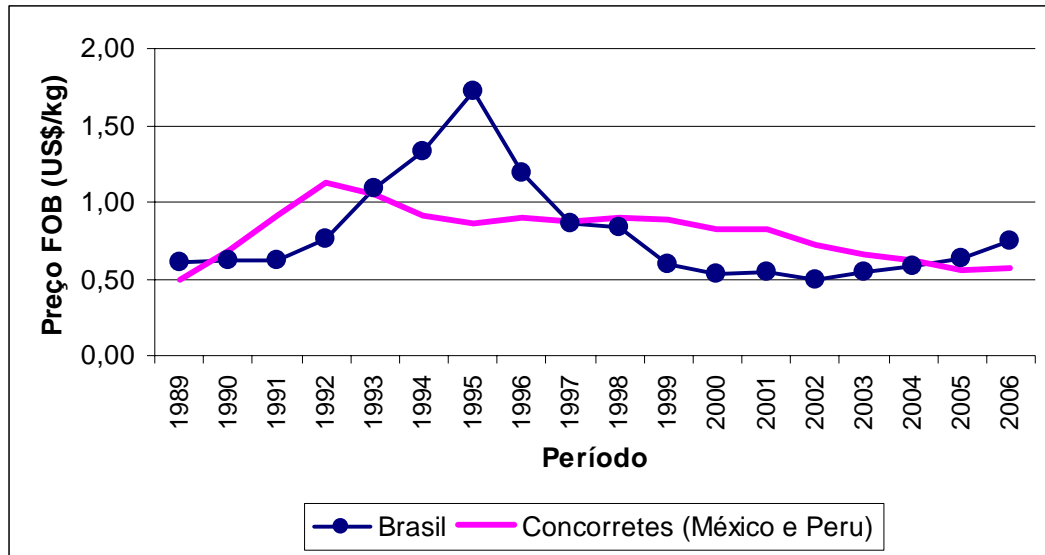
Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

ANEXO C – Preço FOB (US\$/kg) do mamão brasileiro e do seu principal concorrente (México)



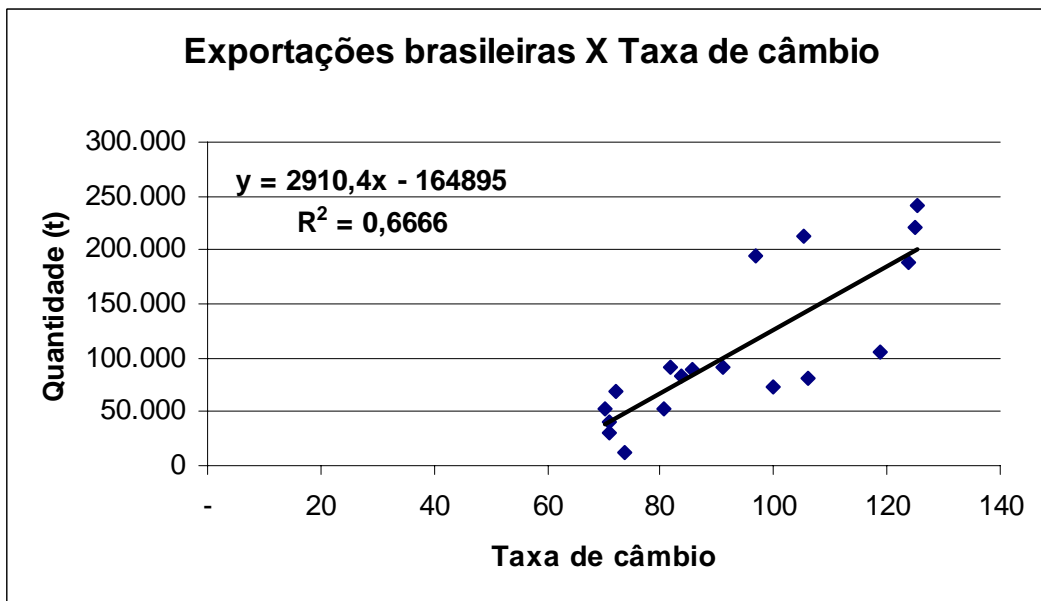
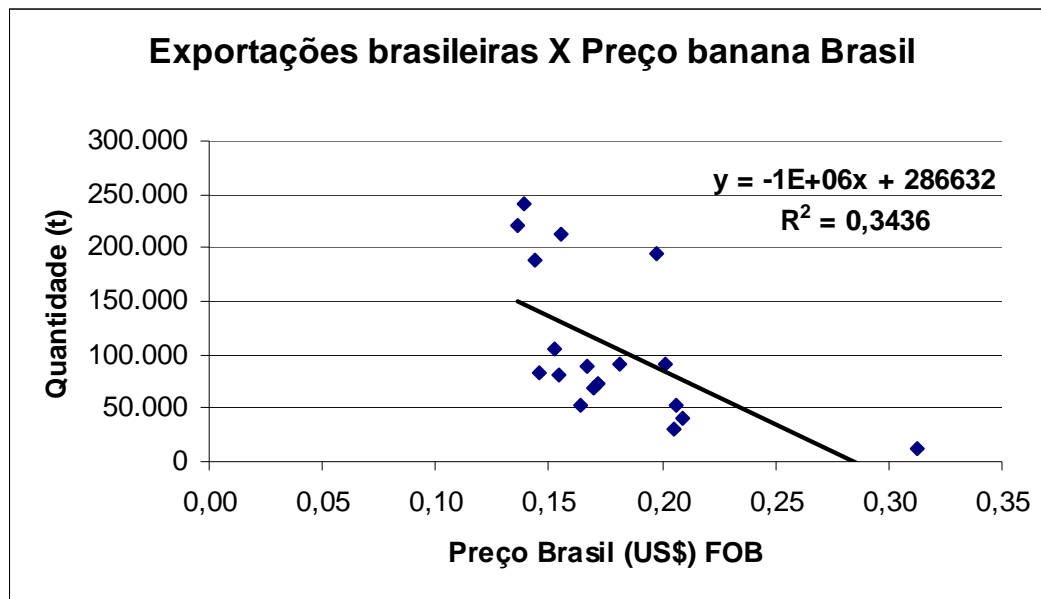
Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

