

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

**SCIENA SÉRVIA VIANA ARAÚJO; LÚCIA MARIA RAMOS SILVA; PATRICIA
SALES LIMA;**

UFC

FORTALEZA - CE - BRASIL

lramos@ufc.br

PÔSTER

COMÉRCIO INTERNACIONAL

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

Grupo de Pesquisa: Comércio Internacional

RESUMO: Objetivou-se analisar a competitividade das exportações de produtos selecionados (amêndoa da castanha de caju (ACC), melão) 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). Verificou-se queda das exportações da ACC cearense a qual foi decorrente principalmente de perdas de competitividade, em menor proporção, do efeito destino das exportações. O melão apresentou substancial incremento na pauta de exportação inclusive com a inserção de novos mercados. O crescimento das exportações é explicado, basicamente, pelo efeito competitividade que foi influenciado por condições internas favoráveis como os incentivos governamentais para o desenvolvimento da agricultura irrigada em especial fruticultura irrigada.

Palavras-chaves: Competitividade, Agronegócio, Ceará.

1. INTRODUÇÃO

Segundo Gonçalves (1997), a balança comercial brasileira tem apresentado saltos significativos nos últimos anos que são atribuídos, principalmente, ao desempenho do agronegócio no comércio internacional. O desenvolvimento desse setor é importante porque gera, renda e emprego e contribui para a dinamização do crescimento interno tanto no campo como na cidade.

O Estado do Ceará também tem contribuído para o sucesso do agronegócio brasileiro. Ao longo da década de 1990, ocorreram mudanças estruturais que buscaram desenvolver o setor agrícola, aumentando sua participação no mercado interno e externo, SEAGRI (200) Apesar do Estado não ter uma economia primordialmente voltada para o mercado externo, apresenta transações importantes com outros países. No período de 1990 a 2003, alguns produtos se destacaram na pauta de exportação do agronegócio cearense, dentre eles produtos tradicionais como a amêndoa da castanha do caju (ACC) e produtos emergentes como o melão.

Assim, torna-se importante o conhecimento do comportamento das exportações desses produtos considerando a sua competitividade no mercado nacional e internacional. Pretende-se, portanto, identificar os níveis de competitividade da amêndoa da castanha de caju e do melão no mercado internacional, bem como os fatores responsáveis pelas variações das exportações dos referidos produtos no período selecionado.

2. METODOLOGIA

2.1 Aspectos conceituais

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 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.

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.

2.2 Fonte dos dados

As informações utilizadas neste estudo foram obtidas na Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Secretaria de Produção e Comercialização (SPC) do Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e *Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAO e o International Trade Statistics – ITC*.

As análises exigem o estabelecimento de períodos para uma comparação entre pontos discretos no tempo. No presente estudo, selecionou-se o período compreendido entre 1998 e 2003, quando se pôde constatar um salto das exportações do agronegócio no Ceará.

2.3 Métodos de Análise

Os indicadores de competitividade internacional selecionados foram utilizados em vários estudos como o de Coutinho e Ferraz (1993), Hidalgo (1998), e Rosa e Alves (2003). Foram empregados os indicadores de vantagem comparativa revelada, taxa de cobertura, além do *Constant market share*.

a) Indicadores de Vantagem Comparativa revelada

Segundo Coutinho e Ferraz (1993) os indicadores de Vantagem Comparativa Revelada (VCR) foram originalmente desenvolvidos por Balassa, 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 os autores sugerem 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.

O 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.

O indicador de vantagens comparativa revelada para uma região j em um produto ou grupo de produtos i pode ser definido da seguinte forma:

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

Onde:

VCR_{ij} → Vantagem comparativa revelada do produto i no agronegócio da região j .

X_{ij} → representam as exportações do produto i do agronegócio da região j .

X_j → representam as exportações totais do agronegócio da região j .

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 da região j apresenta uma vantagem comparativa em relação à região de referência z . A participação deste produto nas exportações do agronegócio da região j é superior a participação deste produto no total das

exportações da região de referencia 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.

b) Taxa de Cobertura

A “taxa de cobertura”, é obtido pela relação entre exportações/importações do produto i , ou grupo de produtos de agronegócio da região j .

$$TC_i = X_i / M_i$$

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

Quando $Tcij > 1$, 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.

c) Modelo Constant Market Share

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

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

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

$r_{ij} \rightarrow$ 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.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Análise do desempenho das exportações de amêndoa da castanha de caju ACC)

Os maiores países exportadores de ACC são por ordem: Índia, Vietnã e Brasil. No País o Ceará é o principal exportador, responsável por 76,5% do valor total exportado em 2003.

As exportações de ACC cearense se destinam e encontram concorrência em diferentes partes do mundo, sendo seus principais compradores os Estados Unidos, Canadá e Itália. 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.

