

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA
CURSO DE MESTRADO EM ECONOMIA RURAL

SCIENA SÉRVIA DE ARAÚJO VIANA

**COMPETITIVIDADE DO AGRONEGÓCIO CEARENSE NO MERCADO
INTERNACIONAL : O CASO DA AMÊNDOA DA CASTANHA DE CAJU,
DO MELÃO E DO CAMARÃO.**

**FORTALEZA
2004**

SCIENA SÉRVIA DE ARAÚJO VIANA

**COMPETITIVIDADE DO AGRONEGÓCIO CEARENSE NO MERCADO
INTERNACIONAL : O CASO DA AMÊNDOA DA CASTANHA DE CAJU,
DO MELÃO E DO CAMARÃO.**

Dissertação submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em Economia Rural do Departamento de Economia Agrícola, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Economia rural.

Orientador: Prof^a. Lúcia Maria Ramos Silva
Docente Livre

FORTALEZA
2004

SCIENA SÉRVIA DE ARAÚJO VIANA

**COMPETITIVIDADE DO AGRONEGÓCIO CEARENSE NO MERCADO
INTERNACIONAL : O CASO DA AMÊNDOA DA CASTANHA DE CAJU,
DO MELÃO E DO CAMARÃO.**

Dissertação submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em Economia Rural do Departamento de Economia Agrícola, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Economia rural.

Aprovada em 21/12/2004

BANCA EXAMINADORA


Profª D.L. Lúcia Maria Ramos Silva (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará UFC


Dr. Lucas Antonio de Sousa Leite (Co-orientador)
Doutor em Economia e Pesquisador da EMBRAPA/CNPAT


Profª Dra Patrícia Verônica P.S. Lima
Universidade Federal do Ceará UFC

À memória do meu pai, Antonio Valder Viana, cuja importância dada ao estudo permanece em mim, e à minha mãe, Celma, pela força dada nessa caminhada.

Aos meus irmãos Thales, Argos e Samia, por estarem sempre prontos a me ajudar.

À minha irmã de coração, Lídia, por toda a dedicação e paciência nos momentos mais difíceis.

Às minhas filhas, Nicole e Natália, razão do meu caminhar.

Em especial, às Professoras Lúcia Ramos e Patrícia por toda a ajuda ao longo dessa caminhada.

Dedico

AGRADECIMENTOS

Especialmente, agradeço a Deus pela presença constante na minha vida, dando-me força e guiando-me sempre.

À Universidade Federal do Ceará, por meio do Departamento de Economia Agrícola, pela oportunidade de realização do curso de mestrado.

À Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP), pelo apoio financeiro com bolsa de pesquisa, fundamental para a realização deste trabalho.

As Prof^{as}. Lúcia Ramos e Patrícia, pela grandiosa orientação deste trabalho, pelos conhecimentos transmitidos, bem como pelo, apoio, estímulo, amizade e principalmente pela dedicação demonstrada durante o curso de mestrado.

Ao Dr. Lucas Antonio de Sousa Leite pela orientação segura e eficiente e pela sua disposição a ajudar no transcorrer deste trabalho.

Ao Prof. Dr. Saeed e a Prof^{as}. Irlés pela amizade, atenção e pelo exemplo de dedicação para com seus alunos e ao curso de mestrado.

Ao Prof. Dr. Francisco Casimiro Filho pela oportunidade de convívio, apoio e compreensão na realização deste trabalho.

Aos demais professores do Curso de Mestrado em Economia Rural, pelos importantes conhecimentos transmitidos, bem como pela amizade demonstrada durante a realização do referido curso.

Ao Dr. Raul Madrid pelas valiosas informações prestadas e por estar disposto a ajudar sempre que solicitado.

Aos funcionários do Departamento de Economia Agrícola e em especial à Dona Valda pela sua amizade.

A todos os amigos do Curso de Mestrado, em especial Cleycianne, Elane, Fabrício, Gilberto e Keuler pela amizade e aprendizado conjunto.

A família VIANA e a todos os amigos que me ajudaram nesta conquista.

RESUMO

O presente estudo teve por objetivo geral analisar a competitividade das exportações dos produtos selecionados (amêndoa da castanha de caju (ACC), melão e camarão) do agronegócio cearense, no período de 1998 a 2003. Para tanto, utilizaram-se indicadores de desempenho das exportações: Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR), Taxa de Cobertura (TC) e o modelo *Constant Market Share* (CMS), que são bastante utilizados por evidenciar as formas como a competitividade internacional se manifesta. No período em estudo, observou-se queda das exportações da ACC cearense a qual foi decorrente principalmente de perdas de competitividade, expressas pela redução do valor das exportações e, em menor proporção, do efeito destino das exportações, com diminuição na participação do valor total das importações de países como Estados Unidos, Canadá, Líbano, Holanda, França, Argentina, entre outros. O bom desempenho da ACC do Vietnã no comércio mundial teve papel importante no impacto negativo do efeito destino das exportações. O melão, principal fruta exportada do Estado, apresentou substancial incremento na pauta de exportação inclusive com a inserção de novos mercados. O crescimento das exportações é explicado, basicamente, pelo efeito competitividade. Os ganhos de competitividade do melão foram influenciados por condições internas favoráveis como os incentivos governamentais para o desenvolvimento da agricultura irrigada em especial fruticultura irrigada. O camarão cultivado foi o produto emergente de maior crescimento na participação da pauta de exportação o que se deve às condições internas: utilização de tecnologia avançada e boa adaptação da espécie "*Litopenaeus vannamei*" às condições locais, e externas: problemas enfrentados pelo Equador, que levaram a queda drástica na sua produção. As ferramentas utilizadas neste estudo constituem um apoio para analisar os agronegócios e facilitar a identificação de fonte de limitação e potencialidade para atividades produtivas de exportação

Palavras-chaves: Exportação, Competitividade, Agronegócio, Ceará.

ABSTRACT

The present study had for general objective to analyze the competitiveness of the exports selected products (cashew nuts(ACC), melon and shrimp) of the agrobusiness from Ceará, in the period 1998-2003. For so much, it was used exports acting indicators: Comparative Advantage Reveals Indicator (VCR), Covering Rate (TC) and the model Constant Market Share (CMS), that are quite used for evidencing the forms as the international competitiveness it shows. In the period in study, fall of the exports was observed of ACC from Ceará which was mainly caused from losses of competitiveness, expressed by the exports reduction value of smaller proportion of the effect destiny of the exports, with decrease in the participation of the total value of the imports of countries as United States, Canada, Lebanon, Netherlands, France, Argentina, among others. The good acting of ACC Vietnam in the world trade had an important role in the negative impact of the effect destiny of the exports. The melon, main exported fruit of the State, presented substantial increment in export line with the insert of new markets. The growth of the exports of melon is explained, basically, by the competitiveness effect. The competitiveness gain melon were influenced by favorable internal conditions as governmental incentives for the development of irrigated agriculture and special irrigated fruit crops. The cultivated shrimp was the emergent product of larger growth in the participation of the export line that is due the internal conditions: use of advanced technology and good adaptation of the species " *Litopenaeus vannamei* " to the local conditions, and you foreigner: problems faced by Ecuador, that took to drastic fall in your production. The tools used in this study constitute a support to analyze the agrobusiness and to facilitate the identification of the sources of limitation and potentially for export.

Word-Keys: Exports, Competitiveness, Agrobusiness, Ceará

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1-	Acordos comerciais do Brasil no mercado internacional.....	27
TABELA 2 -	Participação do agronegócio nas exportações do Ceará(1990-2003). ..	36
TABELA 3 -	Valor e Participação dos principais produtos do agronegócio cearense (1998-2003).....	37
TABELA 4 -	Produção de Castanha de Caju – Principais Produtores Mundiais(1998-2003).....	39
TABELA 5 -	Produção e Área plantada da Castanha de Caju-Brasil(1998-2003)....	40
TABELA 6 -	Os maiores Países Exportadores da Amêndoa da Castanha de Caju (1998-2003).....	42
TABELA 7 -	Valor, quantidade e preço médio das exportações da ACC no Ceará (1990-2003).....	44
TABELA 8 -	Os principais importadores mundiais de ACC(1998-2003).....	45
TABELA 9 -	Distribuição geográfica das exportações de ACC do Ceará(1998-2003).....	46
TABELA 10-	Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas da ACC do Ceará em relação ao comercio nacional e mundial(1998-2003).....	47
TABELA 11 -	Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas da ACC dos principais exportadores em relação ao mundo(1998-2003).....	49
TABELA 12 -	Indicador da Taxa de cobertura–ACC(1998-2003).....	49
TABELA 13 -	“Pontos Fortes” e “Pontos Fracos” dos principais exportadores da ACC(1998-2003).....	50
TABELA 14 -	Fontes de crescimento das exportações de Castanha de caju no Estado do Ceará no período(1998-2003).....	51
TABELA 15 -	Produção de Mundial de Melão – Principais Produtores(1998–2003)..	53
TABELA 16 -	Produção Brasileira de Melão(1998-2003).....	54
TABELA 17 -	Produção de Melão nos municípios do Ceará(1998-2003).....	55
TABELA 18 -	Principais exportadores mundiais de Melão(1998-2003).....	56
TABELA 19 -	Valor, quantidade e preço médio das exportações do Melão no Ceará(1998-2003).....	57
TABELA 20 -	Principais Importadores Mundiais de Melão(1998-2003).....	58
TABELA 21 -	Exportações cearenses de melão por país de destino(1998-2003).....	59
TABELA 22 -	Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas do Melão do Ceará em relação ao comercio nacional e mundial(1998-2003).....	60
TABELA 23 -	ndicador das Vantagens Comparativas Reveladas do Melão dos principais exportadores com relação ao mundo(1998-2003).....	61

TABELA 24 - Indicador de Taxa de cobertura do Melão para os principais exportadores mundiais(1998-2003).....	61
TABELA 25 - “Pontos Fortes” e “Pontos Fracos” dos principais exportadores de Melão(1998-2003).....	62
TABELA 26 - Fontes de crescimento das exportações de Melão do Estado do Ceará(1998-2003).....	64
TABELA 27 - Principais produtores mundiais de camarão marinho cultivado 2001/2003.....	67
TABELA 28 - Produção e Produtividade nacional de camarão cultivado em 2003.....	68
TABELA 29 - Principais exportadores asiáticos de camarão cultivado em 2003.....	69
TABELA 30 - Volume e participação dos principais países importadores de camarão cultivado em 2003.....	70
TABELA 31 - Exportação Brasileira de camarão cultivado(1998-2003).....	71
TABELA 32 - Destino das exportações cearenses de camarão cultivado em 2003.....	72
TABELA 33 - Preço médio das exportações do camarão cultivado para os Estados Unidos.....	73
FIGURA 1 - Taxas de crescimento do Agronegócio do Brasil, Nordeste e Ceará.....	35
Destino das exportações cearenses de camarão cultivado. 2003.....	

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	8
1.0 - INTRODUÇÃO.....	11
1.1-O problema e sua importância	11
1.2- Objetivos.....	14
1.2.1-Objetivo geral.....	14
1.2.2- Objetivo específico.....	14
2.0- REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1- Aspectos do comércio internacional.....	15
2.2- Competitividade : noções e conceitos.....	17
2.3- Conceito de competitividade adotado na análise.....	20
3.0- RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE PAÍSES.....	22
3.1- As políticas comerciais do Brasil.....	22
3.2- Os acordos comerciais do Brasil.....	26
4.0- METODOLOGIA.....	29
4.1- Fontes dos dados.....	29
4.2- Métodos de Análise.....	30
5.0- RESULTADOS E DISCUSSÃO	35
5.1- O comportamento das exportações do agronegócio do Ceará.....	35
5.2- Amêndoa da castanha de caju.....	38
5.3- Melão	52
5.4- Camarão	64
6.0- CONCLUSÃO.....	75
7.0- REFERÊNCIAS	77



1. INTRODUÇÃO

1.1 O Problema e sua importância

O agronegócio, conforme Gasques et al (2004), é visto como a cadeia produtiva que envolve desde a fabricação de insumos, a produção nos estabelecimentos agropecuários, a sua transformação, até o seu consumo. Essa cadeia incorpora todos os serviços de apoio, desde a pesquisa e assistência técnica, processamento, transporte, comercialização, crédito, exportação, serviços portuários, distribuidores, bolsas, industrialização, até o consumidor final.

Segundo Gonçalves (2000), a balança comercial brasileira tem apresentado saltos significativos nos últimos anos. Verifica-se com base nos dados do MDIC/SECEX que a receita de exportações do Brasil saiu de um déficit 1,3 bilhão de dólares em 1999 para um superávit de 30 bilhões de dólares em 2003. Esse fenômeno é atribuído, principalmente, ao desempenho do agronegócio no comércio internacional e aponta para uma “reprimarização” das transações internacionais do Brasil, confirmando a vocação agropecuária do país. Seus resultados começam a ter reflexos na economia.

As exportações do agronegócio são importantes porque provocam alterações no desempenho da balança comercial refletida nos níveis de investimento, renda e emprego, ou seja, contribuem para a dinamização do crescimento interno a partir da geração de empregos no campo e na cidade, incentivo à produção de insumos, promoção de melhorias tecnológicas e de infra-estrutura, além da geração de divisas necessárias para importação de bens de capital, insumos e matérias-primas fundamentais para a viabilizar o desenvolvimento econômico (GOMES, 1997).

O agronegócio atualmente é o maior gerador de emprego, renda e desenvolvimento regional do país. Além de ser o setor da economia que mais tem contribuído para a formação do saldo da balança comercial do país, 42% das exportações brasileiras em 2003, o agronegócio respondeu por 33% do Produto Interno Bruto (PIB) e 37% dos empregos brasileiros no mesmo ano.

O Brasil tem apresentado condições de operar em larga escala no agronegócio internacional, pois é o único país no mundo, com uma infra-estrutura razoável, que dispõe em

abundância do fator de produção mais escasso em escala mundial: terra agricultável. Os produtores inseridos nessa atividade são conscientes de que manter seu espaço em um mercado cada vez mais competitivo exige a adoção de tecnologias cada vez mais sofisticadas que levem ao aumento da produtividade de fatores, qualidade do produto e diminuição dos custos de produção. Deste modo, investimentos vêm sendo realizados e suas conseqüências já podem ser observadas. O Brasil é hoje o maior exportador de soja, suco de laranja, açúcar, café, tabaco, carne bovina e frango. A crescente demanda externa por produtos do agronegócio cria uma expectativa de agregação de valor e expansão das exportações.

O Estado de o Ceará também tem contribuído para o sucesso do agronegócio brasileiro. Essa atividade, ao longo da década de 90, apresentou mudanças estruturais que buscaram aumentar a participação no mercado interno e externo. Nos últimos anos, o Governo Estadual implantou programas para o desenvolvimento do setor rural. O PROCEAGRI – Programa de Agricultura Irrigada, atualmente extinto, visava transformar áreas do Estado em um grande pólo do agronegócio. Esse programa contava com dois projetos estratégicos, denominados Agropólos e Caminho de Israel, que atendiam áreas selecionadas do território cearense, de acordo com o zoneamento estabelecidos em função das condições específicas de cada uma das referidas áreas para desenvolvimento sustentado da agricultura irrigada (CEARÁ, 2000).

Apesar do Estado do Ceará não ter uma economia primordialmente voltada para o mercado externo, apresenta transações importantes com outros países. As exportações do agronegócio cearense, no período de 1990 a 2003, representaram em média 85% das exportações totais do Estado. Ao longo desses anos, as exportações do agronegócio cresceram a uma taxa média de 14,55% ao ano, de US\$ 197.807 mil em 1990 para US\$ 600.824 mil em 2003. O setor exportador do agronegócio é extremamente importante para a economia do Ceará pela sua capacidade de gerar empregos ao longo das diferentes cadeias produtivas, como as do calçados, peixes/crustáceos, produtos têxteis, castanha de caju/frutas e peles/couros (CEARÁ, 2004).

No período de 1990 a 2003, alguns produtos se destacaram na pauta de exportação do agronegócio cearense, como Algodão, Amêndoa da Castanha de Caju, Peles e Couros, Camarão, Lagosta, Frutas(melão), Cera de carnaúba, Mel de Abelha, LCC, Peixe, Pimenta, Flores. Alguns desses tradicionais e outros emergentes.



Diante da importância econômica e social desses produtos, considera-se relevante estudos que analisem o comportamento de suas exportações considerando a competitividade no mercado nacional e internacional, porém, em razão da limitação de tempo e da disponibilidade de informações, selecionaram-se para este estudo a amêndoa da castanha de caju por ser um produto importante e tradicional, embora com participação decrescente na pauta de exportação, o camarão cultivado e o melão (principal fruta de exportação do Estado) como produtos emergentes por apresentarem maior crescimento na participação da referida pauta no período de 1998 a 2003.

Segundo Spínola (2004), o conhecimento do comportamento da pauta de exportação é uma das formas de avaliação da competitividade de um sistema econômico, uma vez que possibilita a identificação dos produtos que mantêm ou expandem seus mercados por períodos consecutivos, o que sinaliza sua vocação exportadora. Sendo assim, pretende-se neste estudo identificar as vantagens competitivas (maior potencial exportador) e os principais fatores determinantes das variações nas exportações do agronegócio de produtos selecionados no Estado do Ceará.

Espera-se que este estudo sirva de suporte para tomada de decisão tanto do setor público, através de medidas de políticas direcionadas ao agronegócio, quanto do setor privado, mais especificamente de investidores que pretendam ingressar nessas atividades.

Esta dissertação será apresentada em seis capítulos. Esta introdução versa sobre o problema a ser estudado e os objetivos da pesquisa. O capítulo dois apresenta de forma sucinta alguns conceitos básicos da Teoria do Comércio Internacional de modo a fundamentar o instrumental metodológico empregado na análise. Em seguida, o capítulo três discute sobre a política comercial brasileira nos últimos anos e os acordos firmados com seus parceiros comerciais. O capítulo quatro apresenta a metodologia empregada na análise, a qual proporcionou a obtenção dos resultados apresentados no capítulo cinco. Finalmente no capítulo seis, constam conclusões e sugestões.

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.2.1 Geral

Analisar a competitividade das exportações dos produtos selecionados (amêndoa de castanha, melão e camarão cultivado) do agronegócio cearense no período de 1998 a 2003.

1.2.2 Específicos

- Descrever o comportamento da produção e do mercado internacional dos referidos produtos no período de 1998 a 2003;
- Identificar os níveis de competitividade da amêndoa da castanha de caju, do melão e do camarão cultivado no mercado internacional no período mencionado;
- Identificar os fatores responsáveis pelas variações nas exportações no período analisado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Aspectos do Comércio Internacional

As primeiras idéias formadas sobre o comércio internacional foram desenvolvidas pelos mercantilistas entre os séculos XVI e XVIII. O comércio entre nações não era visto como uma virtude, pois para os mercantilistas o meio mais importante para enriquecer um país era a aquisição e a reserva de metais preciosos, principalmente o ouro. As exportações eram tidas como favoráveis, desde que vendidas em ouro; já as importações eram tidas como desfavoráveis, pois implicavam na saída dos metais preciosos (SODERSTEN, 1979 apud ISTAKE, 1993). Segundo os mercantilistas, o governo deveria estimular as exportações e dificultar ao máximo as importações, chegando mesmo a proibi-las. Porém, caso as idéias dos mercantilistas fossem adotadas por todas as nações, o comércio entre elas seria extinto por falta de importadores.