ANEXO D – Preço FOB (US\$/kg) da manga brasileira e dos seus principais concorrentes (México e Peru)



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008)

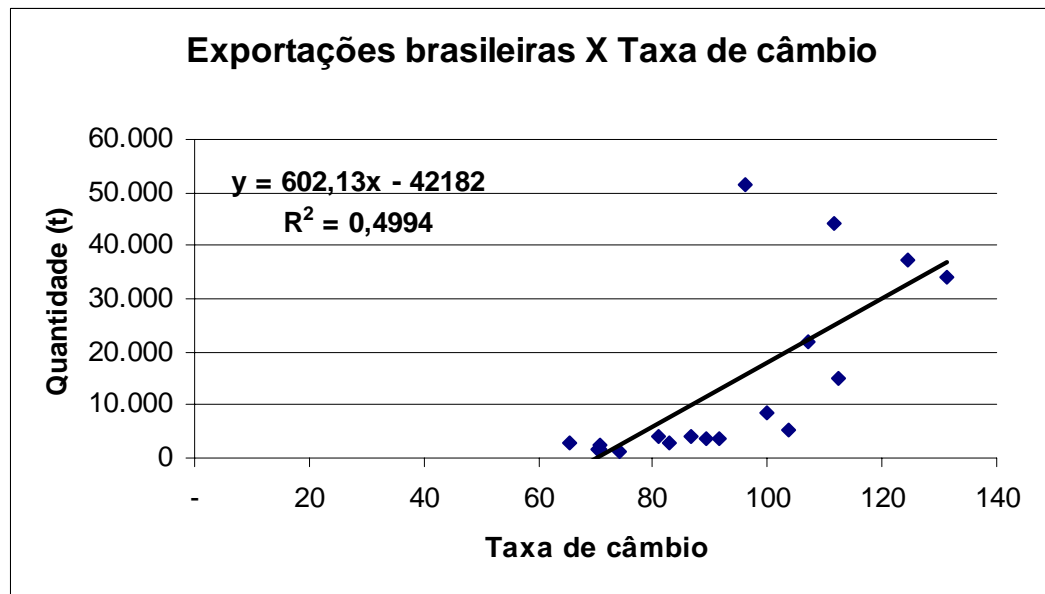
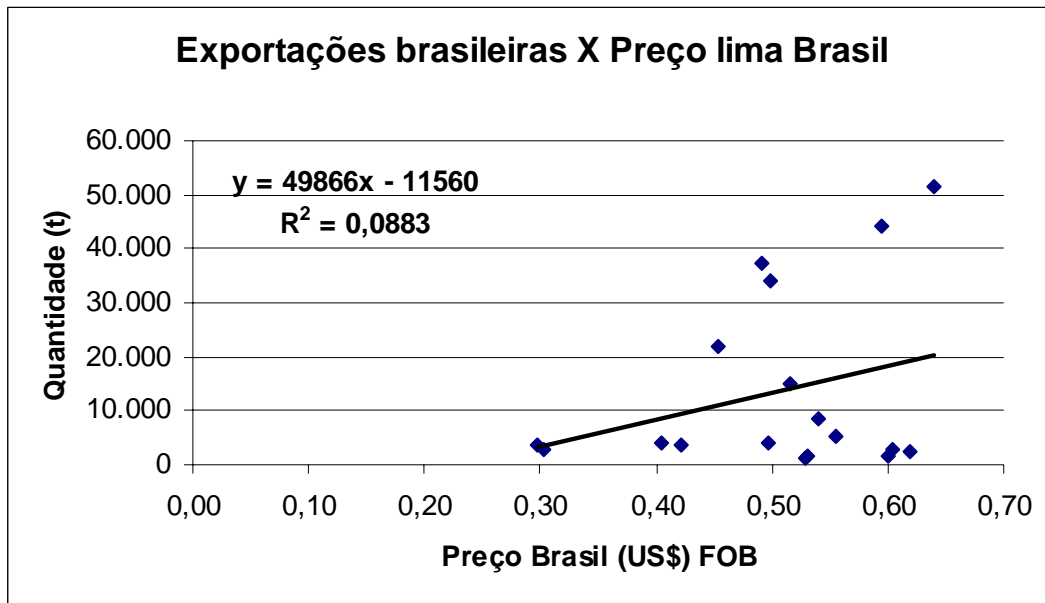
ANEXO E – Quantidade exportada da banana brasileira, em toneladas, em relação ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira, em US\$, e a taxa de câmbio¹⁰