A TAB. 1 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.

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.

Tabela 1 - 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	49.406,1	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

As grandes conquistas a serem alcançadas pelo Ceará em relação a estes dois exportadores se referem ao fortalecimento de suas estratégias empresariais voltadas ao 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)¹. 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

A Tabela 2 apresenta a evolução dos indicadores de vantagens comparativas reveladas da ACC de cada país em relação ao mundo. A Índia e Vietnã 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 nos anos 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.

Tabela 2 - Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas da ACC dos principais exportadores em relação ao mundo (1998-2003)².

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 Tabela. 3 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.

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. 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

¹ 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%.

² 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 entre valores referentes a um Estado e Países.

neutro”. Os produtos considerados “pontos fortes” no comércio internacional são aqueles com sólidas oportunidades de inserção e expansão comercial.

Tabela 3 - 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”.

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*, 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 Tabela 4 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, 2000-2003. 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. O efeito competitividade foi responsável por 95,55% das perdas nas exportações cearenses de ACC entre 1998 e 2003.

Tabela 4 - Fontes de crescimento das exportações de amêndoa de castanha de caju no Estado do Ceará no período (1998-2003)³.

Fontes de Crescimento	Crescimento (Mil US\$ FOB)			Participação no crescimento (%)		
	1998-2000	2000-2003	1998-2003	1998-2000	2000-2003	1998-2003
Efeito crescimento	12.592,78	-639,14	4.527,85	93,84	- 2,32	32,08

³ 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 .

comércio mundial						
Efeito destino das exportações	15.129,35	1.363,73	-5.156,16	-112,74	4,95	-36,53
Efeito competitividade de	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

3.2 Análise do desempenho das exportações de melão

O “ranking” dos principais exportadores de melão não coincide com os principais produtores. A 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

As exportações brasileiras de melão têm origem essencialmente no Nordeste. Assim, os principais estados exportadores são também, o Estado do Rio Grande do Norte, seguido do Ceará.

O destino do melão cearense é principalmente para a Europa: Reino Unido e Holanda, com 99% das exportações. Segundo informações da SEAGRI (2004) as exportações cearenses desse produto, a cada ano, ganham novos mercados. Em 2003, foram comercializadas parcelas dessa fruta para Holanda, Reino Unido, Itália, Alemanha e Espanha.

Como pode ser observado na Tabela. 5, o melão produzido no Estado apresenta vantagens comparativas em relação ao Brasil, aos seus principais concorrentes no mercado internacional e ao mundo. A análise revela que este produto é mais competitivo no mercado mundial do que no interno. Em relação aos seus principais concorrentes, nota-se vantagens crescentes, sendo 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 5 - 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 Tabela 6 apresenta os indicadores de vantagens comparativas reveladas 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. Quanto 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 que o Brasil.

Tabela 6 - 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 Tabela 7 apresenta taxas de cobertura. Conforme observado, Brasil, Espanha, Costa Rica e Honduras não atuam como importantes compradores de melão, cabendo esse papel aos Estados Unidos e à França, o que era de se esperar, já que são grandes importadores.

Os indicadores de VCR e da TC indicam que o Brasil (Ceará), Espanha, Costa Rica, e Honduras apresentam-se fortemente competitivos no mercado internacional.

Tabela 7- 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.

A Tabela 8 mostra que o crescimento médio das exportações dessa fruta no Ceará no período de 1998-2003, 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.

Tabela 8 - 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

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.. Comparando os períodos antes (1998-2000) e após (2001-2003) a política de isenção do ICMS no Estado do Ceará, (ano 2001), observa-se que houve um estímulo aos efeitos crescimento do comércio mundial e competitividade das exportações, de tal modo que o efeito do crescimento do 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.

Apesar do bom desempenho do melão, 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).

⁴ Os sub-períodos (1998 a 2000) e (2001 a 2003) foram escolhidos em função da isenção do ICMS em 2001.

4 CONCLUSÕES

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. 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 melão foi 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 crescimento das exportações do melão é explicado basicamente pelo efeito competitividade. Os ganhos de competitividade 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, um mercado potencial para as exportações de melão que também favorece o desempenho deste produto no mercado internacional.

Considera-se que 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.

Uma importante estratégia para elevar as exportações de melão do Brasil e do Ceará, em particular, 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.

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.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

COUTINHO, L.G. e FERRAZ, J.C. **Estudo da competitividade da indústria brasileira. sistema de indicadores de competitividade.** Campinas: UNICAMP/UFRJ/PDC/FUNCEX,1993.

FERRAZ, J. C et al. **Made In Brazil:** Desafios Competitivos para a Indústria, Rio de Janeiro: Campus, 1995.

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.

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.

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.

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.

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.

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