Diante das limitações e inconsistências do mercantilismo, desenvolve-se a economia clássica e seus principais representantes, Adam Smith e David Ricardo, posicionaram-se contrários aos mercantilistas e favoráveis ao comércio entre as nações. Adam Smith, em a Riqueza das Nações, defendia, no final do século XVIII, que um país poderia beneficiar-se do comércio, com base no pressuposto de que a riqueza das nações era resultado do aumento na produtividade do trabalho. Ainda conforme o autor, no comércio estabelecido entre as nações, o país deveria exportar as mercadorias que conseguisse produzir mais barato que os demais e importar aquelas que produzisse internamente a um custo maior. Dessa forma, o país produziria mais os bens e serviços que faria com maior eficiência, utilizando menos horas de trabalho, e reduziria a sua produção onde não apresentasse uma eficiência tão elevada. Como resultado, o país poderia consumir mais produtos do que seria capaz sem o comércio entre as nações. Essa é a idéia central da teoria de vantagem absoluta desenvolvida pelo autor. Segundo Adam Smith, um país poderia ser privilegiado a partir da especialização e das trocas, se conseguisse produzir uma mercadoria a custos mais baixos que outros países. A teoria proposta por economistas, porém era restrita e não conseguia enquadrar, nas possibilidades de comércio, as nações pobres, incapazes de produzir mercadorias a custos baixos.

Surge, então, a contribuição de David Ricardo, para a teoria do comércio internacional com o desenvolvimento da teoria da vantagem comparativa, no século XIX. Essa tentava explicar o comércio entre as nações que não possuíam vantagens absolutas na produção de um bem e considera que o comércio bilateral sempre se apresenta mais vantajoso para duas economias, cujas estruturas de produção ou cujas tecnologias sejam diferenciadas. Portanto, mesmo que um país não tenha vantagem absoluta na produção dos bens, o comércio entre dois países se justifica, desde que haja vantagem comparativa, ou seja, desde que as quantidades relativas de trabalho, empregadas na produção dos bens, sejam diferenciadas para essas duas economias.

O modelo de Ricardo difere do modelo apresentado por Smith, por não considerar apenas as quantidades absolutas de trabalho utilizadas na produção dos bens em ambos os países. Para Ricardo, as quantidades relativas, determinam as vantagens do comércio, o que amplia a possibilidade de comércio entre as nações. Assim, como as demais teorias, a teoria das vantagens comparativas também apresentava suas limitações. Uma delas era não conseguir explicar economicamente o fato de as vantagens comparativas ser resultado do fator de produção trabalho, ter produtividade diferente em cada país e, assim, custo de produção diferente.

No século XX, surgiu a teoria neoclássica, que tem no modelo de Heckscher-Ohlin a sua principal contribuição com relação ao comércio exterior. De acordo com Gonçalves et al (1998), a teoria de Heckscher-Ohlin é uma discussão mais elaborada dos fundamentos do conceito de vantagens comparativas e dos ganhos com o comércio estabelecido pelas nações. Ainda conforme esse autor, os princípios básicos desta teoria foram formulados originalmente por Eli Filip Heckscher, em 1919, e posteriormente desenvolvidos por Bertil G. Ohlin, em 1933. Segundo essa teoria, a dotação de recursos difere entre os países, e o comércio internacional é conduzido, basicamente, por essas diferenças, ou seja, o comércio internacional seria, em última análise, uma troca de fatores abundantes por fatores escassos, em cada um dos países. No caso simples de dois fatores, dois produtos e duas regiões, o comércio estaria baseado na troca de bens com produção relativamente mais barata em cada região, ou seja, aqueles cuja produção requer relativamente maior quantidade do fator abundante em termos domésticos. Assim, em uma situação de livre comércio, os países tendem a se especializar nos bens em que possuem vantagens comparativas levando a ganhos de bem-estar para todos.

Contradizendo essas afirmações, conforme OMC (1998) citado por COSTA (1999), a maior parte do comércio mundial não tem ocorrido entre países que se especializam na produção de produtos de diferentes conteúdos tecnológicos. Ao contrário, a maior parte do comércio mundial se tem dado em um ambiente de competição imperfeita, entre países desenvolvidos, comercializando entre si produtos com elevado grau de tecnologia, embora muitos países em desenvolvimento ainda exportem bens primários e importem produtos de elevado grau tecnológico.

Trabalhos mais recentes do Comércio Internacional: Krugman (1979, 1981), de Lancaster (1980), de Helpman (1981) e de Ethier (1982), os quais são sintetizados por Helpman e Krugman (1985) e classificados como Nova Teoria do Comércio Internacional, enfatizam as economias de escala, a concorrência imperfeita, os padrões de demanda e a diferenciação dos produtos como sendo os fatores determinantes do comércio.

De acordo com Krugman (1999), a interação entre resultados crescentes e a diferenciação de produto ajudaria a explicar alguns quebra-cabeças do comércio internacional. Os rendimentos crescentes normalmente levam à concorrência imperfeita. Isso se deve, basicamente, ao fato de que, quando há rendimentos crescentes, uma indústria tende a ser dominada por alguns grandes competidores e esses concorrentes estão fadados a chegar à conclusão de que possuem algum poder de fixação dos preços. Por outro lado, na análise do comportamento do consumidor, segundo essa teoria, os consumidores geralmente querem não só um produto específico, mas um punhado de características particulares.

Segundo Arbache (2002), a nova teoria considera que os países usam a mesma tecnologia de produção (função de produção), bem como a existência de dois tipos de bens produzidos: um deles homogêneo, sujeito a retornos constantes de escala, e outro diferenciado, com muitas variedades potenciais e sujeito a retornos crescentes de escala. Com a presença de economias de escala decorrentes da especialização por variedade, cada país produziria diferentes tipos desses bens, os quais seriam comercializados internacionalmente.

1.2 Competitividade : Noções e Conceitos

Na década de 70, a economia mundial foi marcada por crises econômicas, sociais e políticas geradoras de conflitos tanto nas relações capital/trabalho como na organização e

controle da produção e do trabalho, tendo como consequência um esgotamento do padrão de crescimento. Em consequência a esta nova situação estrutural, à perda de dinamismo dos mercados internos e ao acirramento da concorrência externa, os países desenvolvidos começaram a promover programas de reestruturação produtiva, emergindo o debate em torno da competitividade (POSSAS e CARVALHO, 1989).

Consolidava-se, desta forma, nas principais economias desenvolvidas, a tendência à introdução de inovações tecnológicas, gerenciais e organizacionais que mudavam a base técnica da indústria, elevando seus padrões de eficiência. Isso trouxe implicações sobre a competição internacional, delimitando novos espaços de concorrência mais internacionalizados e a aceleração do ritmo de inovação tecnológica com encurtamento do ciclo de vida do produto e processo e diferenciação de produtos (TEIXEIRA, 1999).

Nesses termos, SCHUMPETER apud TEIXEIRA (1999) coloca que a lógica da própria economia capitalista é a existência de incessantes revoluções dentro da estrutura econômica, mudando “a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha, incessantemente criando uma nova”. As mudanças nas estruturas industriais – econômicas – começam, então, a partir dessa época, tornarem-se essenciais e inerentes à própria sobrevivência das empresas em todo o mundo.

Diante desse novo contexto mundial, o padrão de concorrência das empresas muda, deixando de lado as antigas vantagens comparativas como a disponibilidade de recursos naturais e mão-de-obra barata, dando lugar às novas fontes de concorrência em um contexto de inovações tecnológicas e organizacionais (FERRAZ, 1995).

No Brasil, o debate sobre a competitividade também está relacionado aos imensos desequilíbrios da balança de pagamentos a partir de meados da década de 70, especialmente no que se diz respeito à possibilidade de se manter e ampliar o espaço já conquistado no mercado externo pelos produtos manufaturados brasileiros (POSSAS e CARVALHO, 1989).

HAGUENAUER (1989) organizou os conceitos de competitividade em duas famílias. A primeira família busca traduzir a competitividade através da eficiência produtiva, da relação insumo-produto praticada pela firma, isto é, na capacidade da empresa converter insumos em produtos com o máximo de rendimento. Nessa família, os indicadores são buscados em comparativos de custos e preços, coeficientes técnicos (de insumo-produto dentre outros), além da produtividade dos fatores. A competitividade é um fenômeno ex-ante, isto é, reflete o grau de capacitação (eficiência) detido pelas firmas, que se traduz nas

técnicas por elas praticadas. O desempenho obtido no mercado seria uma consequência, resultado dessa capacitação.

• A segunda família privilegia o desempenho em termos de venda e penetração nos mercados, que se expressam em indicadores de participação no mercado exterior (*market-share*). Nessa versão, é a demanda no mercado que, ao arbitrar quais produtos de quais empresas ou de quais países serão adquiridos, estará definindo a posição competitiva das empresas, sancionando ou não as ações produtivas e comerciais que as empresa tenham realizado. A competitividade é um fenômeno *ex-post*, isto é, o resultado de um conjunto de fatores, dentre os quais a eficiência técnica produtiva é apenas um deles e nem sempre o mais importante.

• KUPFER (1991) afirma que as versões eficiência e desempenho são insuficientes para a discussão sobre competitividade, visto que ambos se reduzem à mensuração, em pontos distintos da seqüência intertemporal, dos resultados das diferentes estratégias competitivas adotadas pelas firmas. Para esse autor, competitividade deve ser entendida como sendo a adequação das estratégias adotadas pela firma em relação ao padrão de concorrência vigente na indústria considerada.

FAJNZYLBER apud POSSAS e CARVALHO (1989) associa competitividade fundamentalmente à produtividade. Assim, a indústria qualquer de um país torna-se mais competitiva internacionalmente à medida que sua produtividade cresce em relação à alcançada pelos seus competidores. Esse aumento de produtividade está ligado ao ritmo de investimento, à incorporação de progresso técnico, à pesquisa e desenvolvimento.

FARINA e ZYBERSZTAJN (1994) definem competitividade como resultante da conduta e do desempenho da empresa. A capacidade de sobreviver, ou crescer em mercados nacionais e/ou internacionais representa o desempenho. A segunda dimensão da competitividade, a conduta, está associada à noção de mercado, que, por sua vez, está associada ao processo de concorrência.

Segundo FERRAZ et al (1995), os elementos analíticos centrais de compreensão do termo competitividade devem ser buscados no processo de decisão das estratégias empresariais. A competitividade é definida como a capacidade da empresa formular e implementar estratégias de concorrência, que lhe permitam ampliar ou conservar uma posição sustentável no mercado.

O processo competitivo de qualquer empresa é, conforme o autor citado, analisado sob dois aspectos: o da competitividade revelada e o da competitividade potencial. A competitividade revelada é conceituada pelo lado da demanda, ou seja, as exigências do mercado pelos mais variados produtos motivam as empresas por maior eficiência e assim o sucesso competitivo. A competitividade potencial é conceituada pelo lado da oferta, ou seja, o produtor escolhe a tecnologia, os métodos e processos de organização da produção que sejam mais eficientes para alcançar a competitividade desejada.

Segundo TEIXEIRA (1999), a competitividade das empresas é alcançada, através do desempenho no mercado e da eficiência produtiva, que, por sua vez, são conseqüências das capacitações acumuladas, em recursos, conhecimentos e informações. A capacitação acumulada reflete as estratégias competitivas adotadas em função de suas percepções quanto ao processo concorrencial e ao meio ambiente econômico em que as empresas estão inseridas.

2.3 Conceito de Competitividade Adotado na Análise

A maior parte dos estudos recentes costumam tratar a competitividade como um fenômeno diretamente relacionado às características de eficiência técnica ou de desempenho apresentados por empresas, considerando a competitividade das nações ou regiões como a agregação desses resultados.

Tanto o desempenho quanto a eficiência produtiva são enfoques limitados por serem estáticos, analisando apenas o comportamento passado dos indicadores, sem tornar claro as relações causais que mantém com a evolução da competitividade. A análise da competitividade deve levar em conta aspectos como os interesses da empresa, o mercado no qual atua e os fatores externos (leis, políticas econômicas, políticas industriais) do ambiente em que opera.

Apesar das limitações a que os conceitos de competitividade revelada e potencial estão expostos, pretende-se conciliá-los, já que eles se mostram suficientes para os objetivos deste estudo acerca da Análise do Agronegócio Cearense sob a ótica da competitividade dos principais produtos, levando-se em consideração o novo ambiente competitivo pós-abertura comercial, com maior estabilidade econômica e maior concorrência externa.

Quando se associa competitividade ao desempenho das exportações no mercado internacional (ex-post), a mensuração da competitividade torna-se clara. Vale salientar que o

fato da expansão das exportações significar aumento de competitividade reflete não só as condições de produção como, também, de políticas cambiais, a eficiência dos canais de especialização e dos sistemas de financiamento, acordos internacionais (entre países e empresas), quotas de exportações, entre outros.

A noção de competitividade adotada neste trabalho é definida como a capacidade de uma indústria permanecer no mercado e/ou aumentar sua participação ao longo do tempo dado o padrão de concorrência a que ela está exposta, levando-se em consideração não somente a sua capacidade de produzir eficientemente um dado produto, mas, também, o desempenho no comércio exterior, que será observado através da análise dos indicadores de competitividade.

No capítulo seguinte, serão descritos os procedimentos adotados nesta pesquisa para análise das exportações do agronegócio cearense no período de 1998 a 2003.

3 RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE PAÍSES

Apesar de toda a teoria elaborada pelos economistas contrários às idéias dos mercantilistas, o que se observa no comércio internacional contemporâneo é a inexistência de um autêntico livre comércio entre as nações, sejam elas desenvolvidas ou não.

Os governos intervêm nas relações de troca entre seus respectivos países com o objetivo de proteger os produtos internos. Segundo Silva (2004), essa proteção se dá através de um conjunto de medidas denominadas Políticas Comerciais em que se destacam os seguintes instrumentos:

- Imposto sobre importações
- Subsídios
- Quotas de importação
- Controles cambiais
- Proibição de exportações
- Monopólio estatal
- Leis de compras de produtos nacionais
- Depósito prévio à importação
- Barreiras não tarifárias
- Acordos voluntários de restrição às exportações, etc.

Este capítulo pretende fazer uma retrospectiva das principais políticas comerciais adotadas no Brasil, as quais produziram impacto sobre o agronegócio, e apresentar os acordos comerciais entre Brasil e seus parceiros comerciais. Acredita-se que a descrição, mesmo que sumária, do ambiente em que ocorrem as exportações brasileiras e, conseqüentemente, cearenses seja necessária para uma melhor compreensão do desempenho do agronegócio do Ceará no mercado internacional, objetivo central deste estudo.

3.1 As políticas comerciais no Brasil

As políticas comerciais voltadas ao estímulo às exportações são uma combinação de política cambial, incentivos fiscais e de crédito e política de proteção. No Brasil, pode-se dividir a atuação do governo no apoio às exportações em dois ciclos bem distintos: o

primeiro, chamado de substituição de importações, que pretendeu desenvolver o Brasil através de uma política voltada para a proteção da indústria nacional o que ocorreu a partir de meados dos anos 60 até o final de 1980; e o segundo, chamado de promoções de exportações que teve início nos anos 90, tendo como objetivo principal o crescimento e a diversificação da pauta de exportações brasileira.

O modelo de substituição de importações, que marcou o desenvolvimento da economia brasileira, foi importante para explicar a baixa participação do Brasil no fluxo internacional de comércio, em razão ao pouco incentivo dada às exportações. Durante a década de 50, pouca atenção foi dispensada às exportações, com as políticas cambiais impedindo a expansão das exportações tradicionais (bens primários), que representavam cerca de 90% do total exportado pelo país (BAER, 1995).

Em meados da década de 60, iniciou-se o modelo de promoção de exportações, objetivando o incremento e a diversificação da pauta de exportações brasileira. Para tanto, foram criados vários incentivos e subsídios às atividades exportadoras de produtos industrializados. Esse modelo proporcionou aos produtos industrializados um acentuado crescimento na participação das receitas das exportações totais, passando de 17,7% em 1960 para 55% em 1977, enquanto os produtos agrícolas mantiveram sua participação nas exportações totais em torno de 26%, refletindo claramente as intenções do governo em aumentar as exportações de produtos com maior valor adicionado

A partir da segunda metade dos anos 80, inicia-se a abertura comercial da economia brasileira. A política de comércio exterior da época caracterizava-se pelos incentivos às exportações e controle das importações, em função da escassez de divisas. Foi a crescente necessidade de modernização do parque industrial que levou o governo a reduzir as tarifas para importação de matérias-primas, insumos manufaturados e bens de capital.

As exportações do agronegócio alcançaram elevados valores na década de 70 e início dos anos 80 graças aos altos preços das *commodities*. Durante a década de 80, apesar de a agricultura estar mais eficiente (devido aos avanços tecnológicos) e do desenvolvimento da agroindústria, as exportações do setor sofreram grandes quedas, em consequência, principalmente, de políticas protecionistas por parte de países desenvolvidos, declínio dos preços dos produtos, políticas macroeconômicas de estabilização, entre outros fatores.

Veiga e Iglesias (2003) fazem uma resenha de artigos relevantes sobre o conjunto de estudos realizados sobre as políticas de exportação entre 1960 e 1990 em que identificam três temas importantes no período:

- Quantificação da magnitude das isenções e subsídios às exportações em que merecem destaque os estudos de Cardoso (1980), Musalém (1981), Baumann (1989) e Castelar Pinheiro (1993), entre outros;
- Determinação do impacto do regime de incentivos sobre o desempenho exportador, sendo relevantes os trabalhos de Carvalho e Haddad (1978) e Cardoso (1980);
- Análise dos efeitos alocativos e distributivos da política de promoção discutido em Mendonça de Barros e outros (1975), Savasini e Kume (1979) e Braga (1981).

De forma breve, pode-se concluir que a política comercial brasileira até 1990 foi caracterizada pela centralização institucional, subsídios e minidesvalorizações cambiais. A partir daí, tem-se início um segundo ciclo de políticas comerciais em que o Governo Brasileiro, diante da globalização e da necessidade de modernização tecnológica da indústria nacional, inicia um novo modelo de inserção da economia, no qual a liberalização comercial passou a vigorar, por meio dos objetivos e diretrizes da nova política industrial e de comércio exterior implantada neste ano. Neste período, intensifica-se a abertura comercial, marcando o fim do modelo de substituição de importações como fator dinâmico do desenvolvimento da economia brasileira.

Na década de 90, segundo Bonelli e Brito (1997), no governo Collor, foi implantada a nova Política Industrial e de Comércio Exterior, que alterou radicalmente o sistema vigente, até então de política industrial e de comércio externo. Assim, uma das principais medidas do governo referia-se à liberalização das importações, permitindo às empresas nacionais importarem máquinas, equipamentos, insumos e tecnologias necessárias à modernização do processo produtivo. Foram abolidas as barreiras não-tarifárias, provenientes do período de substituição das importações, e estabeleceu-se que as tarifas de importação seriam reduzidas, gradualmente, entre 1990 e 1995.

A Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior implantadas tiveram como objetivo o aumento da eficiência econômica e do desenvolvimento e difusão de tecnologias com maior potencial de indução do nível de atividade e de competição no comércio internacional. Os

instrumentos utilizados foram: políticas de investimento, de capacidade tecnológica, de comércio exterior, de capacitação de recursos humanos e de apoio às microempresas e empresas de pequeno porte.

Pode-se afirmar que a política brasileira de comércio exterior, neste período, teve como objetivo promover as exportações, baseada na expansão da produção industrial interna, no fluxo do comércio mundial, na demanda internacional, nas influências sobre a demanda doméstica e no abastecimento do mercado interno, evitando, assim, práticas que poderiam prejudicar a produção nacional.

Para alcançar esses objetivos, foram implementados os Programas Novos Pólos de Exportação, de Financiamento as Exportações (PROEX), de Desregulamentação e Programa de Integração no Comércio Regional e Mundial.

Com a implantação do Plano Real em julho de 1994, a valorização cambial e as elevadas taxas de juros praticadas comprometeram o desempenho das exportações e incentivaram as importações, provocando déficits na balança comercial. Com a finalidade de combater a inflação, o Governo liberou ainda mais as importações para induzir a melhoria da competitividade das empresas nacionais e aumentar a oferta interna de produtos. Neste período, as políticas econômicas implantadas não foram favoráveis ao setor agrícola. As altas taxas de juros reais e o câmbio sobrevalorizado foram desfavoráveis ao comércio internacional. Porém, apesar das dificuldades, o agronegócio conseguiu mais que duplicar as suas exportações líquidas, além de colaborar para a redução dos preços domésticos dos alimentos, motivos estes que lhe é atribuído o título de “Segundo Pilar do Plano Real” (Magalhães, 2002).

Veiga e Iglesias (2003) selecionaram os principais estudos referentes a este ciclo e os dividiram em dois grupos principais:

- Os que analisam as condições externas de eficiência das políticas: Fonseca e Veloso (1998), Motta Veiga et alii (1998), IEDI (2000), Iglesias (2001), Iglesias e Motta Veiga (2002), Markwald e Puga (2002), IEDI (2003), entre outros.
- Os que analisam a implementação de políticas: Motta Veiga e Iglesias (2001), Blumenschein e Lopez de Leon (2002), entre outros.

Segundo Sereia et alii (2002), as dificuldades advindas da abertura econômica levaram ao fortalecimento das relações entre blocos de comércio que buscavam políticas,

estratégias, quotas e tarifas comuns. Foi então que surgiu com maior importância econômica as negociações entre os principais blocos econômicos: Mercosul, União Européia e Nafta. O foco atual, quanto ao futuro das políticas comerciais, é a necessidade de criar condições para a expansão das exportações. No entanto, segundo Pinheiro (2003), esta expansão deve viabilizar o aumento das importações. Ainda conforme o autor, as políticas devem dar menos ênfase à gestão das barreiras às importações como, por exemplo, instrumentos de substituição de importações, de modo a fortalecer as relações comerciais com parceiros iniciadas através de acordos de livre comércio.

3.2 Os acordos comerciais do Brasil

Para um país qualquer, negociar um acordo comercial significa aumentar o acesso ao mercado externo para seus produtos com capacidade real ou potencial de exportação. Essa possibilidade surgiu com as transformações pós-Segunda Guerra Mundial com a criação de três instituições que lançaram as regras do Comércio Internacional: O Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial (BM) e os Acordos do Gatt – Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio. Segundo Magalhães (2002), o papel de cada uma destas instituições pode ser assim resumido:

- FMI: criou as condições macroeconômicas para os fluxos internacionais de capitais;
- BM: facilitou a reconstrução da Europa destruída pela guerra e posteriormente estendeu essa ajuda aos países de terceiro mundo de forma a viabilizar os fluxos externos de investimentos diretos nessas economias
- Acordos do Gatt: permitiram o aumento e a multilateralização do comércio entre as nações.

Recentemente, estas três instituições foram incorporadas à Organização Mundial do Comércio – OMC – que hoje é responsável pela negociação de regras e disciplinas comerciais. É através dela que países sem poder de decisão como o Brasil encontram apoio para se defender de práticas protecionistas de comércio e para negociar acordos que contribuam para o seu desenvolvimento.

Para o Agronegócio Brasileiro, as negociações internacionais são fundamentais. As *commodities* agroindustriais, que representam 90% de tudo que o agronegócio do Brasil exporta, são alvo de barreira enormes, subsídios domésticos e à exportação, quotas, tarifas específicas, entre outras. A negociação da Rodada de Doha da OMC é a mais importante para a eliminação dos subsídios domésticos e à exportação.

O Brasil vem buscando ganhos efetivos de comércio por meio de uma melhoria significativa das condições de acesso a mercados. Atualmente, o Brasil participa de vários acordos comerciais.

Conforme pode ser observado na TAB. 1, foi a partir da década de 90 que os acordos comerciais ganharam espaço nas negociações comerciais com outros países.

TABELA 1 – Acordos comerciais do Brasil no mercado internacional.

Acordos Comerciais	Institucionalidade	Data de entrada em vigor
OMC	Acordo Multilateral	1 de janeiro de 1995.
ALADI*	Acordo de Âmbito Regional	12 de agosto de 1980
MERCOSUL**	União Aduaneira	
MERCOSUL – Bolívia	Acordo de Complementação Econômica	2 de março de 1997
MERCOSUL – Chile	Acordo de Complementação Econômica	1 de outubro de 1996
MERCOSUL - Comunidade Andina	Acordo de Alcance Parcial	-
MERCOSUL – Peru	Acordo de Complementação Econômica	-
MERCOSUL – Colômbia, Equador e Venezuela	Acordo de Complementação Econômica	-
MERCOSUL – Índia	Acordo de Intercâmbio Preferencial	-
MERCOSUL – México	Acordo de Complementação Econômica	-

Fonte: Adaptado de Sistema de Informações sobre Comércio Exterior

* ALADI – Associação Latino-Americana de Integração

** MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

Nos próximos anos, as grandes negociações nas quais o Brasil deverá estar engajado são OMC, Área de Livre comércio das Américas –ALCA, União Européia, Mercosul e ampliação do Mercosul com a comunidade Andina, México África do Sul. Porém é importante ressaltar a presença de importantes e potenciais parceiros individuais do Brasil na agenda de crescimento das exportações como Rússia, China e Japão.

No que diz respeito especificamente à ALCA, Segundo Pereira (2003), as negociações continuam no prazo previsto, porém diante de uma grande polêmica em torno

dos ganhos e perdas deste acordo para o Brasil. Conforme Abreu (2003), as principais preocupações do Brasil quanto às negociações da ALCA podem ser sintetizadas em três aspectos principais:

- distribuição temporal das concessões recíprocas referentes a acesso, especialmente no caso de bens;
- garantia de inclusão de temas de especial interesse brasileiro, em particular legislação *antidumping*, subsídios agrícolas e ajustes às regras relativas a propriedade intelectual;
- garantia de que a inclusão de temas como normas trabalhistas e meio ambiente não sirva de base para o uso de instrumentos adicionais de proteção, especialmente nos Estados Unidos.

Países com grande potencial de exportação de produtos agropecuários e agroindustriais, como Estados Unidos, Brasil, Argentina, Colômbia e de importação: China, Japão e países europeus têm diante de si a perspectiva de novos acordos multilaterais relacionadas às negociações agrícolas lançadas em Doha¹, Qatar. No caso do Brasil, avanços nas negociações da OMC permitirão o acesso a novos mercados. É importante ressaltar, no entanto, que os acordos internacionais limitam a soberania de uma nação. Segundo Magalhães (2002), no atual estágio do agronegócio brasileiro, tais acordos internacionais só irão atender ao objetivo de crescimento econômico do país se forem capazes de aumentar as exportações e a competitividade externa da produção doméstica, gerando, dessa forma, emprego e oportunidades de investimentos.

As negociações de livre comércio de âmbito multilateral nas quais o Brasil se encontrou inserido nos últimos anos, no entanto, vêm mantendo e até fortalecendo as medidas protecionistas adotadas pelos países desenvolvidos. No caso específico do agronegócio, podem ser citados como principais instrumentos de proteção às barreiras tarifárias a terceiros países; os subsídios concedidos aos produtores, os subsídios às exportações, as barreiras não-tarifárias, como barreiras sanitárias e fitossanitárias, e barreiras técnicas.

¹ No Seminário de Doha, no âmbito da OMC, 2001, foi definido um programa que deve ser concluído em 2005. Os principais interesses do Brasil na rodada de negociações da OMC em Doha foram o protecionismo agrícola, em particular os subsídios às exportações e a legislação *antidumping*

4. METODOLOGIA

4.1 Fonte dos dados

As informações referentes à produção mundial e nacional dos produtos selecionados para a análise foram obtidas na *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO) e no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A análise do desempenho das exportações do agronegócio do Ceará foi realizada a partir de séries de dados de comércio exterior (volume e valor das exportações e importações). Os dados relativos ao Ceará foram obtidos através da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), no sistema Aliceweb. Foram coletadas ainda informações relativas à balança comercial do agronegócio na Secretaria de Produção e Comercialização (SPC) do Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Quanto aos dados internacionais, a origem foi *Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAO e o International Trade Statistics – ITC*.

Em razão das dificuldades de obter informações referentes ao comércio internacional de um número mais extenso de produtos do agronegócio cearense no período de estudo, foram analisados três produtos relevantes da pauta de exportação do agronegócio: castanha de caju, melão e camarão.

As exportações dos produtos do agronegócio cearense se destinam e encontram concorrência em diferentes partes do mundo. Sendo assim, no cálculo dos indicadores de Vantagens Comparativas Reveladas, optou-se por fazer a análise considerando como região de referência os principais países concorrentes do Ceará no mercado internacional, de forma individual.

O modelo *market share* exige o estabelecimento de períodos para uma comparação entre pontos discretos no tempo. A delimitação destes períodos deve considerar fatos econômicos marcantes que possam causar impactos sobre as exportações. No presente estudo, selecionou-se o período compreendido entre 1998 e 2003, quando se pode constatar um salto das exportações do agronegócio no Ceará. Segundo Sereia (2002), as exportações de uma região sofrem influências de mudanças econômicas internas, a subdivisão da análise em períodos permite identificar com maior precisão as referidas mudanças que se refletem de



maneira mais diferenciada nas exportações. Diante disto, a análise dos resultados relativos ao modelo Market Share considerou os seguintes períodos: 1998-2000, 2000-2003 e 1998-2003.

4.2 Métodos de Análise

Segundo USITIC apud COUTINHO (1983), apesar da variedade de significados atribuídos à competitividade internacional, existe um relativo consenso quanto ao fato de que ela se manifesta em algum tipo de medida de "sucesso" nos mercados internacionais. Entretanto, há uma considerável diversidade nos indicadores utilizados com tal finalidade.

Diante da variedade de indicadores, os estudos existentes os classificam conforme suas relações com uma forma de manifestação da competitividade internacional ou a um determinante dela. Distinguem-se, assim, três tipos:

- Indicadores de desempenho, relacionados ao desempenho comercial, sobretudo o exportador;
- Indicadores de eficiência, relacionados a preço e custo de produção e à utilização dos fatores de produção;
- indicadores de capacitação, que dizem respeito aos fatores que atuam diretamente ou indiretamente sobre o processo de produção e de comercialização, capacitando os agentes econômicos a produzir com maior eficiência e melhorar o desempenho comercial.

Este estudo será restrito aos indicadores de desempenho, os quais têm sido largamente utilizados como indicadores de competitividade das exportações brasileiras, pois se caracterizam por evidenciar as formas em que a competitividade internacional se manifesta, o que expõe em geral à participação de um setor estudado no mercado nacional e, principalmente, no comércio internacional.

Os indicadores de desempenho podem ser relacionados de acordo com o seu caráter relativo ou absoluto. Os indicadores de tipo relativo, em geral denominados indicadores de vantagem comparativa revelada, medem a relação entre o desempenho do setor em questão e o desempenho dos demais setores do mesmo país. Já os indicadores do tipo absolutos se referem à comparação do desempenho competitivo de um país com o de seus concorrentes no comércio mundial dos produtos respectivos.

Dentre os indicadores existentes, utilizar-se-á, para avaliar a performance dos diferentes produtos do agronegócio cearense, os seguintes indicadores de desempenho: a) vantagem comparativa revelada b) taxa de cobertura c) *Constant market share*.

a) **Indicadores de Vantagem Comparativa**

Os indicadores de Vantagem Comparativa Revelada (VCR) foram originalmente desenvolvidos por Balassa, introduzido em 1965, a partir do reconhecimento da dificuldade de quantificação dos fatores responsáveis pelas vantagens comparativas dos países, incluindo custos relativos e diferenças em "fatores não ligados a preços". Neste sentido, o autor sugere que o estudo das vantagens seja feito a partir da forma em que essas vantagens são "reveladas" nos padrões de comércio, os quais, na teoria neoclássica, seriam determinados exclusivamente pelas vantagens comparativas (COUTINHO, 1993).

a.1) Indicadores de Vantagem Comparativa Revelada

O primeiro indicador de VCR pode ser interpretado como a razão entre o peso das exportações do produto em questão nas exportações totais da região j considerado o seu peso nas exportações totais da região de referência z . Portanto as vantagens comparativas de um determinado produto seriam, portanto, "reveladas" pela sua participação na pauta do país estudado em relação à sua participação na pauta regional. Desta forma, o indicador de vantagens comparativa revelada para uma região j em um produto ou grupo de produtos i pode ser definido da seguinte forma:

$$VCR_{ij} = (X_{ij} / X_{iz}) / (X_j / X_z)$$

VCR_{ij} → Vantagem comparativa revelada do produto i no agronegócio do Ceará.

X_{ij} → representam as exportações do produto i do agronegócio do Ceará.

X_j → representam as exportações totais do agronegócio do Ceará.

X_{iz} → representam as exportações do produto i em relação à região de referência z .

X_z → representam as exportações totais do agronegócio na região de referência z .

O indicador VCR_{ij} é uma razão de proporções que pode variar de 0 a infinito. Quando $VCR_{ij} > 1$, conclui-se que o produto i do agronegócio do Ceará apresenta uma vantagem comparativa em relação à região de referência z . A participação deste produto nas exportações do agronegócio do Ceará é superior a participação deste produto no total das exportações da região de referência z . Ocorrendo o contrário, quando $VCR_{ij} < 1$, significa que a região apresenta desvantagem comparativa na produção e exportação do referido produto i . Sendo $VCR_{ij} = 1$, a região j não terá vantagem nem desvantagem na produção do produto i : a produção local supre as necessidades internas de consumo, não havendo excedente para ser exportado.

a.2) Taxa de Cobertura

O segundo indicador de VCR proposto por Balassa, também conhecido como "taxa de cobertura", é obtido pela relação entre exportações/importações do produto i , ou grupo de produtos de agronegócio do Ceará.

$$TC_i = X_i / M_i$$

Onde: X_i e M_i representam, respectivamente, as exportações e importações do produto i , ou grupo de produtos do agronegócio do Ceará.

Quando $TC_{ij} > 1$, identifica-se uma vantagem comparativa em termos de cobertura das importações, ou seja, as exportações do produto i teriam uma dimensão maior, quando comparadas às importações do mesmo produto.

Conforme Gutman & Miotti (1996) Apud Hidalgo (1998), os produtos que simultaneamente apresentem vantagem comparativa revelada e taxa de cobertura superior à unidade constituem os chamados "pontos fortes" de uma economia. Por outro lado, os produtos que apresentam simultaneamente desvantagem comparativa revelada e taxa de cobertura inferior à unidade são considerados como "pontos fracos" de uma economia.

b) *Constant Market Share.*

A competitividade absoluta de um país é refletida pelo desempenho das exportações de um setor e/ou país no comércio mundial, diferindo do indicador de vantagens

comparativas que avalia o desempenho de um setor relacionando somente as exportações do país, isolando-se da análise o desempenho desse mesmo setor no mercado internacional.

De acordo com este modelo, as variações na participação das exportações de um país no comércio mundial são decompostas em três efeitos: crescimento do comércio mundial, destino das exportações e competitividade, resultante de ganhos ou perdas de participação nos diversos mercados por parte do produto.

O modelo é dado por :

$$\sum (V'_{ij} - V_{ij}) = \sum (r_i V_{ij}) + \sum (r_{ij} - r_i) V_{ij} + \sum (V'_{ij} - V_{ij} - r_i V_{ij})$$

onde:

$\sum (V'_{ij} - V_{ij})$ corresponde ao crescimento efetivo total do valor das exportações do produto i

V'_{ij} → valor das exportações do produto i para o mercado j no período 2.

V_{ij} → valor das exportações do produto i para o mercado j no período 1.

r_i → taxa de crescimento do valor das exportações mundiais do produto i, do período 1 para o período 2.

r_{ij} → taxa de crescimento do valor das exportações mundiais do produto i para o país j, do período 1 para o período 2.

i. efeito crescimento do comércio mundial = $\sum (r_i V_{ij})$

Efeito do crescimento do comércio do produto i, isto é, incremento das exportações do país devido a um aumento geral do comércio. Representa a porcentagem de crescimento observada se as exportações do país tivessem crescido a mesma taxa de comércio internacional.

ii. efeito destino das exportações = $\sum (r_{ij} - r_i) V_{ij}$

Esse efeito representa os ganhos ou perdas da porcentagem de crescimento devido ao fato de o país exportar para mercados que cresceram a taxas superiores ou inferiores à média observada para todos os países. Mostra os ganhos ou perdas decorrentes da venda do produto para mercados externos mais ou menos dinâmicos.

$$\text{iii. efeito competitividade} = \sum (V'_{ij} - V_{ij} - r_i V_{ij})$$

Efeito de contribuição ou resíduo, representa a porcentagem de crescimento dos ganhos ou perdas de participação do produto nos diferentes mercados devido aos ganhos ou perdas de competitividade, seja em termos de preços e/ou custos, seja em virtude da melhoria na qualidade do produto e/ou condições de investimentos. Quando este efeito é negativo o país deixa de manter sua parcela no mercado o que indica aumento de preços para o país em questão, em proporções maiores que os preços de seus competidores.