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

¹⁰ Taxa de câmbio média anual (jan-dez) - índice (média 2000 = 100).

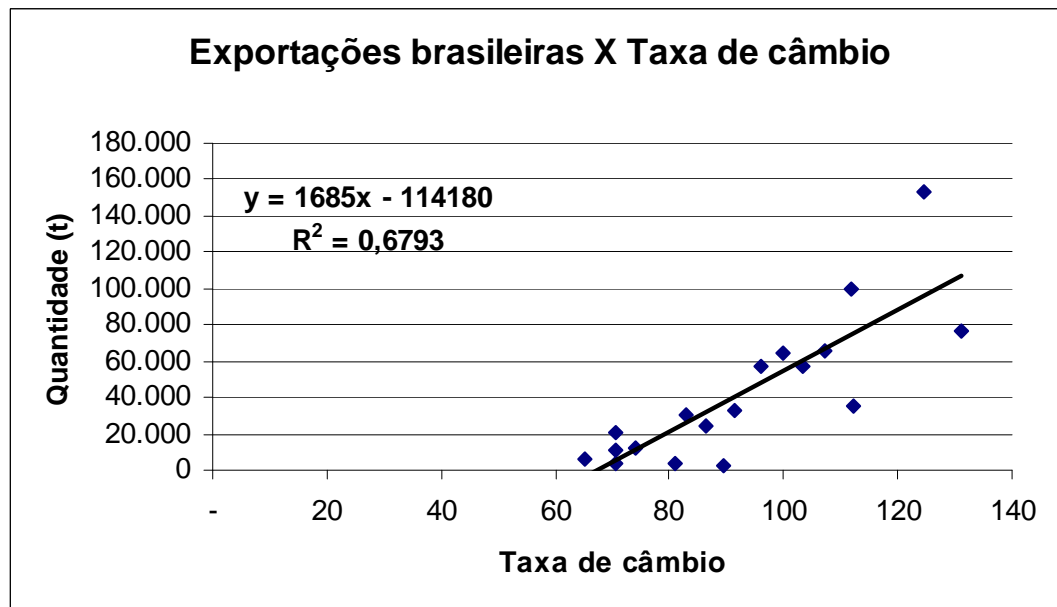
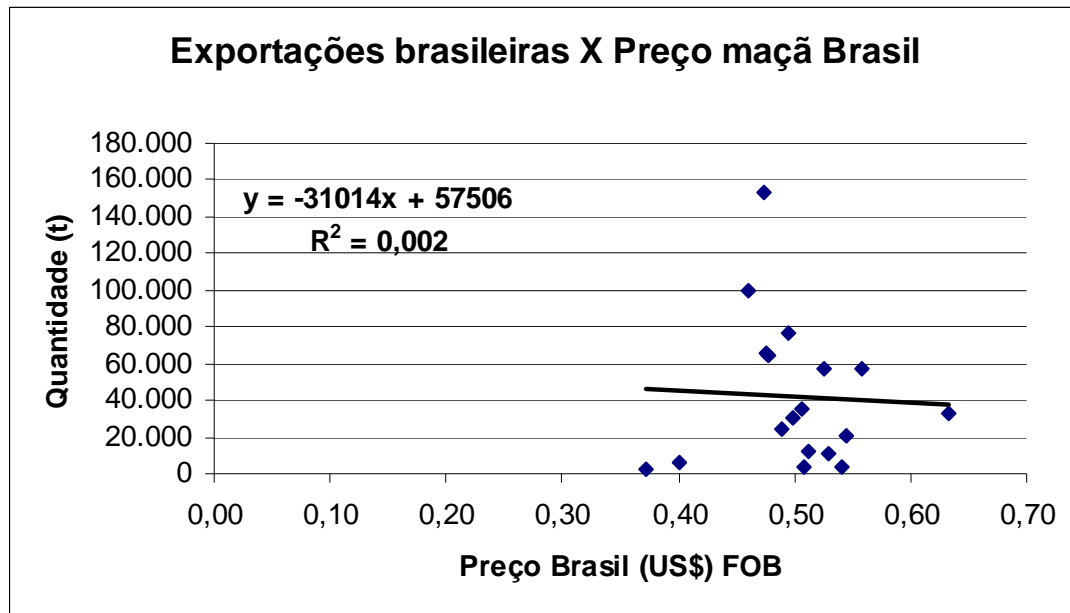
ANEXO F - Quantidade exportada da lima brasileira, em toneladas, em relação ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira, em US\$, e a taxa de câmbio¹¹