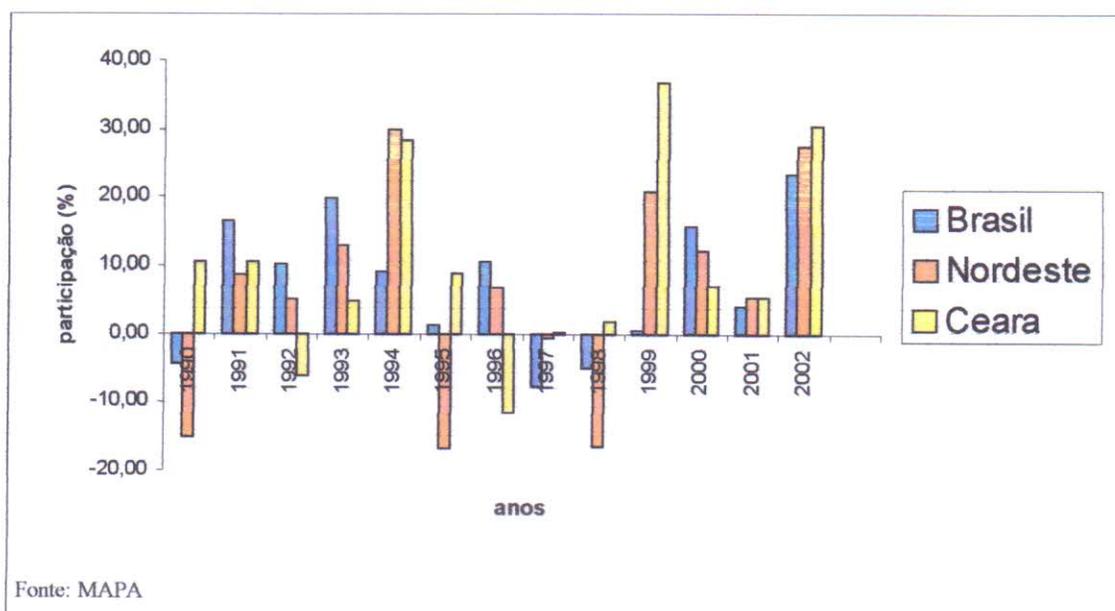
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo, são apresentados e discutidos os resultados obtidos na presente pesquisa. Inicialmente, faz-se uma descrição do comportamento das exportações do agronegócio. Em seguida é realizada uma análise de três dos principais produtos da pauta de exportação do setor e finalmente da sua competitividade no comércio internacional a partir dos indicadores calculados conforme metodologia descrita no capítulo quatro. É válido ressaltar, no entanto, que as análises respaldadas nas informações obtidas guardam certas limitações, uma vez que o assunto em questão envolve ainda fatores complexos como a dinâmica dos mercados envolvidos, dos fatores competitivos, das políticas macroeconômicas entre outros.

5.1 O comportamento das exportações do agronegócio do Ceará

As exportações do agronegócio no período de 1990 a 2003 foram caracterizadas por fortes oscilações, conforme observado na FIG. 1. Essas oscilações podem ser atribuídas a fatores como saturação do mercado internacional das *commodities*, declínio dos preços, queda do crescimento do comércio mundial, políticas ineficientes de estímulo às exportações, excessiva carga tributária sobre a cadeia produtiva exportadora, entre outros.

FIGURA 1 - Taxas de crescimento do Agronegócio do Brasil, Nordeste e Ceará.



Apesar das dificuldades encontradas pelos exportadores brasileiros, pode-se observar que, a partir de 1999, após a mudança do regime cambial que desvalorizou o real, o desempenho das exportações do agronegócio foi positivo o que pode ser atribuído aos esforços do governo e da iniciativa privada que levaram, por exemplo, à criação do Programa Especial de Exportações – PEE e, no caso específico do estado do Ceará, à introdução de novos produtos inseridos na pauta como frutas, mel e flores.

A TAB. 2 mostra a participação das exportações do agronegócio cearense no total das exportações do Estado. Como pode ser observado, o agronegócio foi a principal de fonte de divisas para a economia cearense no período. Apesar das oscilações ocorridas entre 1990 e 1997, o valor das exportações do agronegócio apresentou tendência de crescimento a partir de então. Observa-se também que o comportamento do valor das exportações é definido, basicamente, pelas exportações do agronegócio, haja vista sua elevada participação na referida pauta.

TABELA 2 - Participação do agronegócio nas exportações do Ceará (1990-2003).

Anos	Mil US\$ FOB		
	Exportações do agronegócio	Exportações totais	Participação do agronegócio (%)
1990	197.807	230.251	85,91
1991	218.763	270.419	80,90
1992	241.957	303.590	79,70
1993	227.075	274.825	82,63
1994	237.835	334.861	71,02
1995	305.142	352.131	86,66
1996	331.931	380.434	87,25
1997	293.594	353.002	83,17
1998	293.772	355.246	82,70
1999	299.164	371.206	80,59
2000	409.176	495.098	82,65
2001	437.311	527.051	82,97
2002	460.524	543.902	84,67
2003	600.824	760.927	78,96

Fonte: MDIC/SECEX/WEB ALICE

Conforme a TAB. 3, foram observadas mudanças na pauta de exportações do agronegócio, ora referentes a variações na participação de produtos tradicionais como cera de

carnaúba, algodão, castanha de caju, ora devido à inclusão de produtos como mel natural, flores e pimenta. Dentre os produtos tradicionais, a amêndoa da castanha de caju apresentou a maior redução na participação na pauta de exportação no período considerado, no entanto continua sendo importante geradora de divisas para o Estado. Com relação aos produtos emergentes, o camarão cultivado e o melão apresentaram maior crescimento das suas participações na referida pauta, sugerindo grande potencial de expansão das exportações. Também se observou um aumento na diversificação dos produtos exportados, tendo em vista que em 1998 apenas cinco produtos concentraram 91,79% do valor total das exportações.

TABELA 3 - Valor e Participação dos principais produtos do agronegócio cearense (1998-2003).

Produtos	Mil US\$ FOB			
	1998		2003	
	Valor exportado	(%)	Valor exportado	(%)
Algodão*	50.583	17,22	119.816	19,94
Castanha de caju	124.060	42,23	109.947	18,30
Calçados	34.566	11,77	93.711	15,60
Peles e couros	2.639	0,90	87.647	14,59
Camarão cultivado	2.437	0,83	80.944	13,47
Lagosta	32.265	10,98	30.756	5,12
Líquido da castanha de caju	7.103	2,42	2.272	0,38
Cera de carnaúba	28.177	9,59	10.490	1,75
Frutas (Melão)	959	0,33	21.562	3,59
Peixe	497	0,17	809	0,13
Mel de abelha	0	0,00	5.642	0,94
Flores	0	0,00	256	0,04
Pimenta	0	0,00	601	0,10
Demais produtos	10.486	3,57	36.371	6,05
Total	293.772	100,00	600.824	100,00

Fonte: MDIC/SECEX/WEB ALICE

(*) Algodão, fio algodão e tecido de algodão.

As exportações do agronegócio, em 2003, cresceram tanto para mercados tradicionais, como Estados Unidos e Argentina, como também para países com menor participação, como Hong Kong, República Dominicana, Panamá, México, Espanha e Canadá.

Verificou-se, também no período de análise, uma desconcentração dos mercados de destino, ocasionada pelas ações do Governo Estadual e da iniciativa privada, os quais têm promovido os produtos cearenses em eventos nacionais e internacionais.

Como mencionado, serão analisados a seguir a amêndoa da castanha de caju, o melão e o camarão cultivado.

5.2 Amêndoa de Castanha de Caju

O cajueiro é uma árvore nativa do Nordeste do Brasil e introduzida nos demais países pelos exploradores portugueses. A sua importância econômica é atribuída à amêndoa da castanha do caju ou ACC, obtida através do beneficiamento do fruto e cujo sabor é apreciado em diversas partes do mundo.

Atualmente a produção de caju ocorre em diversos países e está voltada principalmente para a exportação. O principal mercado da amêndoa da castanha de caju no comércio internacional é o de nozes para aperitivos (*snacks foods*) e sobremesas.

O Ceará é o principal produtor e exportador brasileiro de ACC, sendo aquela um dos principais produtos de sua pauta de exportação. A atividade é fonte de emprego e renda no Estado e contribui para o seu crescimento econômico.

5.2.1 Produção de castanha de caju

Mesmo sendo uma planta nativa do Brasil, a produção de castanha de caju ocorre principalmente na Índia e no Vietnã seguidos da Nigéria, Brasil e Tanzânia. Como pode ser observado na TAB. 4, esses cinco países concentraram em torno de 74,65% da produção no período de 1998 a 2003. Desses, Brasil e Vietnã apresentaram as maiores taxas de crescimento da produção acumulada no período 229% e 195%, respectivamente. No caso do Brasil, é importante ressaltar que esse crescimento foi influenciado pela baixa produção verificada em 1998 decorrente da seca. No tocante aos países asiáticos, observa-se o aumento na produção resultante das políticas de subsídios diretos à produção adotadas pelos governos locais.

TABELA 4. - Produção de Castanha de Caju – Principais Produtores Mundiais (1998-2003).

Países	1998		1999		2000	
	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%
Vietnã	216.000	17,47	164.800	11,38	270.400	16,28
Índia	360.000	29,11	460.000	31,76	520.000	31,31
Nigéria	152.000	12,29	176.000	12,15	184.000	11,08
Brasil	54.124	4,38	145.437	10,04	138.608	8,35
Tanzânia	93.200	7,54	106.500	7,35	121.200	7,30
Indonésia	86.900	7,03	89.500	6,18	84.200	5,07
D'ivore cote	39.275	3,18	40.795	2,82	78.000	4,70
Guinea-Bissau	64.000	5,18	73.156	5,05	72.725	4,38
Moçambique	51.700	4,18	58.720	4,05	57.894	3,49
Benin	25.000	2,02	30.000	2,07	40.000	2,41
Outros países	94.288	7,62	103.362	7,15	93.566	5,63
Total	1.236.487	100,00	1.448.270	100,00	1.660.593	100,00

Fonte: FAO

Tabela 4 - Continuação

Países	2001		2002		2003	
	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%
Vietnã	292.800	18,14	515.200	27,19	637.200	31,33
Índia	450.000	27,87	460.000	24,27	460.000	22,62
Nigéria	185.000	11,46	186.000	9,81	186.000	9,15
Brasil	124.073	7,69	164.539	8,68	178.396	8,77
Tanzânia	121.900	7,55	123.000	6,49	123.000	6,05
Indonésia	86.200	5,34	87.900	4,64	90.000	4,43
D'ivore cote	80.000	4,96	90.000	4,75	90.000	4,43
Guinea-Bissau	85.000	5,27	80.000	4,22	80.000	3,93
Moçambique	58.000	3,59	58.000	3,06	58.000	2,85
Benin	40.000	2,48	40.000	2,11	40.000	1,97
Outros países	91.458	5,65	90.430	4,78	91.033	4,47
Total	1.614.431	100,00	1.895.069	100,00	2.033.629	100,00

Fonte: FAO

O Brasil, por muito tempo, foi o segundo produtor de castanha de caju, ocupou o 4º lugar em 2003. O aumento verificado a partir de 1999 é atribuído a programas governamentais como o de substituição de copas em cajueiros pouco produtivos ou atípicos; programa de expansão de áreas de sequeiro e irrigado; Programa de recuperação da cajucultura no Estado do Ceará; apoio técnico institucional através da EMATERCE (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Ceará) que atende 45 municípios dos pólos de cajucultura do Ceará, capacitação de produtores e adoção de novas tecnologias.

A produção nacional de castanha de caju está concentrada na região Nordeste, sendo o Ceará o principal produtor, seguido do Rio Grande do Norte, Piauí, Bahia e Maranhão (TAB. 5). Dos 682 mil hectares cultivados no Nordeste, aproximadamente 365 mil hectares encontraram-se no Ceará em 2003. É importante ressaltar que os Estados do Maranhão, Piauí e Bahia vêm adotando fortes políticas de incentivo à cajucultura o que pode significar um crescimento das suas produções no médio e longo prazo.

TABELA 5 - Produção e Área plantada da Castanha de Caju-Brasil (1998-2003).

Região	1998		1999		2000	
	Produção (t)	Área plantada (hectare)	Produção (t)	Área plantada (hectare)	Produção (t)	Área plantada (hectare)
Brasil	54.124	630.185	145.437	624.541	136.608	652.599
Nordeste	52.434	628.943	143.530	623.055	130.320	644.974
Ceará	13.657	333.086	77.113	329.858	47.737	347.152
R. G. do Norte	16.144	117.517	17.898	107.722	30.546	107.166
Piauí	6.128	130.745	32.224	142.394	33.395	144.387
Bahia	3.718	18.845	3.304	15.546	4.884	19.154
Maranhão	3.750	10.232	3.954	10.129	4.695	12.248
Paraíba	5.375	8.508	5.009	7.289	5.609	7.321
Pernambuco	3574	9.733	3.944	9.840	3.376	7.269
Alagoas	88	277	84	277	78	277
Outros Estados	1.690	1.242	1.907	1.486	8.288	7.625

Fonte : IBGE – Produção Agrícola Municipal

Tabela 5 - Continuação

Região	2001		2002		2003	
	Produção (t)	Área plantada (hectare)	Produção (t)	Área plantada (hectare)	Produção (t)	Área plantada (hectare)
Brasil	124.073	653.264	164.539	673.115	183.094	682.516
Nordeste	121.046	651.164	161.456	670.855	179.856	679.366
Ceará	67.935	356.053	102.431	362.226	108.051	364.601
R. G. do Norte	16.855	99.860	26.278	112.302	29.089	113.823
Piauí	18.850	147.725	16.817	149.784	26.662	154.717
Bahia	5.068	19.849	5.445	19.225	5.444	19.544
Maranhão	4.633	13.054	4.050	13.115	4.706	13.362
Paraíba	4.338	7.856	2.793	7.515	3.017	7.609
Pernambuco	3.212	6.367	3.554	6.239	2.825	5.476
Alagoas	155	400	88	449	62	234
Outros estados	3.027	2.100	3.083	2.260	3.238	3.150

Fonte : IBGE – Produção Agrícola Municipal

No Ceará, o cajueiro é cultivado em quase todos os municípios, sendo a produção distribuída em cinco pólos: Pacajus, Aracati, Itapipoca, Camocim e Cariri.

Estudos realizados nos estados produtores de castanha de caju mostraram que os maiores problemas da produção nacional deste produto, em 2003, foram a baixa produtividade (296 Kg/ha) e os baixos preços pagos aos produtores, os quais geram crescentes desestímulos. Esse aspecto limita a adoção de tecnologias a exemplo da substituição dos pomares de cajueiro comum (aproximadamente com 40 anos) pelo cajueiro anão precoce, que vem sendo desenvolvido pelo Centro Nacional de Pesquisa em Agroindústria Tropical (CNPAT) – EMBRAPA. Esse tipo de cajueiro é de elevada qualidade genética e alta produtividade (até 1.200Kg/ha)², em condições de sequeiro.

Tornam-se importante ainda estudos voltados para custos de implantação, produção e comercialização do caju que orientem o planejamento de políticas específicas para o setor.

A solução ou minimização de tais problemas é fundamental para assegurar a permanência da ACC brasileira no mercado mundial, o qual será analisado a seguir.

5.2.2 Mercado Internacional da Amêndoa da Castanha de Caju

A grande importância econômica do cajueiro reside nas exportações do produto industrializado, a amêndoa da castanha de caju (ACC). Essas exportações ocorrem em um mercado extremamente exigente quanto à qualidade e padronização do produto, com destaque para os seguintes itens: integridade da amêndoa, cor, tamanho, sanidade (ausência de coliformes e aflatoxina) e aspectos nutricionais. A obediência às exigências internacionais requer a observância de boas práticas agrícolas e das boas práticas de fabricação (processamento).

O comércio mundial de ACC teve como principais exportadores no ano de 2003 a Índia, Vietnã e Brasil. Países como os Estados Unidos, Bélgica, Holanda aparecem como exportadores de ACC apesar de não serem produtores. Esses países compram ACC pré-processada, finalizam o processamento e reexportam com marcas locais. Como pode ser visto na Tabela 6, a Índia é o maior exportador mundial. Mesmo sendo o principal produtor, a sua

² A geração de clones de cajueiro anão precoce está difundindo a cajucultura em outros estados. Mato Grosso do Sul e São Paulo já iniciaram as primeiras plantações de cultivo o que elevará a produção nacional no médio e longo prazo.

produção só atende aproximadamente a 50% da sua capacidade instalada de processamento. O restante é obtido através da importação de castanha “in natura”, principalmente da África.

A análise da referida Tabela permite constatar ainda o bom desempenho do Vietnã, cuja participação no valor total das exportações cresceu de 16,5% em 1998 para 29,8% em 2003, enquanto a Índia e o Brasil caíram de 49,8% e 19,6% em 1998 para 41,4% e 16,5% em 2003, respectivamente. Os ganhos de mercado alcançados pelo Vietnã demonstram a sua competitividade que é atribuída principalmente aos baixos custos do fator trabalho e a participação do Governo na organização da produção. O Brasil poderia ter uma participação maior no mercado internacional da ACC não fossem problemas de desarticulação da cadeia produtiva de caju (SEBRAE, 2004).

TABELA 6 - Os maiores Países Exportadores da Amêndoa da Castanha de Caju (1998-2003).

Países	1998		1999		2000	
	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado
Índia	71.042	362.560	92.222	570.955	81.661	418.488
Vietnã	25.700	116.969	18.400	109.748	40.734	191.355
Brasil	31.882	142.575	24.101	142.125	33.588	165.059
Holanda	8.168	41.685	11.271	61.121	10.295	53.055
Bélgica	63	393	319	1.795	243	1.555
Estados Unidos	1.110	5.026	1.197	6.093	1.066	5.625
Indonésia	1.684	6.291	2.881	12.733	1.988	8.721
Itália	87	702	86	705	140	982
Inglaterra	139	842	989	4.071	491	2.567
Alemanha	521	2.749	412	2.494	234	1.603
Singapura	438	2.473	733	4.147	734	4.242
Tailândia	226	829	227	721	176	741
Tanzânia	2.627	4.055	3.168	3.165	4.282	4.622
Grécia	54	220	40	269	20	132
Moçambique	4.700	15.000	4.700	15.000	4.700	15.000

Fonte: FAO

TABELA 6 – Continuação

Mil US\$ FOB

Países	2001		2002		2003	
	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado
Índia	90.399	366.789	122.064	396.790	98.546	360.994
Vietnã	43.672	151.707	62.235	208.966	83.900	260.000
Brasil	29.356	112.251	30.114	105.132	41.569	143.760
Holanda	7.919	37.032	12.772	51.612	12.604	52.094
Bélgica	961	4.929	2.630	11.282	2.651	12.197
Estados Unidos	1.588	6.964	2.787	11.439	2.492	9.956
Indonésia	1.539	4.983	1.332	3.597	5.341	6.566
Itália	123	1.086	225	2.078	364	3.417
Inglaterra	415	1.915	412	2.017	761	3.111
Alemanha	375	2.037	782	3.088	506	3.088
Singapura	780	3.213	1.127	4.202	811	2.939
Tailândia	74	312	208	900	697	2.801
Tanzânia	816	746	399	525	1.809	1.658
Grécia	31	143	20	106	156	754
Moçambique	4.700	15.000	631	1.179	221	671

Fonte:FAO

O setor de beneficiamento da ACC, no Brasil, opera com máquinas pouco eficientes, obsoletas, com baixa produtividade e altos custos de produção, havendo a necessidade de modernização do parque industrial e de adoção de tecnologias já existentes para a conquista de novos mercados com produtos e sub-produtos de maior valor agregado (SEBRAE, 2004).

Moçambique, que já foi um importante produtor de castanha de caju e também exportador de ACC, apresentou as maiores quedas no período analisado, resultado de uma política voltada para o estímulo das exportações da castanha bruta, que desencoraja os produtores, e da existência de pomares antigos que nunca foram substituídos. Isto interferiu positivamente no resultado das exportações brasileiras de ACC.

A situação do Brasil no mercado internacional de ACC reflete a situação do Ceará, principal exportador nacional e responsável por 76,5% do valor total das exportações brasileiras de ACC em 2003. Conforme observado na TAB. 7, no período de 1990 a 2003, o valor das exportações de ACC apresentou um crescimento de 33% apesar de algumas oscilações. Esse aumento é resultado do crescimento no volume total exportado e não de

aumentos no preço do produto. Nota-se claramente uma queda no preço médio das exportações da ACC decorrente do aumento da oferta mundial (principalmente dos países concorrentes como o Vietnã), e da baixa qualidade da castanha (19% de rentabilidade e 25% de umidade, contra 29% e 6% da castanha africana). A demanda mundial acomodou os volumes crescentes com preços decrescentes. O preço mais elevado observado em 1999 foi influenciado pela quebra da safra brasileira em função da seca ocorrida em 1998. As quedas na quantidade exportada nos anos 1999 e 2002 são decorrentes das secas ocorridas nos anos 1998 e 2001, respectivamente.

TABELA 7 - Valor, quantidade e preço médio das exportações da ACC no Ceará.(1990-2003).

Anos	Valor (Mil US\$)	Quantidade (t)	Preço médio (US\$/t)
1990	82.662	22.329	3.702,00
1991	92.065	20.150	4.568,98
1992	122.868	31.952	3.845,39
1993	103.191	26.758	3.856,45
1994	92.503	19.538	4.734,52
1995	129.927	28.295	4.591,87
1996	149.985	32.692	4.587,82
1997	138.723	32.265	4.299,49
1998	124.060	27.905	4.445,80
1999	115.786	19.895	5.819,85
2000	137.479	28.294	4.858,95
2001	87.920	23.199	3.789,82
2002	79.986	22.424	3.566,98
2003	109.947	31.725	3.465,63

Fonte : MDIC/SECEX/WEB ALICE

Os preços internacionais da ACC são fortemente influenciados pelos níveis de oferta e demanda do produto sendo os exportadores, tomadores de preço. De fato, os mercados dos Estados Unidos e União Européia, principais importadores, tendem a fixar os preços todos os anos, acirrando a competição entre os países produtores/exportadores, o que faz com que a qualidade da ACC tenha uma importância cada vez maior.

Os dados referentes à importação de ACC mostram que os maiores compradores são Estados Unidos, Holanda, Inglaterra e Alemanha. Segundo a TAB. 8, a União Européia é grande importadora de ACC. Porém o Brasil e mais especificamente o Ceará, não tem grande participação neste mercado. Em 2003, apenas 5,5% das importações européias de ACC foram provenientes do Brasil. No caso do Japão, outro grande importador a participação é quase nula.

TABELA 8 - Os principais importadores mundiais de ACC (1998-2003)

Países	Mil US\$ FOB					
	1998		1999		2000	
	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado
Estados Unidos	64.405	307.360	71.565	431.335	81.508	449.800
Holanda	18.835	93.552	19.316	117.999	20.494	118.008
Inglaterra	6.743	33.600	7.905	50.282	8.043	44.982
Alemanha	12.975	58.473	4.968	26.483	6.081	33.681
Austrália	6.300	25.448	5.629	34.398	5.260	26.717
Canadá	4.245	19.321	3.735	20.554	4.830	23.645
Emirados Árabes Unidos	2.910	17.200	3.260	22.200	1.400	1.600
Japão	5.532	28.778	4.886	31.389	5.660	32.718
Bélgica	564	2.214	568	3.345	703	4.285
França	6.922	28.161	4.639	21.512	4.470	22.800
Luxemburgo	0	0	0	0	706	6.110
Itália	1.713	8.024	1.866	10.068	2.075	10.801

Fonte: FAO

TABELA 8 - Continuação

Países	Mil US\$ FOB					
	2001		2002		2003	
	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado
Estados Unidos	83.706	361.576	95.419	353.248	101.772	398.092
Holanda	19.002	87.426	20.595	84.181	25.407	104.448
Inglaterra	9.493	40.409	10.359	39.708	10.890	44.854
Alemanha	7.445	34.587	7.379	31.309	8.796	39.436
Austrália	6.818	23.642	8.695	29.057	10.999	37.971
Canadá	5.607	22.001	8.105	29.522	10.013	37.310
Emirados Árabes Unidos	5.000	3.400	4.792	17.917	5.811	22.238
Japão	5.746	25.520	6.670	27.167	5.344	21.507
Bélgica	1.836	9.158	3.560	14.640	3.497	15.997
França	5.083	23.214	4.995	18.271	3.649	13.994
Luxemburgo	717	10.121	983	11.923	991	11.923
Itália	2.223	9.215	2.464	8.955	3.109	10.758

Fonte: FAO



Os principais destinos das exportações cearenses são os Estados Unidos, Canadá, e Itália (TAB. 9). Como pode ser observado, o Ceará apresentou perdas gradativas no volume de exportação para a França e Portugal, mas conquistou novos mercados como México e África do Sul. No caso específico da França, houve uma queda no consumo de ACC ao longo do período analisado, o que, aparentemente, não demonstra uma substituição de fornecedor.

TABELA 9 - Distribuição geográfica das exportações de ACC do Ceará (1998-2003).

Países	Mil US\$ FOB					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Estados Unidos	88.833	89.980	108.328	66.863	58.589	80.716
Canadá	11.939	7.813	10.138	7.810	8.244	10.067
Itália	1.680	2.004	2.537	1.652	2.025	3.263
Líbano	3.164	2.062	2.465	2.559	2.554	2.660
México	1.357	1.202	1.508	1.483	1.039	1.494
Alemanha	1.508	1.465	1.407	1.016	1.167	1.191
África do Sul	1.147	1.394	1.386	1.294	944	1.481
França	2.222	2.034	1.693	1.153	1.256	1.096
Holanda	5.982	3.109	2.031	412	961	969
Portugal	1.736	2.117	2.376	1.078	904	709
Espanha	699	468	949	378	459	870
Reino Unido	599	718	983	870	386	520
Argentina	1.294	218	274	294	95	346
Venezuela	209	508	523	336	210	338
Austrália	365	158	0	0	83	336
Demais países	1.326	536	881	722	1.070	3.891
Total	124.060	115.786	137.479	87.920	79.986	109.947

Fonte: MDIC/SECEX/WEB ALICE

A comparação das TAB. 8 e 9 deixa claro que a ACC cearense tem um importante mercado a conquistar, especialmente a Europa, em que a preferência ainda é o produto da Índia e do Vietnã. Para isso, é conhecer os atributos de mercados requeridos por esses países e estabelecer mecanismos de ajustes para atendê-los.

O mercado internacional de ACC descrito acima pode ser dividido em cinco agentes:

- Produtores e exportadores da castanha “in natura” (onde se destacam os países africanos : Tanzânia, Guine Bissau, Costa do Marfim, Moçambique e Nigéria entre outros; e os asiáticos : Indonésia).
- Produtores e importadores da castanha “in natura”, processadores de castanha e exportadores de ACC : Brasil, Índia e Vietnã .

- Importadores/exportadores da ACC, atuando como intermediários e/ou consumidores: Holanda para a União Européia; Hong Kong para a China, e Singapura para o sudeste asiático.
- Consumidores da ACC, com destaque para os Estados Unidos, União Européia, Canadá, Japão, Austrália e China.
- Brokers/ Tradings / Importadores de ACC, atuando globalmente como agentes facilitadores no comércio.

5.2.3 Análise do desempenho das exportações da Amêndoa da Castanha de Caju

Embora existam outros, o indicador de vantagens comparativas reveladas é um dos mais tradicionais em estudos de competitividade externa. Porém, segundo Sabbatini (2001), seus valores devem ser interpretados em perspectiva visto que indicadores associados a desempenho não têm capacidade de explicar as causas da competitividade nem traduzem elementos sistêmicos relacionados ao problema.

A TAB. 10 apresenta os indicadores de vantagens comparativas reveladas para a amêndoa da castanha de caju do Ceará, tendo como região de referência os principais países concorrentes e o mundo. Como pode ser observado, os valores do VCR da ACC do Ceará indicam perda de competitividade, verificando-se, contudo, ganhos relativos a todas as regiões de referência no período de 2002 a 2003. Os ganhos da competitividade da ACC cearense, neste período, podem ser atribuídos às condições climáticas desfavoráveis em 2001 refletidas no ano 2002.

TABELA 10 - Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas da ACC do Ceará em relação ao comércio mundial (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Índia	20,24	12,12	16,78	10,70	9,44	12,35
Vietnã	-	25,53	13,91	11,62	8,21	-
Holanda	516,16	320,07	299,71	261,47	179,41	235,65
Bélgica	49.406,19	9.806,28	9.482,31	1.846,99	737,27	830,83
Estados Unidos	9.983,90	7.247,54	7.371,94	3.447,62	1.770,94	2.371,14
Mundo	634,59	439,94	417,28	308,89	242,36	289,73

Fonte: dados da pesquisa

Embora a ACC cearense tenha-se mostrado competitiva em relação a todos os seus concorrentes no comércio internacional, como era de se esperar tal competitividade cai quando comparada ao Vietnã e à Índia, detentores da maior parcela das exportações mundiais deste produto.

As grandes conquistas a serem alcançadas pelo Ceará em relação a estes dois exportadores se referem ao fortalecimento de suas estratégias empresariais voltadas para o aumento da sua competitividade e sustentabilidade. A organização ou coordenação da cadeia produtiva é fundamental para estabelecer os ajustes necessários. Uma das ações neste sentido refere-se à criação de um selo de certificado de Produção Integrada de Caju (PIC)³. Com este selo, o Ceará (Brasil) será o primeiro país a exportar ACC com informações de rastreabilidade e sustentabilidade do produto, tornando-o mais competitivo no mercado internacional

É importante lembrar que os valores nominais dos indicadores representam a razão entre participação relativa das exportações do agronegócio *i* do Ceará com relação às exportações do agronegócio *i* de uma determinada região ou País e a participação relativa das exportações totais do agronegócio do Ceará com relação às exportações totais do agronegócio de determinada região e/ou País. Portanto, os altos valores encontrados na Tabela são uma consequência da grande participação da ACC nas exportações totais no agronegócio do Ceará, associada a baixa da participação da ACC das respectivas regiões de referência nas exportações totais do agronegócio das mesmas.

A TAB. 11 apresenta a evolução dos indicadores de vantagens comparativas reveladas da ACC de cada país em relação ao mundo. A Índia e Vietnã (principais exportadores) apresentaram as maiores vantagens comparativas. Percebe-se que o Brasil se situou em terceiro lugar em termos de VCR ao longo de todo período, embora com pequenas perdas de competitividade no ano de 1999 e 2002, como já era esperado, em razão da redução da produção de castanha de caju nos anos de 1998 e 2001, que foram anos reconhecidos como de seca no Ceará, principal produtor do Brasil. A Bélgica e os Estados Unidos apresentaram índices menores que um, demonstrando a não-competitividade desses países.

³ Espera-se que o PIC reduza os custos (pois diminui a utilização de agrotóxicos em até 40%) e amplie as vendas externas de ACC em pelo menos 10%.

TAB. 11 - Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas da ACC dos principais exportadores em relação ao mundo (1998-2003)⁴.

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	9,93	7,88	9,95	7,23	5,91	7,43
Índia	31,35	36,29	24,87	28,87	25,68	23,45
Vietnã	-	17,24	30,00	26,59	29,51	-
Holanda	1,23	1,37	1,39	1,18	1,35	1,23
Bélgica	0,01	0,04	0,04	0,17	0,33	0,35
Estados Unidos	0,06	0,06	0,06	0,09	0,14	0,12

Fonte: dados da pesquisa
 (-) dados não disponíveis

A TAB. 12 apresenta a Taxa de Cobertura (TC) da ACC. Como pode ser observado, o Brasil(Ceará) apresenta vantagem comparativa em termos de cobertura de suas exportações durante todo o período analisado, revelando-o como país exportador, juntamente com a Índia e o Vietnã. A Holanda, a Bélgica e os Estados Unidos apresentaram a TC menor que um, o que demonstra ser as importações desses países maiores que as exportações, ou seja, são pouco ou não competitivos neste mercado.

TABELA 12 - Indicador da Taxa de cobertura – ACC.(1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	-	-	-	-	-	-
Índia	-	-	-	-	-	-
Vietnã	-	-	-	-	-	-
Holanda	0,45	0,52	0,45	0,42	0,61	0,50
Bélgica	0,18	0,54	0,36	0,54	0,68	0,76
Estados Unidos	0,02	0,01	0,01	0,02	0,03	0,03

Fonte: dados da pesquisa
 (-) → TC tende para o infinito, em razão de não haver importação do produto. Não são consideradas as importações da castanha "in natura".

⁴ Admite-se nesta Tabela que os indicadores obtidos para o Brasil representem o comportamento do Ceará. Optou-se por não considerar os valores do Ceará para evitar possíveis vieses decorrentes de uma comparação

Conforme sugerido por Gutman & Miotti (1996) apud Hidalgo (1998), a comparação do indicador de vantagem comparativa revelada (VCR) com o indicador da taxa de cobertura (TC) identifica os “pontos fortes e fracos” de regiões e/ou países produtores de um produto específico. De acordo com a TAB. 13, confirma-se, mais uma vez, a elevada competitividade, por ordem decrescente, na Índia, Vietnã e Brasil (Ceará) como exportadores de ACC. Com base nos resultados, nos demais países, a exportação de ACC é considerada como “ponto fraco e neutro”. Os produtos considerados “pontos fortes” no comércio internacional são aqueles com sólidas oportunidades de inserção e expansão comercial.

TABELA 13 - “Pontos Fortes” e “Pontos Fracos” dos principais exportadores da ACC (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Índia	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Vietnã	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Holanda	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Bélgica	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco
Estados Unidos	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco

Fonte: dados da pesquisa

Gonçalves (1987), Horta (1993), Medeiros e Fontes(1994) e Ângelo et al (2000) consideram que a competitividade de um produto se refere ao desempenho de suas exportações, sendo, então, competitivos, os produtos que ampliaram a sua participação no mercado em um determinado período.

O modelo *Constant Market Share*, como mencionado, analisa a competitividade das regiões em relação ao mercado externo, a partir da decomposição do crescimento das exportações em três efeitos: efeito comércio mundial, efeito destino das exportações e efeito competitividade e permite estudar o comportamento e o desempenho das exportações de produtos por região ou país.

A TAB. 14 apresenta o padrão de crescimento das exportações da amêndoa da castanha de caju no Ceará no período de 1998 a 2003 e nos sub-períodos de 1998-2000, 2000-

entre valores referentes a um Estado e Países.

2003. Conforme observado, a queda nas exportações da ACC cearense no período de 1998 a 2003 pode ser atribuída principalmente à perda da competitividade e, em menor proporção, ao efeito destino das exportações. No período 1998-2000, houve crescimento das exportações com ganhos de competitividade. Esses ganhos, no entanto, não foram suficientes para compensar as perdas ocorridas entre 2000 e 2003. No período total, houve um crescimento no comércio externo da ACC cearense, demonstrando que as exportações cearenses cresceram mais que as exportações mundiais em termos de valor exportado, ou seja, se as exportações tivessem-se comportado de forma proporcional à média mundial, teriam apresentado um crescimento de 32,08%. A queda na parcela destino das exportações, correspondente a 36,53%, indicou uma perda da participação da ACC no mercado dos países que a importam, conforme pode ser confirmado na TAB 9. O efeito competitividade foi responsável por 95,55% das perdas nas exportações cearenses de ACC entre 1998 e 2003.

TABELA 14 - Fontes de crescimento das exportações de amêndoa de castanha de caju no Estado do Ceará no período (1998-2003)⁵.

Fontes de Crescimento	Crescimento (Mil US\$ FOB)			Participação no crescimento (%)		
	1998-2000	2000-2003	1998-2003	1998-2000	2000-2003	1998-2003
Efeito crescimento comércio mundial	12.592,78	-639,14	4.527,85	93,84	- 2,32	32,08
Efeito destino das exportações	-15.129,35	1.363,73	-5.156,16	-112,74	4,95	-36,53
Efeito competitividade	19.955,58	-28.256,59	-13.484,69	118,90	- 102,63	-95,55
Crescimento total	13.419,00	-27.532,00	-14.113,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: dados da pesquisa

⁵ Dado que os reflexos da seca verificada em 1998 nas exportações só ocorreram em 1999, a análise do período de 1998 a 2000 bem como de 1998 a 2003 não é prejudicada, admitindo-se que considera os valores extremos dos períodos em questão, os quais não são considerados atípicos.

5.3 Melão

O Brasil é o 3º. maior produtor mundial de frutas. Segundo Lacerda et al (2004), a fruticultura é um dos segmentos mais importantes do agronegócio brasileiro e nos últimos anos, graças a projetos de irrigação e avanços tecnológicos, vem ampliando suas fronteiras em direção ao Nordeste, onde as condições de luminosidade, umidade relativa e temperatura são mais favoráveis que no Sul e Sudeste do país.

Municípios do semi-árido nordestino estão se transformando em verdadeiros pólos de produção e exportação de frutas, merecendo destaque como importantes geradores de divisas os pólos de Petrolina-Juazeiro, Açú-Mossoró, Jaguaribe-Apodi. Dentre os produtos destacam-se a manga, a uva e o melão.

Apesar de sua importância como produtor mundial de frutas, o Brasil participa de forma quase inexpressiva no comércio internacional, detendo apenas 1,5% do total de exportações mundiais no ano de 2003. Quase toda a produção brasileira de frutas destina-se ao mercado interno. Segundo Lacerda et al (2004) o melão apresenta um comportamento diferente pois grande parte de sua produção, proveniente principalmente de estados nordestinos como Rio Grande do Norte, Ceará e Bahia, é exportada.

No Ceará, onde há condições de clima e solo propícios à fruticultura esta cucurbitácea destaca-se como principal responsável pelas exportações de frutas, cerca de 90% do total de frutas exportadas pelo Estado. Nesta seção são apresentadas as principais características da sua produção, bem como do mercado internacional.

5.3.1 Produção

O melão é a 8ª fruta mais produzida no mundo. A sua introdução no Brasil ocorreu no Estado de São Paulo na década de 60, sendo que a partir de 1970 passou a ser cultivada no Vale do São Francisco e firmou-se no Nordeste ao longo dos anos 1990, onde atualmente ocorre a maior produção do país.

Apesar das condições propícias como extensão territorial e clima, o Brasil apresenta pequena participação na produção mundial, onde aparecem como principais produtores a China, a Turquia e os Estados Unidos com respectivamente 51,24%, 6,34% e 4,61% do total produzido no mundo no ano de 2003 (TAB. 15).