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

¹¹ Taxa de câmbio média dos principais meses de exportação (jan-jun) - índice (média 2000 = 100).

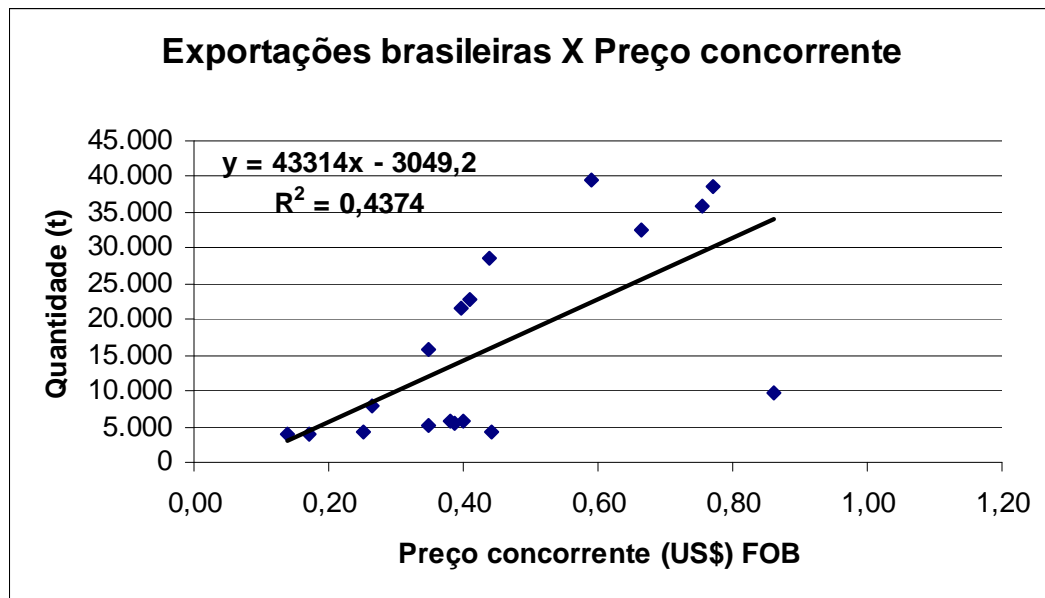
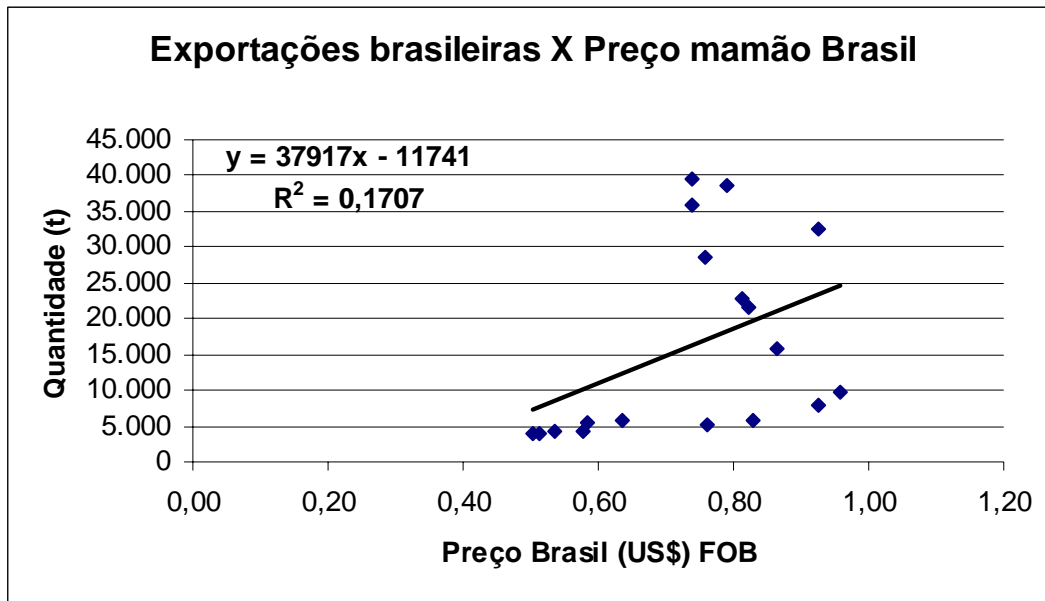
ANEXO G - Quantidade exportada da maçã brasileira, em toneladas, em relação ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira, em US\$, e a taxa de câmbio¹²



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

¹² Taxa de câmbio média dos principais meses de exportação (jan-jun) - índice (média 2000 = 100).

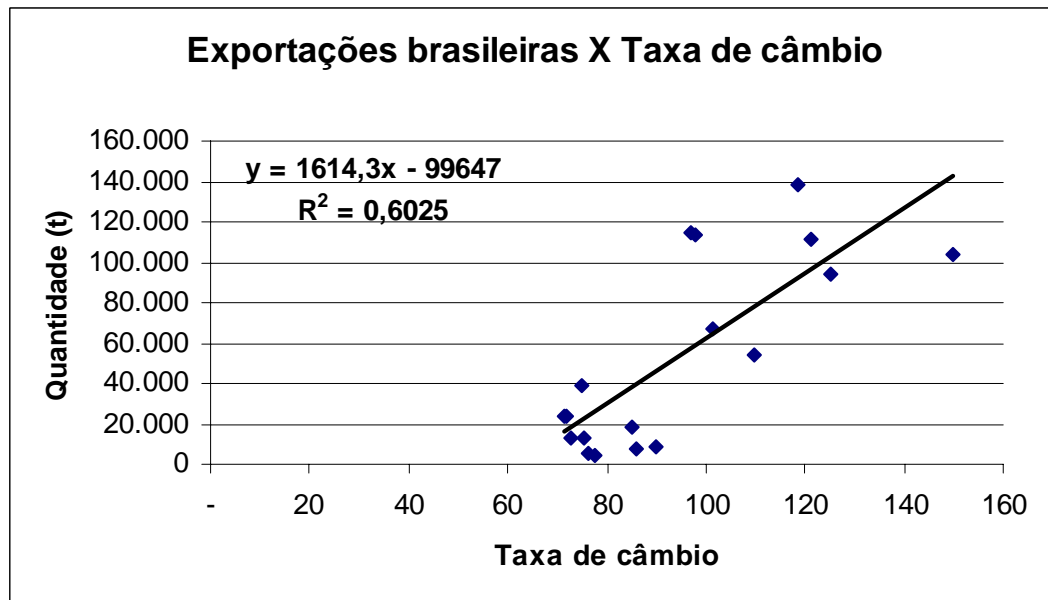
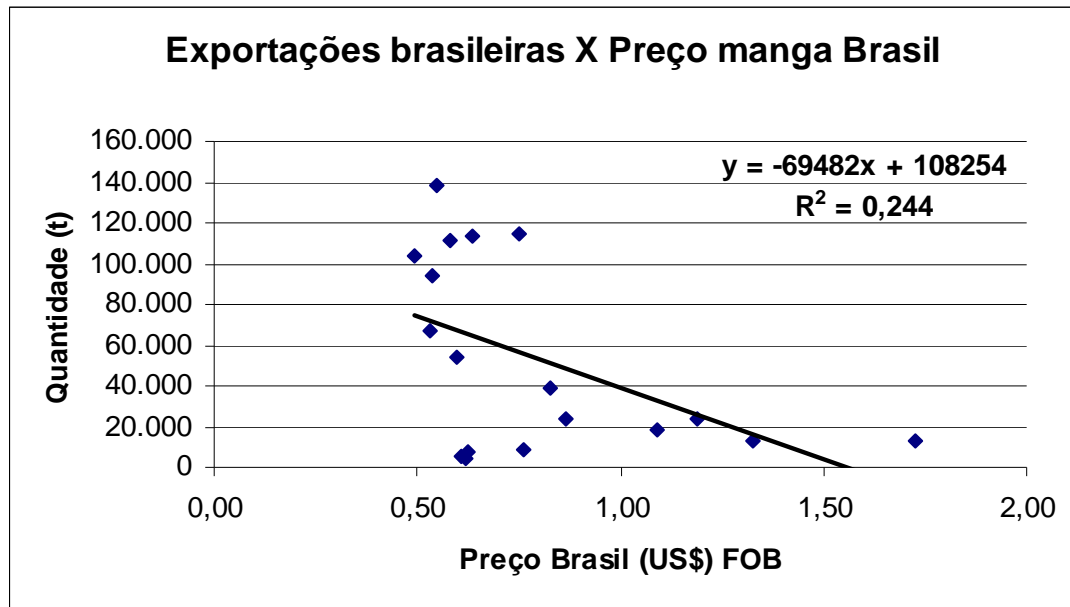
ANEXO H - Quantidade exportada do mamão brasileiro, em toneladas, em relação ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira, em US\$, e a taxa de câmbio¹³