TABELA 15 - Produção de Mundial de Melão – Principais Produtores. 1998–2003

Países	1998		1999		2000	
	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%
China	5.023.463	29,11	5.999.041	31,60	7.387.119	36,97
Turquia	1.800.000	10,43	1.865.000	9,82	1.905.000	9,53
Estados Unidos	1.196.530	6,93	1.264.790	6,66	1.200.000	6,01
Espanha	1.020.000	5,91	1.183.900	6,24	1.006.500	5,04
România	689.620	4,00	853.200	4,49	531.100	2,66
Irã	1.168.000	6,77	1.054.691	5,56	994.000	4,97
Egito	467.421	2,71	773.624	4,08	850.000	4,25
Índia	640.000	3,71	640.000	3,37	645.000	3,23
Itália	476.207	2,76	506.200	2,67	570.700	2,86
México	500.000	2,90	500.000	2,63	500.000	2,50
Brasil	142.237	0,82	139.093	0,73	139.768	0,70
Outros países	4.134.567	23,96	4.205.053	22,15	4.251.120	21,28
Total	17.258.045	100,00	18.984.592	100,00	19.980.307	100,00

Fonte: FAO

TABELA 15 - Continuação.

Países	2001		2002		2003	
	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%	Quantidade (1000 t)	%
China	11.800.911	48,41	12.775.378	49,81	13.731.363	51,24
Turquia	1.775.000	7,28	1.700.000	6,63	1.700.000	6,34
Estados Unidos	1.238.030	5,08	1.257.450	4,90	1.236.440	4,61
Espanha	984.100	4,04	991.300	3,86	1.031.900	3,85
România	550.500	2,26	550.000	2,14	1.000.000	3,73
Irã	1.082.000	4,44	1.218.000	4,75	990.000	3,69
Egito	856.532	3,51	860.000	3,35	860.000	3,21
Índia	645.000	2,65	645.000	2,51	645.000	2,41
Itália	443.290	1,82	506.139	1,97	579.626	2,16
México	510.000	2,09	510.000	1,99	510.000	1,90
Brasil	150.000	0,62	155.000	0,60	155.000	0,58
Outros países	4.342.928	17,81	4.481.306	17,47	4.360.460	16,27
Total	24.378.291	100,00	25.649.573	100,00	26.799.789	100,00

Fonte: FAO

Embora a produção brasileira seja baixa, tem-se observado nos últimos anos uma tendência de crescimento no cultivo do melão em função do aumento no consumo interno e das exportações. Como pode ser visualizado na TAB. 16, o Nordeste é responsável pela maior parcela da produção nacional sendo o Rio Grande do Norte o principal produtor, seguido do Ceará e da Bahia. Merece destaque, no entanto, a expansão que vem sendo observada no Piauí, apesar de sua pequena participação no total produzido.

TABELA 16 - Produção Brasileira de Melão (1998-2003).

Região	Produção					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	177.796	173.866	174.710	264.431	352.300	349.498
Nordeste	168.911	164.411	163.688	247.602	333.947	330.720
Rio Grande do Norte	115.232	108.622	93.986	130.732	181.760	192.421
Ceará	27.594	30.995	44.338	71.442	92.047	99.496
Piauí	18.923	19.849	19.460	30.079	43.016	26.115
Bahia	6.754	4.538	5.376	14.674	16.686	10.856
Maranhão	148	40	182	117	133	1.608
Paraíba	30	25	140	288	256	224
Pernambuco	216	306	170	170	-	-
Alagoas	14	36	36	100	49	-

Fonte : IBGE – Produção Agrícola Municipal

Ainda conforme a TAB. 16, pode-se observar que o Ceará manteve um crescimento contínuo no período analisado em contraste com os demais estados⁶. Entretanto é importante ressaltar que a variação ocorrida ente 2000 e 2001, em torno de 61%, foi influenciada pela isenção do ICMS para a comercialização do melão. Ademais, houve incentivos de políticas do Governo Estadual em parceria com agentes de desenvolvimentos institucionais públicos e privados e especialmente os próprios produtores de melão que estão buscando aprimorar suas técnicas de produção e gestão nos Agropólos do Estado. É importante destacar o Programa Caminhos de Israel que procura inserir pequenos produtores na agricultura irrigada de forma associativa, competitiva e sustentável e promover suas inserções no mercado nacional e internacional.

Segundo CEARÁ (2004), aproximadamente 60% da área cultivada de melão no Ceará é oriunda de pequenos (6 hectares) e médios (área média de 25 hectares) produtores distribuídos nas regiões do Baixo Jaguaribe (Beberibe, Aracati, Icapuí, Itaiçaba, Quixeré, Jaguaruana, Limoeiro do Norte e Russas) com 90% da área plantada do Estado e na região do Baixo Acaraú. O restante da produção é obtida por grandes empresas como a Nolem.⁷

⁶ As oscilações na produção diminuem a confiabilidade dos produtores quanto à regularidade de fornecimento e oferta no mercado.

⁷ A produção cearense é cerca de 70% de híbridos de melão amarelo, existindo ainda as variedades: Gália orange fresh, cantaloupe, charantis e pele de sapo.

A TAB. 17 mostra a distribuição espacial da produção de melão no Estado do Ceará.

TABELA 17 - Produção de Melão nos municípios do Ceará.(1998-2003).

Região	Produção (t)					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	177.796	173.866	174.710	264.431	352.300	349.498
Ceará	27.594	30.995	44.338	71.442	92.047	99.496
Litoral de Camocim e Acaraú	-	-	-	1.900	3.354	4.032
Coreaú – CE	7	26	13	-	-	-
Sobral – CE	-	-	-	25	18	-
Itapipoca – CE	-	270	-	-	-	-
Baixo Curu - CE	21	741	1.680	-	-	-
Médio Curu - CE	216	-	-	-	-	-
Baturité – CE	150	274	254	-	-	-
Cascavel – CE	200	2.340	2.100	2.300	-	-
Fortaleza – CE	870	970	375	300	175	358
Sertão de Quixeramobim - CE	5	4	26	13	-	-
Litoral de Aracati	21.385	21.040	17.440	23.034	24.650	19.006
Baixo Jaguaribe	4.740	5.330	22.450	43.870	63.850	76.100

Fonte: IBGE - Produção Agrícola Municipal

A produção cearense de melão está ancorada na melhoria da tecnologia de produção, capacitação dos produtores e tratamento pós-colheita. Deve-se destacar, no entanto, o trabalho seminal de estabelecimento da área livre de mosca das frutas, condição exigida por países importadores como os Estados Unidos. Algumas das inovações já incorporadas ao processo produtivo são a introdução do plantio com mudas, uso de túneis de resfriamento e câmaras frigoríficas na pós-colheita, manejo fitossanitário e início da implantação do PIF – Produção Integrada de Frutas, que permitirá uma produção de elevada qualidade e a rastreabilidade do produto para exportação. É importante citar ainda algumas medidas que contribuíram para melhorar a infra-estrutura produtiva das frutas no Estado do Ceará:

- PROCEAGRI – Programa Cearense de Agricultura Irrigada
- Criação dos Agropólos – regiões com potencialidades para a agricultura
- Priorização de culturas com maior potencial de mercado: abacaxi, banana, mamão, manga, melão e uva
- Projetos de irrigação
- Construção do Porto de Pecém
- Construção dos centros de formação tecnológica – CENTEC

- Políticas de atração de investimentos

Tais avanços explicam, em parte, a inserção do Estado no mercado internacional de melão, o qual será estudado a seguir.

5.3.2 Mercado Internacional do Melão

O “ranking” dos principais exportadores de melão não coincide com os principais produtores. Conforme observado na TAB.18, Espanha, Costa Rica, Honduras, os Estados Unidos e Brasil lideraram as vendas mundiais desta fruta em 2003. A participação do Brasil, embora pequena, apresentou clara tendência de crescimento principalmente por estímulos de programas desenvolvidos pelo IBRAF (Instituto Brasileiro de Frutas) e pela APEX (Agência de promoção das exportações), com destaque para do programa “*Brazilian Fruit*”.⁸ Os principais incrementos nas exportações de melão foram observados no Brasil (130,4%), Costa Rica (64,0%) e Honduras (55,8%) apesar da crise enfrentada entre 1999 e 2001. A principal perda de mercado ocorreu no México que apresentou um decréscimo de 43,4%.

TABELA 18 - Principais exportadores mundiais de Melão (1998-2003).

Países	1998		1999		2000	
	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado
Espanha	369.400	202.157	326.195	157.337	300.076	149.718
Estados Unidos	144.356	73.526	160.959	80.288	156.711	76.096
Costa Rica	135.802	59.369	148.822	66.248	176.947	62.654
França	45.547	57.506	47.360	53.805	41.729	47.567
Honduras	108.411	21.659	40.000	10.000	7.299	1.879
Brasil	65.005	28.324	65.453	28.733	60.912	25.008
Holanda	35.664	29.836	63.302	48.152	39.776	30.347
México	241.603	97.349	266.817	103.102	240.903	87.403
Panamá	41.023	21.244	24.400	13.987	22.956	11.685
Bélgica	14.766	13.880	17.972	13.233	20.250	15.039

Fonte: FAO

⁸ As frutas favorecidas pelo programa “*Brazilian Fruit*” são limão, maçã, manga, melão, papaia, uva, abacaxi e banana.

Tabela 18 - Continuação

Países	2001		2002		2003	
	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado	Quantidade (1000 t)	Valor exportado
Espanha	364.042	188.347	291.395	183.700	404.847	283.218
Estados Unidos	162.017	83.614	166.575	77.913	162.242	82.963
Costa Rica	190.935	59.332	188.949	54.803	222.716	66.545
França	44.622	48.949	43.116	49.089	45.639	61.682
Honduras	7.299	1.879	133.619	25.775	168.895	58.455
Brasil	99.435	39.297	98.690	37.778	149.759	58.316
Holanda	42.141	29.497	52.272	42.055	66.063	55.610
México	189.646	83.620	158.098	54.993	104.804	46.731
Panamá	25.630	15.828	35.316	28.034	38.079	26.271
Bélgica	14.504	15.944	14.625	15.751	17.222	18.167

Fonte: FAO

As exportações brasileiras de melão têm origem essencialmente no Nordeste, sendo o principal exportador o Estado do Rio Grande do Norte, seguido do Ceará. A TAB. 19 mostra a evolução do valor das exportações cearenses no período de 1998 a 2003. Verifica-se um incremento de 2.228% nesta variável. O grande salto nas exportações cearenses no período de 2000 a 2001, assim como na produção foi decorrente da diminuição da carga tributária.

No Ceará, a produção para o mercado externo ocorre nos meses de setembro a fevereiro, sendo mais forte entre outubro e dezembro, período que coincide com a entressafra espanhola, que ocorre de setembro a abril. Isso faz com que o melão cearense concorra, no mercado internacional, mais fortemente com Costa Rica e Honduras.

TABELA 19 - Valor, quantidade e preço médio das exportações do Melão no Ceará.(1998-2003).

Anos	Valor (Mil US\$)	Quantidade (t)	Preço médio (US\$/t)
1998	815	2.158	377,66
1999	1.923	5.733	335,43
2000	2.891	7.206	401,19
2001	11.315	28.695	394,32
2002	12.315	34.965	352,20
2003	18.161	47.210	384,68

Fonte: MDIC/SECEX/WEB ALICE

A TAB. 20 apresenta os principais importadores mundiais de melão cearense em termos de quantidade e valor de importação no período de 1998 a 2003. Os principais países importadores ao longo do período foram os Estados Unidos, França, Reino Unido, Holanda e Alemanha.

TABELA 20 - Principais Importadores Mundiais de Melão.(1998-2003).

Países	Mil US\$ FOB					
	1998		1999		2000	
	Quantidade (1000 t)	Valor importado	Quantidade (1000 t)	Valor importado	Quantidade (1000 t)	Valor importado
Estados Unidos	615.377	247.200	702.689	286.575	690.794	259.742
França	92.688	87.489	101.749	83.432	100.926	84.248
Reino Unido	156.315	112.638	150.000	103.063	130.206	81.098
Holanda	69.544	47.821	108.189	67.505	69.937	46.416
Alemanha	89.352	64.538	91.978	58.399	84.435	50.838
Canadá	121.119	55.949	132.608	56.815	130.997	57.741
Bélgica	45.206	38.514	46.617	37.743	49.829	39.658
Suíça	25.017	26.381	24.795	24.391	24.763	23.658
Japão	29.300	27.782	38.744	37.682	34.135	33.388
Itália	21.037	19.610	23.364	20.467	20.619	18.662

Fonte: FAO

TABELA 20 - Continuação

Países	Mil US\$ FOB					
	2001		2002		2003	
	Quantidade (1000 t)	Valor importado	Quantidade (1000 t)	Valor importado	Quantidade (1000 t)	Valor importado
Estados Unidos	649.670	269.434	680.275	204.368	657.571	232.965
França	109.919	85.798	109.915	89.687	122.828	121.834
Reino Unido	138.869	91.138	156.608	109.942	166.279	121.295
Holanda	92.307	53.555	81.747	58.554	115.280	85.184
Alemanha	88.412	56.149	83.237	57.762	105.402	83.827
Canadá	140.243	68.368	143.015	62.701	141.070	67.614
Bélgica	42.258	36.407	38.545	37.661	49.483	49.931
Suíça	24.308	24.601	23.288	26.297	27.489	36.220
Japão	32.955	29.384	35.100	29.268	38.816	34.342
Itália	20.430	18.120	21.504	19.640	31.574	32.287

Fonte: FAO

O principal destino do melão cearense é a Europa: Reino Unido e Holanda, com 99% das exportações. Segundo informações da SEAGRI, as exportações cearenses de melão,

a cada ano ganham novos parceiros. Em 2003, foram comercializadas parcelas dessa fruta para Holanda, Reino Unido, Itália, Alemanha e Espanha. O melão cearense ainda não tem expressão no mercado norte-americano em decorrência das barreiras fitossanitárias que elevam os custos de exportação. O Ceará ainda se encontra em processo de reconhecimento como “área livre” de mosca das frutas⁹ pelas autoridades fitossanitárias americanas (TAB. 21).

TABELA 21 - Exportações cearenses de melão por país de destino (1998-2003).

Região	Ml US\$ FOB					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Holanda	306	692	761	4.223	5.727	7.827
Reino Unido	487	1.088	2.050	5.197	5.594	6.734
Itália	0	143	4	855	724	1.268
Alemanha	22	0	0	5	0	1.117
Espanha	0	0	0	457	836	885
Portugal	0	0	0	262	0	153
Demais países	0	0	76	316	33	177
Total	815	1.923	2.891	11.315	12.914	18.161

Fonte: MDIC/SECEX/WEB ALICE

As exportações do melão do Ceará são realizadas predominantemente por grandes empresas (90% do volume total exportado) que exportam a própria produção e a produção adquirida de outros produtores.¹⁰

5.3.3 Análise de desempenho das exportações do Melão

A análise do desempenho das exportações cearenses de melão sob a ótica dos indicadores de vantagens comparativas reveladas, no período de 1998 a 2003 mostrou o potencial exportador dessa fruta. Como pode ser observado na TAB. 22, o melão cearense apresenta vantagens comparativas em relação ao Brasil, aos seus principais concorrentes e ao mundo. A análise revela que o melão é mais competitivo no mercado mundial do que no interno. Em relação aos seus principais concorrentes, nota-se vantagens crescentes, sendo

⁹ A área livre de mosca das frutas no Ceará foi reconhecida pelo Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento em 2003, abrangendo os municípios de Aracati, Icapui, Itaiçaba, Jaguaruana, Russas, Quixere e Limoeiro.

¹⁰ A parte da produção que não é exportada (cerca de 65%) é destinada ao mercado interno (região Nordeste, Sudeste e Centro-oeste).

importante destacar os ganhos de competitividade em relação aos melões exportados pelos Estados Unidos e França. É importante ressaltar uma leve queda no valor do indicador de VCR no período de 2002 a 2003 em relação ao Brasil, Espanha, Costa Rica e França, o que sugere uma perda de mercado desses países. A menor competitividade do melão cearense ocorre em relação à Honduras e Costa Rica. Ainda podem ser observados consideráveis ganhos de competitividade a partir de 2001 decorrentes da isenção de ICMS dada pelo Governo Estadual que contribuiu para incentivar a produção.

TABELA 22 - Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas do Melão do Ceará em relação ao comércio nacional e mundial (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	2,11	4,59	5,82	15,71	18,44	15,88
Espanha	0,46	1,37	1,51	4,83	5,94	4,73
Estados Unidos	4,48	9,13	11,46	36,95	41,98	47,00
Costa Rica	0,14	0,26	0,28	1,04	1,25	1,19
França	3,92	9,45	11,25	37,82	44,39	44,26
Honduras	0,16	0,56	3,01	14,68	1,17	1,97
Mundo	4,16	9,67	11,89	42,35	46,95	47,89

Fonte: dados da pesquisa

A TAB. 23 apresenta os indicadores de vantagens comparativas reveladas do melão dos principais países exportadores em relação ao mundo. Os índices calculados mostram que Costa Rica, Honduras e Espanha, principais exportadores, são mais competitivos em relação aos demais países. Em relação ao Brasil, foi verificada uma vantagem comparativa durante todo o período. Os Estados Unidos apresentaram uma desvantagem comparativa somente no ano de 1998, com valor igual a 0,93. A partir do ano seguinte, 1999, essa situação se reverteu. Entretanto, assim como a França, os Estados Unidos apresentaram-se menos competitivos em relação ao Brasil.

TABELA 23 - Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas do Melão dos principais exportadores com relação ao mundo (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	1,97	2,11	2,04	2,70	2,55	3,02
Espanha	8,99	7,07	7,88	8,77	7,90	10,13
Estados Unidos	0,93	1,06	1,04	1,15	1,12	1,02
Costa Rica	30,32	37,55	42,01	40,68	37,62	40,11
França	1,06	1,02	1,06	1,12	1,06	1,08
Honduras	25,60	17,40	3,95	2,89	40,01	24,32

Fonte: dados da pesquisa

A TAB. 24 apresenta a taxa de cobertura do melão. Conforme observado, Brasil, Espanha, Costa Rica e Honduras não atuam como importantes compradores de melão, cabendo esse papel aos Estados Unidos e a França, o que era de se esperar, já que são grandes importadores.

TABELA 24 - Indicador de Taxa de cobertura do Melão para os principais exportadores mundiais (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	514,98	1.249,26	1.316,21	-	9.444,50	-
Espanha	23,70	19,18	17,13	18,84	11,74	10,53
Estados Unidos	0,30	0,28	0,29	0,31	0,38	0,35
Costa Rica	4.566,85	-	7.831,75	4.944,33	3.425,19	5.118,85
França	0,66	0,64	0,56	0,57	0,55	0,51
Honduras	637,03	1.000,00	53,69	17,08	-	1.826,72

Fonte: dados da pesquisa

(-) → TC tende para o infinito, em razão de não haver importação do produto.

Comparando-se os resultados das TAB. 23 e 24, identificou-se os “pontos fortes e fracos” da competitividade nas exportações de melão nas diferentes regiões/países estudados. De acordo com a TAB. 25, mais uma vez, é ressaltado o potencial competitivo do Brasil e conseqüentemente do Ceará, que é o segundo maior produtor e exportador de melão do país. Brasil, Espanha, Costa Rica e Honduras apresentaram-se como fortemente competitivos no mercado internacional uma vez que ambos os indicadores VCR e TC são maiores que um.

TABELA 25 - “Pontos Fortes” e “Pontos Fracos” dos principais exportadores de Melão (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Espanha	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Estados Unidos	Fraco	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Costa Rica	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
França	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Honduras	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte

Fonte: dados da pesquisa

Os países considerados fortemente competitivos no comércio internacional tendem a apresentar um produto com sólidas oportunidades de inserção e expansão de mercado. Porém, o não-aproveitamento de oportunidades comerciais pode dever-se também à existência de barreiras tarifárias ou ainda à existência de acordos e sistemas de preferências comerciais entre países.

No caso específico do melão cearense, no entanto, é importante enumerar alguns fatores que comprometem o seu desempenho no mercado internacional. Segundo Lacerda et al (2004), são eles:

- Barreiras tarifárias e não-tarifárias (barreiras fitossanitárias, medidas anti-dumping, de salvaguardas, licença prévia de importação) impostas pelos países desenvolvidos principalmente da Europa e dos Estados Unidos.
- Elevados requisitos de qualidade
- Existência de preços de entrada (*Entry Price Sistem*) irrealistas na União Européia e nos Estados Unidos, em que a tarifa de importação recai sobre o preço de entrada e não sobre o preço real do produto.
- Sistema geral de preferências existente na União Européia que discrimina a exportação do melão brasileiro que paga uma tarifa de mais de 9% contra 0% de outros países.
- Perdas na colheita e pós-colheita

- A carga tributária que incide sobre a produção e comercialização do melão nacional é maior que o imposto cobrado ao melão importado, o qual conta ainda com prazos maiores de financiamento e juros menores
- Falta de governança no agronegócio do melão
- Pouco incentivo em divulgação

Os fatores mencionados acima são limitantes, mas não impedem o crescimento das exportações de melão. A utilização do conceito de competitividade com base no desempenho das exportações permite usar como instrumental metodológico o modelo “*constant market share*”.

A TAB. 26 mostra que o crescimento médio nas exportações dessa fruta no Ceará, período de 1998-2003¹¹, foi atribuído quase que totalmente ao crescimento da competitividade do setor (99,80%), refletindo um efeito conjunto dos investimentos em tecnologia, aumento de produtividade, ajustes da política cambial, incentivos às exportações. O efeito destino das exportações foi responsável por apenas 0,03% do crescimento total delas. Esse resultado sugere que as exportações cearenses de melão podem aumentar ainda mais se houver um direcionamento das exportações para outros países. A conquista de novos mercados pode ser alcançada, entre outros meios, através de uma agressiva campanha de *marketing* que divulgue o produto nos mercados que ainda não o conhecem, o que ocorre em muitos países da Europa. Comparando os períodos antes (1998-2000) e após (2001-2003) a política de isenção do ICMS no Estado do Ceará, observa-se que houve um estímulo aos efeitos crescimento do comércio mundial e competitividade das exportações, de tal modo que o efeito do crescimento comércio mundial aumentou sua participação de -2,17% para 22,30% no crescimento das exportações de melão. Houve pequena queda no efeito destino nas exportações, compensada pelos outros efeitos já comentados.

¹¹ Os sub-períodos (1998 a 2000) e (2001 a 2003) foram escolhidos em função da isenção do ICMS em 2001.

TABELA 26 - Fontes de crescimento das exportações de Melão do Estado do Ceará (1998-2003).

Fontes de Crescimento	Crescimento (Mil US\$ FOB)			Participação no crescimento (%)		
	1998-2000	2001-2003	1998-2003	1998-2000	2001-2003	1998-2003
Efeito crescimento comércio mundial	-44,98	1.526,45	29,11	-2,17	22,30	0,17
Efeito destino das exportações	24,25	-237,15	5,75	1,17	-3,46	0,03
Efeito competitividade	2.096,73	5.556,70	17.311,13	101,00	81,17	99,80
Crescimento total	2.076,00	6.846,00	17.346,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: dados da pesquisa

A performance do Ceará no mercado internacional do melão é uma consequência dos fatores externos e internos já mencionados. Porém, há uma tendência de redução das tarifas e restrições fitossanitárias em função de acordos multilaterais de modo que a competitividade do setor requer o atendimento das exigências dos consumidores através do desenvolvimento de estruturas eficientes que garantam a regularidade na oferta e a qualidade do produto final (tamanho, cor, aparência e uniformidade).

Uma importante estratégia para elevar as exportações brasileiras, não apenas de melão, mas das frutas em geral, é a implantação do sistema de produção integrada de frutas (PIF), uma exigência de alguns mercados importadores, principalmente da União Européia. Esse sistema produz frutas de elevada qualidade e sanidade, seguindo normas de sustentabilidade ambiental e segurança alimentar a partir de tecnologias apropriadas. As frutas produzidas nessas condições recebem um selo que funciona como um elemento diferenciador que permite a sua rastreabilidade. O consumo destes produtos é uma tendência do mercado internacional e um propulsor de competitividade.

5.4 Camarão marinho cultivado

As exportações cearenses de camarão até 1997 eram basicamente compostas pelo camarão de pesca, sendo pouco expressivas. Em decorrência da queda no volume de pesca e do sucesso no cultivo da espécie *Litopenaeus vannamei*, essas exportações foram gradativamente substituídas pelo camarão cultivado. Diante disso, a análise a seguir será realizada tendo como base as exportações de camarão cultivado.

Segundo Rocha e Rodrigues (2004), o cultivo do camarão marinho como meio de subsistência teve sua origem no Sudoeste Asiático. A sua produção comercial, no entanto, foi iniciada na década de 30, no Japão. No Brasil, esse crustáceo encontrou condições naturais ideais para o seu desenvolvimento, principalmente na região Nordeste. Nessa região, as características edafoclimáticas, hidrobiológicas e topográficas do litoral a tornam propícia à produção de camarão durante os 365 dias do ano, o que permite realizar até três ciclos anuais de produção.

Apesar das condições propícias, o cultivo do camarão marinho firmou-se como atividade econômica apenas a partir de 1995 com a introdução da espécie *Litopenaeus schmitti* originária do Pacífico e depois com a consolidação da espécie *Litopenaeus vannamei*.

Atualmente a carcinicultura (cultivo do camarão) é considerada um importante setor dentro do agronegócio capaz de gerar 3,75 empregos diretos e indiretos por hectare, além da geração de divisas para o país (Sampaio e Costa, 2003). Neste contexto, o cultivo do camarão apresenta-se como uma alternativa de inclusão social, ao contribuir para a fixação do homem na sua região de origem. Para as extensas zonas do litoral nordestino, cujas condições ambientais são excepcionalmente favoráveis para o cultivo do camarão, essa função social se amplia consideravelmente, por tornar-se uma das alternativas de diminuição da pobreza da região.

A carcinicultura para a Região Nordeste, em termos de benefícios, apresenta-se como uma atividade econômica atípica em comparação com as demais atividades do setor agropecuário regional, já que é pouco influenciada pela ocorrência de chuvas. Com essas características, o cultivo do camarão, cujo desenvolvimento encontra extraordinário potencial nos estuários costeiros nordestinos, poderá contribuir tanto para recuperar o desempenho do setor agropecuário da região, como para melhorar a participação do Nordeste na formação do PIB do Brasil.

No Ceará, o camarão cultivado ocupa um papel de destaque na pauta de exportações, sendo o quarto produto mais exportado no ano de 2003, superando produtos tradicionais como cera de carnaúba e lagosta que a cada ano vêm perdendo participação no agronegócio do Estado.

Nesta seção, são apresentados alguns indicadores da importância da carcinicultura nas exportações do agronegócio cearense. Inicialmente são apresentados os aspectos da produção e, em seguida, uma caracterização do mercado internacional do camarão marinho cultivado.

5.4.2 Produção

A produção mundial de camarão marinho, no ano de 2003, atingiu um volume de 4.630.000 toneladas. Destes 1.630.000 toneladas foram referentes à produção mundial de camarão cultivado, ou seja, 35% do total produzido em todo o mundo, e 3.000.000 toneladas, 65 %, tiveram origem nos oceanos, indicando que o camarão capturado nos mares continua sendo o principal responsável pela oferta global. Entretanto, conforme Ormand et al (2004), a pesca de captura estabilizou-se em torno de três milhões de toneladas desde 1999, ao passo que o cultivo vem expandindo-se e sustentando o crescimento na oferta global. O cultivo de camarão marinho evoluiu de 1.267 mil toneladas, em 2001, para 1630 mil toneladas em 2003. A sua distribuição pode ser dividida entre os países do Hemisfério Oriental com destaque para China, Tailândia, Vietnã, Indonésia, Índia, Bangladesh e Filipinas responsáveis por 83,4% da produção total em 2003 e os países do Hemisfério Ocidental¹²: Brasil, Equador e México, que, apesar das condições ambientais propícias, foram responsáveis por apenas 16,6% do total produzido, conforme pode ser visualizado na TAB. 27.

O cultivo de camarão cultivado na China, principal produtor mundial em 2003 é praticado em quase todas as províncias do país. A expansão desta atividade é consequência de políticas governamentais dirigidas à população rural e a sobre-exploração de águas marinhas. No entanto, o crescimento acelerado está provocando sérios problemas de sustentabilidade como poluição das águas e uso de antibióticos nos cultivos. O Vietnã, outro grande produtor, adota um crescimento horizontal na sua carcinicultura com a incorporação de milhares de hectares de cultivo extensivo(TAB. 27).

¹² Os países asiáticos cultivam tradicionalmente o camarão "*Penaeus monodon*" ou tigre asiático que apresenta dimensões maiores que o camarão cultivado no ocidente: "*Litopenaeus vannamei*". Isso, no entanto, não implica maiores produtividades.

O Hemisfério Ocidental, conforme mencionado, tem como principais produtores o Brasil, Equador e México, podendo-se observar que as maiores taxas de crescimento, no período de 2001 a 2003, ocorreram no Brasil, que apresenta, ainda, a mais alta produtividade. Esse indicador mostra a eficiência tecnológica da produção brasileira e o uso cada vez menor dos recursos naturais (área) para a expansão da produção. Verifica-se que na direção oposta à brasileira se observa-se Vietnã praticando baixos níveis de produtividade.

TABELA 27 - Principais produtores mundiais de camarão marinho cultivado 2001/2003.

Países	2001		2003	
	Produção (t)	Produtividade (Kg/ha/ano)	Produção (t)	Produtividade (Kg/ha/ano)
China	250.000	1.136	370.000	1.440
Tailândia	300.000	3.750	280.000	4.375
Vietnã	120.000	500	220.000	440
Indonésia	168.000	1.113	168.000	840
Índia	100.000	667	160.000	821
Brasil	40.000	4.706	90.190	6.084
Equador	45.000	563	81.400	622
Bangladesh	63.000	450	60.000	414
México	26.000	929	38.000	1.382
Malásia	15.000	1.071	21.000	1.005
Outros	139.840	819	141.410	965
Total	1.266.840	988	1.630.000	958

Fonte: Revista da ABCC, 2004

Um fator preocupante para a carcinicultura brasileira é a introdução da espécie de camarão *Litopenaeus vannamei* nos países asiáticos. Esta espécie é mais resistente às doenças viróticas e aumentará ainda mais o potencial produtor destes países, representando uma concorrência de difícil superação, ainda maior quando se percebe a intervenção do governo com investimentos não-reembolsáveis e sem obrigações trabalhistas, o que reduz o custo de produção e induz vantagens comparativas.

A distribuição geográfica da produção brasileira ocorre basicamente na região Nordeste (95,2% da produção nacional em 2003), sendo o Rio Grande do Norte e o Ceará os principais produtores nacionais com uma participação de 41,5% e 28,7%, respectivamente, no volume total produzido. (TAB. 28)

O Ceará é o segundo produtor nacional e apresenta a terceira maior produtividade, consequência de investimentos envolvendo tecnologia e expansão de área cultivada. Um outro ponto importante a carcinicultura cearense e brasileira em geral é o fato de se tratar de uma

atividade recente em que os produtores estão abertos às inovações empresariais e de gestão além das tecnológicas já citadas.

Tabela 28 - Produção e Produtividade nacional de camarão cultivado em 2003.

Estados	Produção		Produtividade (Kg/ha/ano)
	(t)	%	
Rio Grande do Norte	37.473	41,5	6.937
Ceará	25.915	28,7	7.676
Bahia	8.211	9,1	4.728
Pernambuco	5.831	6,5	5.156
Paraíba	3.323	3,7	5.623
Piauí	3.309	3,7	4.812
Santa Catarina	3.251	3,6	3.758
Sergipe	957	1,1	2.401
Maranhão	703	0,8	2.293
Paraná	390	0,4	7.959
Espírito Santo	370	0,4	3.592
Pará	324	0,4	2.038
Alagoas	130	0,1	8.667
Rio Grande do Sul	3	0,0	842
Total	90.190	100,0	6.084

Fonte: Revista da ABCC,2004

5.4.3 Mercado Internacional

O camarão é um importante gerador de divisas para os países que o produzem. No Brasil, as exportações deste crustáceo o colocam na posição de segundo lugar na pauta de exportações do agronegócio do Nordeste no ano de 2003. No Ceará, principal exportador brasileiro corresponde ao quarto produto mais exportado no mesmo ano.

Apesar de ser um produto novo no mercado internacional,¹³ o camarão cearense é reconhecido e apreciado por sua qualidade sanitária. A inserção do Ceará no comércio internacional de camarão foi favorecida pela conjuntura de mercado com demandas crescentes, da ordem de 60 mil toneladas/ano. Conforme Ormond et al (2004), a queda da

oferta do Equador (até então o maior produtor mundial), em 1998, devido ao ataque do vírus da mancha branca que dizimou a produção do país e a retração das exportações Tailandesas em 2002 também devido a problemas sanitários.

A Tailândia recuperou a queda nas exportações no ano anterior, que beneficiou, entre outros, o Brasil. A reconquista dos mercados ocorreu, principalmente na Europa, deveu-se à eliminação do uso dos antibióticos nitrofuranos. O Vietnã, quinto maior exportador, também enfrenta problemas com o uso dos antibióticos nitrofuranos e clorofenicol, além de outros aspectos ligados à qualidade de seu produto final.

Os principais exportadores de camarão em 2003, no continente asiático, foram Índia, Tailândia e Indonésia, conforme pode ser observado na TAB. 29.

TABELA 29 - Principais exportadores asiáticos de camarão cultivado em 2003

País	Volume exportado (t)
Índia	235.000
Tailândia	230.000
Indonésia	223.000
China	188.399
Vietnã	140.000
Outros	86.841
Total	1.103.340

Fonte: adaptado de Rocha (2004)

Os principais mercados importadores de camarão são a Europa, os Estados Unidos e a Ásia.¹⁴ Como pode ser observado na TAB. 30, a Europa foi responsável por 33,8% do volume total das importações de camarão em 2003. Os principais importadores desse continente foram a Espanha, França, Reino Unido e Itália. Na Ásia, o Japão se destaca como o principal comprador deste crustáceo. No continente americano os Estados Unidos figuram como o principal importador (30% do volume total)¹⁵

¹³ As exportações cearenses ganharam importância a partir de ano 2000.

¹⁴ A Ásia é o maior produtor, maior exportador e também consumidor de camarão.

¹⁵ No Brasil, conforme Instrução normativa 39 do ministério de agricultura e do abastecimento, de 11/99, fica suspenso a entrada de crustáceos devido as enfermidades conhecidas como mancha branca e cabeça amarela.

TABELA 30 - Volume e participação dos principais países importadores de camarão cultivado em 2003.

Mercados	Volume (t)	Participação (%)
Europa	569.128	33,8
Estados Unidos	504.494	30,0
Ásia	490.973	29,2
Canadá	82.149	4,9
Outros	34.826	2,1
Total	1.681.570	100,0

Fonte: Adaptado de Rocha (2004)

O mercado europeu é o mais exigente quanto à qualidade do camarão, com peculiaridades para cada país. Nos Estados Unidos, o camarão é o produto do setor pesqueiro mais consumido, ultrapassando, em 2003, o atum, que há 50 anos liderava o consumo de frutos do mar. Os principais fornecedores para os americanos, em 2003, foram Tailândia, Vietnã, Índia e Equador. As importações japonesas têm como principais fornecedores a Indonésia, Índia, Vietnã, Tailândia e China. Os produtores ocidentais detêm uma fatia de apenas 10% deste importante mercado que alcançou 283.600 toneladas em 2003 ou 47,77% do total das importações asiáticas.

A participação do mercado brasileiro no comércio internacional de camarão é ainda pequena, mas tem crescido a taxas elevadas nos últimos cinco anos. O país tem aproveitado as oportunidades e o momento favorável do comércio internacional. Em relação aos Estados Unidos, foi o segundo maior fornecedor de *Litopenaeus vannamei* em 2003. A Europa também se encontra entre os principais compradores, com destaque para a França e Espanha. Porém, a Ásia ainda é um mercado a conquistar, principalmente o Japão.

A TAB. 31 apresenta as exportações brasileiras de camarão no período de 1998 a 2003. O Ceará mantém-se na liderança do "ranking" com 35,8% do valor total exportado pelo país em 2003, seguido do Rio grande do Norte com 31,5%. O Nordeste detém mais de 97% do valor total das exportações nacionais de camarão.

TABELA 31 - Exportação Brasileira de camarão cultivado (1998-2003).

Mil US\$ FOB

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	26.673	40.277	105.236	129.402	174.939	244.543
Ceará	2.437	6.229	20.382	30.957	54.759	80.944
R.G. do Norte	138	1.558	13.461	28.833	47.494	71.100
Pernambuco	0	1.712	13.293	18.389	23.459	30.485
Bahia	96	2.800	19.010	20.777	18.462	20.085
Pará	23.726	24.223	20.797	19.583	17.200	16.618
Paraíba	0	0	505	2.205	4.142	12.074
Piauí	143	1.918	5.321	5.044	5.722	8.441
Santa Catarina	58	446	1.791	1.030	584	2.727
R. G. do Sul	76	1.126	9.640	840	1.862	1.772

Fonte: Fonte: MDIC/SECEX/WEB ALICE

As principais vantagens observadas no camarão cultivado cearense sobre os países concorrentes podem ser enumeradas da seguinte forma:

- Condições climáticas e hidrobiológicas excepcionais;
- Elevada produtividade (maior do mundo: 7.676 Kg/ha/ano);
- Possibilidade de 365 dias de cultivo de camarão por ano contra 240 dias dos países asiáticos;
- Facilidades de infra-estrutura como energia, Porto do Pecém, comunicações;
- Localização privilegiada quanto aos mercados americano e europeu
- Ausência de uso do antibiótico;
- Completo domínio do ciclo reprodutivo do *Litopenaeus vannamei*;
- Adoção de tecnologias modernas que minimizam o uso dos recursos naturais e protegem o meio ambiente;
- O grande mercado interno brasileiro pode absorver a produção o que favorece a indústria do camarão em caso de instabilidade no mercado internacional;

A TAB. 32 apresenta a distribuição geográfica das exportações cearenses de camarão em 2003. Como pode ser observado, a Europa foi o principal destino desse crustáceo em 2003. Observa-se que o mercado cearense é ainda muito pequeno dadas às vantagens e potencialidades existentes no Estado enumeradas anteriormente.