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

¹³ Taxa de câmbio média anual (jan-dez) - índice (média 2000 = 100).

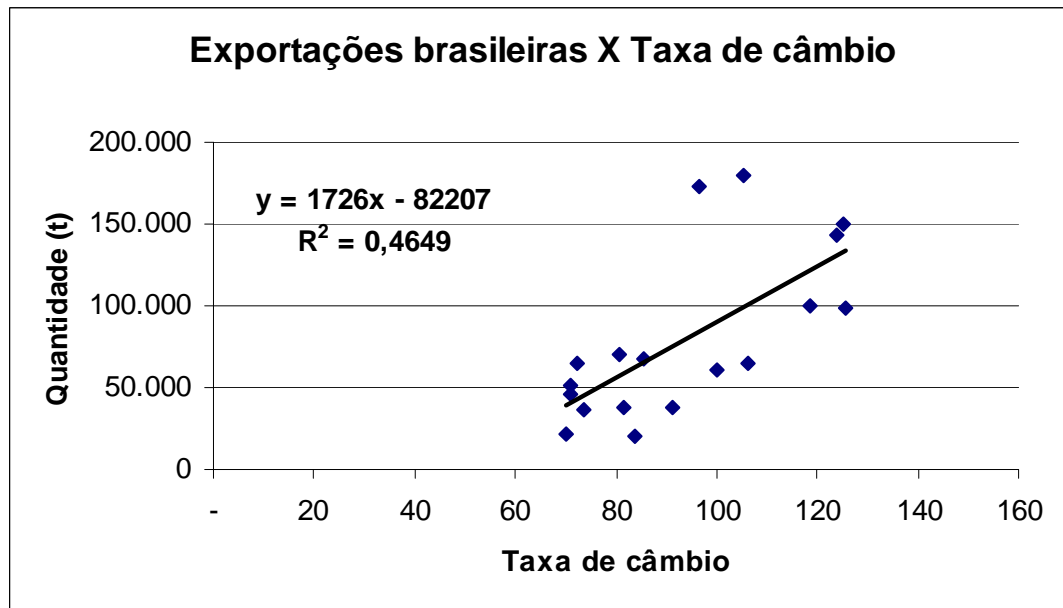
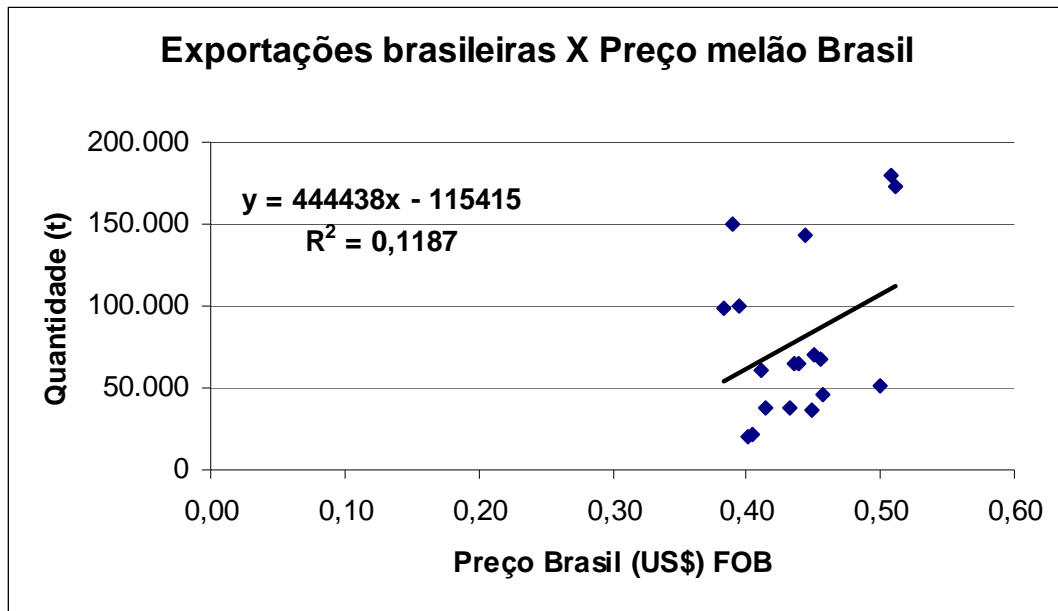
ANEXO I - Quantidade exportada da manga brasileira, em toneladas, em relação ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira, em US\$, e a taxa de câmbio¹⁴