TABELA 32 - Destino das exportações cearenses de camarão cultivado. 2003

Mercados	Exportação (Mil US\$ FOB)	Participação (%)
Espanha	30.050	37,12
Estados Unidos	28.296	34,96
França	11.343	14,01
Portugal	715	0,88
Japão	238	0,29
Outros	10.302	12,73
Total	80.944	100,00

Fonte: Fonte: MDIC/SECEX/WEB ALICE

As principais adversidades enfrentadas pelos carcinicultores cearenses nos últimos anos foram, segundo Ormond et al, (2004).

- A entrada da China como grande produtora de *L. vannamei* e a possibilidade de outros países asiáticos seguirem o mesmo caminho;
- A existência de um processo *antidumping* nos Estados Unidos estendido a outros 11 países produtores;
- Implementação de medidas antiterrorismos nas importações norte-americanas;
- Pressões internas e externas relativas à questão ambiental¹⁶;
- Achatamento dos preços internacionais, agravado pela revalorização do real.

A queda de preços no mercado internacional de camarão é prejudicial aos criadores de todo o mundo. Segundo especialistas, a melhoria nos preços do camarão no mercado internacional depende do desempenho das economias dos Estados Unidos, Europa e Japão, de modo que a saída, no curto prazo, é a diminuição dos custos de produção. No caso do Brasil, e conseqüentemente do Ceará, observa-se que os preços alcançados são ainda menores que a média mundial (TAB. 33). Acredita-se que a inferioridade mercadológica do camarão brasileiro esteja relacionada à venda prematura do camarão com peso abaixo da média internacional e também ao fato de o Brasil ofertar a “matéria-prima” sem agregação de

¹⁶ As discussões relativas à sustentabilidade ambiental da carcinicultura é um reflexo da experiência de alguns países, que, como o Brasil, apresentaram um rápido crescimento desta atividade como Taiwan, Indonésia, Índia, México, Honduras, China e Equador. Nesses países, a exploração das áreas costeiras levou à degradação dos ecossistemas estuarinos e contribuiu para a proliferação de doenças que determinam queda na produção e produtividade e ao comprometimento do meio ambiente propriamente dito. No Ceará, já são muitas as denúncias referentes à destruição de mangues, estuários e outros locais que compõem o ecossistema do litoral cearense.

valor. Países como a Tailândia, Vietnã, Equador, Honduras, entre outros, utilizam a agregação de valor para recuperar a qualidade do produto beneficiado, obtendo dentre outras vantagens maior preço final.

Os baixos preços médios alcançados pelo Brasil mostram a necessidade de organização na cadeia de comercialização do camarão com o apoio governamental em níveis federal, estadual e municipal.

TABELA 33 - Preço médio das exportações do camarão cultivado para os Estados Unidos.

Países	US\$/Kg	
	Preço Médio Jan-Jun/2003	Preço Médio Jan-Jun/2004
Tailândia	7,90	6,09
Vietnã	10,85	10,71
China	5,50	4,92
Equador	6,36	5,58
Índia	9,05	8,26
Brasil	4,52	4,29
Indonésia	8,33	6,91
Venezuela	6,02	4,94
México	14,10	11,08
Honduras	6,20	5,08
Outros	6,20	6,66

Fonte : Rocha, 2004

O aumento das exportações cearenses, considerando a demanda do mercado, é perfeitamente possível, uma vez que as importações de camarão apresentam um crescimento contínuo movido por problemas, tais como a “gripe asiática” nos frangos e a “vaca louca” nos bovinos, que reduziram o consumo de outras carnes, e pela conscientização da população que busca alimentos com baixos níveis de colesterol.

Do ponto de vista interno, cabe aos carcinicultores adotar medidas que atinjam os problemas enumerados ao longo desta seção, como:

- A divulgação e promoção do produto no exterior com o objetivo de expandir o mercado;
- A iniciação de ajustes operacionais nas indústrias com o objetivo de obter produtos de valor agregado;

- O desenvolvimento de um programa de gestão de qualidade que permita a produção sustentável com certificação e rastreabilidade de toda a cadeia produtiva;
- O conhecimento das especificidades dos mercados potenciais.

Por se tratar de uma atividade recente, não foi possível a obtenção dos dados necessários ao cálculo dos indicadores do desempenho das exportações do camarão cearense no período de 1998 a 2003, o que restringiu a análise deste produto.

6 CONCLUSÕES

O agronegócio é o principal gerador de divisas para o Estado do Ceará. No período compreendido entre 1998 a 2003, houve um aumento na diversificação na pauta desse setor com a inserção de produtos emergentes como camarão cultivado, melão, flores e mel que vieram unir-se aos já tradicionais amêndoa da castanha de caju (ACC), peles e couros, algodão, entre outros.

Entre 1998 e 2003, observou-se queda das exportações da ACC cearense, a qual foi decorrente principalmente de perdas de competitividade, expressas pela redução do valor das exportações e em menor proporção do efeito destino das exportações, com diminuição na participação do valor total das importações de ACC de países como os Estados Unidos, Canadá, Líbano, Holanda, França, Argentina, entre outros. O bom desempenho da ACC do Vietnã no comércio mundial teve papel importante no impacto negativo do efeito destino das exportações da ACC cearense.

Acredita-se que os principais responsáveis pela perda da competitividade da ACC cearense no mercado internacional sejam fatores internos como baixa produtividade, necessidade de modernização do parque industrial, baixos preços, baixa qualidade do produto, baixa nível tecnológico, altos custos de produção, enfim a desarticulação da cadeia produtiva do caju, além de fatores externos, como a agressiva inserção do Vietnã no mercado mundial.

O crescimento da produção de melão foi expressivo nos últimos anos, sendo a fruta mais exportada pelo Estado do Ceará no período em análise. Mundialmente os maiores produtores (China e Turquia) não são os principais exportadores (Espanha, Estados Unidos). O Brasil é o sexto maior exportador. Houve aumento do número de países importadores do melão cearense apesar da participação relativa no comércio mundial ser ainda pouco significativa.

O crescimento das exportações do melão é explicado basicamente pelo efeito competitividade. Os ganhos de competitividade do melão são decorrentes de condições internas favoráveis, como incentivos governamentais para o desenvolvimento da agricultura irrigada em especial fruticultura irrigada, que estimulou investimentos na atividade com melhorias tecnológicas, capacitação de produtores, sendo importante ressaltar ainda o efeito positivo proporcionado pela diminuição na carga tributária imposta ao produto a partir de

2001. Ademais, existe, ainda, uma janela para as exportações de melão que também favorece o desempenho deste produto no mercado internacional.

O camarão cultivado foi o produto emergente de maior crescimento na participação da pauta de exportação. Do ponto de vista interno, isso se deveu a utilização de tecnologia avançada e boa adaptação da espécie *Litopenaeus vannamei* às condições locais e a expansão das áreas de cultivo. Por sua vez, os problemas enfrentados pelo Equador levaram a queda drástica na sua produção, favorecendo a participação de outros países, entre eles o Brasil.

No entanto, a expansão das exportações cearenses de camarão cultivado pode ser comprometida por adversidades como pressões ambientais, entradas de novos concorrentes no mercado e medidas comerciais adotadas por países importadores, como processo *antidumping*.

Os indicadores de vantagens comparativas reveladas e taxa de cobertura bem como o modelo *constant market share* se mostraram ferramentas capazes de sintetizar a identificação de fonte de limitação e potencialidade para atividades produtivas de exportação. Esse direcionamento pode facilitar a busca das causas e ajudar na superação das crises e no estabelecimento de ações estratégicas para construção de vantagens competitivas de longo prazo. É importante ressaltar, no entanto, que as flutuações decorrentes de eventos fortuitos como secas podem alterar ou potencializar resultados. Diante disso, recomenda-se a utilização de médias anuais em anos usados como base de comparação, de modo a corrigir o efeito conjuntural.

7. REFERÊNCIAS

- ARBACHE, J. S. **Comércio internacional, competitividade e políticas públicas no Brasil**. IPEA. Texto para discussão no. 903, Brasília. 2002.

- ABREU, M. P. **Política comercial brasileira: limites e oportunidades**. In: O desafio das exportações. Organizadores Fernando Castelar Pinheiro, Ricardo Markwald, Lia Valles Pereira.

- ANGELO, H. et al. **Competitividade da madeira tropical brasileira no mercado internacional**. Revista *Árvore*, v.24, n.2. p.123-126, 2000.

- BAER, W.A **Economia brasileira**. São Paulo: Nobel, 1995.

- BANCO DO NORDESTE. **Comércio internacional e o mercosul: impactos sobre o nordeste brasileiro**. Fortaleza, 1997.

- BONELLI, R. e BRITO, A. **Políticas Institucionais descentralizadas: as experiências européias e as iniciativas subnacionais no Brasil**. Brasília: IPEA, 1997 (Texto para discussão n.492).

- BOTELHO, D.C. **Ajuste fiscal e reforma do estado: o caso do estado do Ceará, 1987 a 1991**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1994. Dissertação (Mestrado em Economia).

- CARVALHO, R. M.; MARINHO, E. L. L. **Transformações estruturais, variações na eficiência técnica e produtividade total dos fatores no setor agrícola dos países sul-americanos – 1970 a 2000**.

- CAVALCANTE, A. L. **O Impacto da abertura comercial sobre a competitividade da indústria têxtil da região nordeste**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2002. 187p. Dissertação (Mestrado em Economia).

- ✦ CEARÁ. SECRETARIA DE AGRICULTURA IRRIGADA (SEAGRI). **Programa Cearense de Agricultura Irrigada – PROCEAGRI: Irrigando para a competitividade**. Fortaleza: SEAGRI, 2000, 79 p.

- CEARÁ. SECRETARIA DE AGRICULTURA IRRIGADA (SEAGRI). **As exportações do agronegócio cearense em 2003**. Fortaleza: SEAGRI, 2004, 20 p.

- COIMBRA, R. A. **Perfil da nova indústria cearense no período 1991-1995**: Determinantes da composição espacial e setorial. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1998. 181p. Dissertação (Mestrado em Economia).
- COSTA, E. R. **Hiatos tecnológicos e competitividade das exportações brasileiras no período 1987-1995**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1999. 115p. Dissertação (Mestrado em Economia).
- COUTINHO, L.G. e FERRAZ, J.C. **Estudo da competitividade da indústria brasileira. sistema de indicadores de competitividade**. Campinas: UNICAMP/UFRJ/PDC/FUNCEX, 1993.
- FARINA, E.M.Q. & ZYLBERSTAJN, D. **Competitividade no agríbussines brasileiro**. São Paulo: PENSEA/FIA/FEA/USP, 1998. Volume I.
- FERNANDES, C.L.de L. e VIEIRA, J.E.R. **Especialização e competitividade de Minas Gerais no mercado internacional**. Um estudo de indicadores de comércio exterior no período de 1992 a 1999. In: Seminário sobre a Economia Mineira. Belo Horizonte: CEDEPLAR/UFMG, 2003.
- FERRAZ, J. C et al. **Made In Brazil**: Desafios Competitivos para a Indústria, Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- FERREIRA, A **O crescimento recente da economia cearense**. Revista Econômica do Nordeste. Fortaleza: ETENE/BNB, v.26, n.2, p.157-180, abr/jun. 1995.
- FERREIRA, M. F. S.; SILVEIRA, A H. P.; AQUINO, M.; FILHO, J. D. O. **Exportações Baianas, vantagens comparativas reveladas e produtos intensivos em recursos naturais**: Evidencias de Período 1990-2000.
- GASQUES, J.G.; VILLA, C.M.V.; REZENDE, G.G.; CONCEIÇÃO, J.C.P.R.; CARVALHO, J.C.S.; SALERNO, M.S.; **Desempenho e crescimento do agronegócio no Brasil**. Brasília, IPEA/DISET. 2004
- Pereira* GOMES, T. C.L. **O desempenho do segmento exportador cearense no mercado internacional no período 1970 a 1994**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1997. 114p. Dissertação (Mestrado em Economia Rural). OK
- GONÇALVES, R. **O Brasil e o comércio Internacional. Transformações e perspectivas**. São Paulo: Ed.Contexto, 2000.

- GONÇALVES, R. **Competitividade internacional, vantagem comparativa e empresas multinacionais: o caso das exportações brasileiras de manufaturados.** Pesquisa e Planejamento Econômico, v.7, n.2, p.411-436, 1987.

- HAGUENAUER, Lia. **Competitividade: conceitos e medidas.** Rio de Janeiro: IEI/UFRJ, Texto para discussão, n 211, 1989.

- HELPMAN, E.; KRUGMAN, P. **Market structure and foreign trade: increasing, returns, imperfect, competition and the international economy.** Cambridge, Massachusetts. 1985

- HIDALGO, A.B. **Exportações do Nordeste do Brasil: Crescimento e mudança na estrutura.** Revista Econômica do Nordeste. Fortaleza: ETENE/BNB, v.31, n.Especial, p.560-575, novembro, 2000.

- HIDALGO, A.B. **Especialização e competitividade do Nordeste no mercado internacional.** Revista Econômica do Nordeste. Fortaleza: ETENE/BNB, v.29, n.Especial, p.491-515, julho 1998.

- HORTA, M.H.T.T. **Fontes de crescimento das exportações brasileiras na década de 70.** Pesquisa e Planejamento econômico, v.13, n.2, p.507-542, 1993.

- IPLANCE. **Estatísticas das exportações cearenses – 1961-1997.** Fortaleza, 1998. 95p.

- ISTAKE, M. **Comércio externo e interno do Brasil e das suas macrorregiões: um teste do teorema de Heckscher-Ohlin.** Tese de Doutorado. ESALQ-USP. Piracicaba, 2003.

- KUPFER, David. **Padrões de Concorrências e Competitividade.** Texto para discussão, Rio de Janeiro: UFRJ/IEI, n 265, 1991.

- KRUGMAN, P. **The role of geography in development.** In B. Pleskovic e J.E. Stiglitz, **Annual World Bank Conference on Development Economics – 1998.** Washington. The World Bank.

- LACERDA, M. D.; LACERDA, R.D.; ASSIS, P.C.O. **A Participação da fruticultura no agronegócio Brasileiro.** Revista de Biologia e Ciências da Terra, v.4, n.1, 2004.

- MAIA, J. N. B.; FARIAS, D. B.I. **Relatórios de desempenho do comércio exterior cearense em 2002.** Fortaleza: 2003. Governo do Estado do Ceará. Assessoria Internacional.

MAGALHÃES, L.J.d'A **Comércio internacional, Brasil e Agronegócio**. Texto para discussão n.16, Embrapa Informação Tecnológica. Brasília, 2002.

MEDEIROS, V.X; FONTES, R.M. **Competitividade das exportações brasileiras de celulose no mercado internacional**. Revista Brasileira de Economia e Sociologia Rural, v.32, n.2, p.105-121, 1994.

MENEZES, A S. B. **Os Impactos da política fiscal sobre as finanças dos estados e capitais do Nordeste no Período 1970-89**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1992. 228p. Dissertação (Mestrado em Economia).

NOGUEIRA, C. A G. **Abertura econômica e reestruturação produtiva na indústria brasileira: uma análise regional (1985-1997)**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1999. 95p. Dissertação (Mestrado em Economia).

PEIXOTO, H.; KHAN, A S.; SILVA, L. M. R. **Viabilidade econômica de implantação de agroindústria de polpa de frutas no estado do Ceará**. Revista Econômica do Nordeste. Fortaleza: ETENE/BNB, v.29, n.2, p.175-193, abr/jun 1998.

PEREIRA, L.V. **A agenda brasileira de crescimento das exportações: principais questões**. Trabalho apresentado no workshop: "Towards a new promotion agenda in Brazil". Centro de Estudos Brasileiros da Universidade de Oxford. Março, 2003.

* PINHEIRO, A C. **Encarando o desafio das exportações**. In: O desafio das exportações. Organizadores Fernando Castelar Pinheiro, Ricardo Markwald, Lia Valles Pereira.

• POSSAS, M. S. & CARVALHO, E. G. **Competitividade Internacional: um enfoque teórico**, Anais ANPEC, 1989.

• RANGEL, M. A S. **Políticas macroeconômicas, mercado externo e exportações agrícolas do nordeste**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1992. 155p. Dissertação (Mestrado em Economia).

ROCHA, J. P. **Uma análise de oferta e demanda de camarões no mercado mundial, com destaque para os preços ao produtor e consumidor final. Reflexos na Carcinicultura Brasileira**. Revista da ABCC- Associação Brasileira de Criadores de Camarão. Set, 2004. Ano 6. n.3.



ROSA, A L. T.; MELO, M. C. P. **O Poder Competitivo da Indústria Têxtil Cearense no Contexto Nordestino e Brasileiro.** Revista Econômica Nordeste, v.27, n.3, p.277-295, Jul./Set. 1996.

RESENDE, R.M.; GOMES, M.F. M. ; LIMA, J.E. **Relações entre o mercosul e as exportações brasileiras de café.**

SABBATINI, R.C. **Regionalismo, Multilateralismo e Mercosul:** evidências da inserção comercial brasileira após alguns anos de abertura. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2001. Dissertação (Mestrado em Economia).

SAMPAIO, Y.S.B.; COSTA, E.F. **Geração de empregos diretos e indiretos na cadeia produtiva do camarão marinho cultivado no Brasil.** ABCC.:2003.

SEREIA, V.J. et. al. **As Exportações Paranaenses e a competitividade do complexo Agroindustrial.** Revista Paranaense Desenvolvimento: Curitiba, n.103, p.45-59, Jul/Dez, 2002.

• SILVA, C. R.L.; CARVALHO, M. A **Fontes de crescimento das exportações agrícolas brasileiras.** VIII Encontro Regional de Economia: Fortaleza -julho 2003.

• SILVA, C.R.L.; CARVALHO, M.A **Comércio agrícola e o desenvolvimento econômico brasileiro.** VIII Encontro Regional de Economia: Fortaleza -julho 2003.

• SOUZA, N.J. **Efeitos da abertura comercial sobre o crescimento dos estados brasileiros nos anos de 1990.** Texto didático. <<http://www.pucs.br/uni/poa/face/eco/index.htm>> acesso em 14/10/ 2003a.

• SOUZA, N. J. **Conseqüências econômicas da abertura comercial da economia brasileira, 1990/1998.** Texto didático. PUCRS: Porto Alegre, junho de 2003b.

SPINOLA, V. e Ribeiro, M.T.F. **Comportamento das exportações da Bahia 2002/2003: O espelho de mudanças estruturais.** Revista Desenbahia, n. 1/set 2004.

TEIXEIRA, M. J. **Competitividade e reestruturação industrial :** um estudo do setor de confecções do Ceará nos anos 90. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1999. 142p. Dissertação (Mestrado em Economia).

*VEIGA, P.da M e Iglesias, R.M. **A institucionalidade da política brasileira de comércio exterior.** In : O desafio das exportações. Organizadores Fernando Castelar Pinheiro, Ricardo Markwald, Lia Valles Pereira.