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

¹⁴ Taxa de câmbio média dos principais meses de exportação (set-dez) - índice (média 2000 = 100).

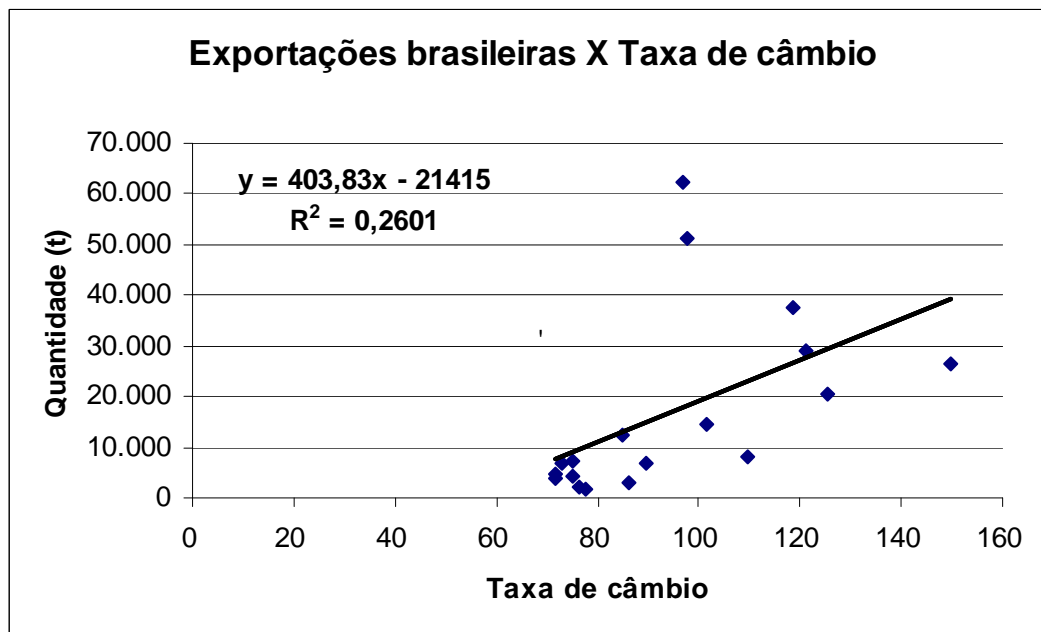
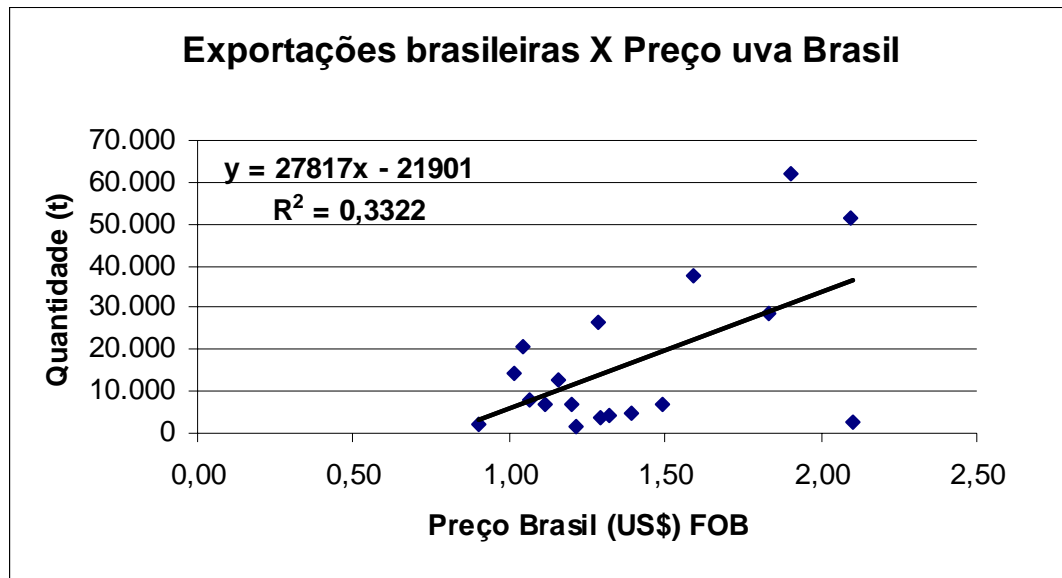
ANEXO J - Quantidade exportada do melão brasileiro, em toneladas, em relação ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira, em US\$, e a taxa de câmbio¹⁵



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

¹⁵ Taxa de câmbio média anual (jan-dez) - índice (média 2000 = 100).

ANEXO K - Quantidade exportada da uva brasileira, em toneladas, em relação ao preço (FOB) de exportação da fruta brasileira, em US\$, e a taxa de câmbio¹⁶



Fonte: Elaborado a partir de FAO (2008) e IPEA (2009)

¹⁶ Taxa de câmbio média dos principais meses de exportação (set-dez) - índice (média 2000 = 100).

ANEXO L – Proxi para analisar o câmbio: Taxa de câmbio - efetiva real - INPC - exportações - índice (média 2000 = 100)¹⁷

Período	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Média anual	Média jan-jun	Média set-dez
1989	105,72	101,24	94,64	84,75	77,57	72,66	83,43	80,95	78,34	79,14	74,66	73,20	83,86	89,43	76,34
1990	69,80	65,93	58,12	64,91	67,11	65,87	69,59	68,98	65,15	74,28	83,59	87,86	70,10	65,29	77,72
1991	89,33	84,91	76,42	78,23	79,48	77,21	76,25	75,30	76,36	86,37	88,21	93,05	81,76	80,93	86,00
1992	92,64	91,55	91,57	92,41	90,00	90,64	92,40	93,07	92,47	89,98	89,24	87,56	91,13	91,47	89,81
1993	85,13	86,27	85,22	86,58	88,29	87,28	85,57	84,53	85,12	85,98	85,12	83,67	85,73	86,46	84,97
1994	82,56	83,31	81,99	83,02	83,91	82,65	87,23	82,91	79,24	76,17	73,51	72,27	80,73	82,91	75,30
1995	71,56	71,09	75,64	76,93	74,61	74,88	74,56	73,74	73,38	73,65	72,76	71,36	73,68	74,12	72,79
1996	70,86	71,04	71,33	70,85	70,20	69,87	69,96	70,75	71,13	71,20	71,88	71,94	70,92	70,69	71,54
1997	71,32	70,31	69,81	69,75	70,70	70,81	70,49	70,46	71,43	72,16	72,55	71,34	70,93	70,45	71,87
1998	70,30	70,43	70,38	70,81	71,01	70,87	71,42	72,04	73,72	75,35	75,09	75,74	72,26	70,63	74,97
1999	92,97	115,35	111,94	99,59	98,79	102,58	103,90	109,39	110,32	114,15	109,94	103,84	106,06	103,54	109,56
2000	101,58	99,48	97,52	98,39	100,39	100,97	98,92	97,22	98,03	99,80	103,05	104,63	100,00	99,72	101,38
2001	105,43	106,45	109,39	113,66	118,34	120,47	122,85	125,87	133,75	134,07	121,91	111,84	118,67	112,29	125,39
2002	107,69	105,91	102,02	100,86	108,02	118,17	128,41	134,37	143,48	161,13	147,53	147,34	125,41	107,11	149,87
2003	139,61	145,84	140,24	124,36	119,89	117,95	116,64	120,42	117,36	116,89	119,13	121,44	124,98	131,32	118,70
2004	120,30	123,58	121,31	121,06	128,96	131,12	127,50	125,83	121,82	122,35	121,90	119,31	123,75	124,39	121,35
2005	117,77	113,38	119,08	112,06	105,22	102,41	101,11	102,34	100,46	98,23	94,77	97,89	105,39	111,66	97,84
2006	98,73	93,01	92,79	93,25	97,48	100,29	98,29	98,01	97,63	95,44	97,13	97,74	96,65	95,93	96,98

Fonte: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2009)

¹⁷ Medida da competitividade das exportações brasileiras calculada pela média ponderada do índice de paridade do poder de compra dos 16 maiores parceiros comerciais do Brasil. A paridade do poder de compra é definida pelo quociente entre a taxa de câmbio nominal (em R\$/unidade de moeda estrangeira) e a relação entre o Índice de Preço por Atacado - IPA do País em caso e o Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC do Brasil. As ponderações utilizadas são as participações de cada parceiro no total das exportações brasileiras em 2001.