

Análise Econômica

CAPITAL HUMANO NOS MUNICÍPIOS PARANAENSES

LUCIANO NAKABASHI E EVÂNIO FELIPE

CÂMBIO, INFLAÇÃO, JUROS E RESERVAS NA TRANSIÇÃO DE REGIMES CAMBIAIS: UMA INVESTIGAÇÃO ECONÔMETRICA PARA O BRASIL

FLÁVIO VILELA VIEIRA E CARLOS DE ALMEIDA CARDOSO

INTEGRAÇÃO ECONÔMICA E POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO: EXPERIÊNCIAS E PERSPECTIVAS PARA A AMÉRICA LATINA

RICARDO DATHEIN

MERCADO IMOBILIÁRIO E A IMPORTÂNCIA DAS CARACTERÍSTICAS LOCAIS: UMA ANÁLISE QUANTÍLICO-ESPACIAL DE PREÇOS HEDÔNICOS EM BELO HORIZONTE

BERNARDO FURTADO

ANÁLISE DA DINÂMICA DA PRODUTIVIDADE DO TRABALHO ENTRE SETORES E ESTADOS BRASILEIROS NA DÉCADA DE 90

ADELAR FOCHIZATTO E VALTER JOSÉ STULP

TEORIA ECONÔMICA DO SUICÍDIO: ESTUDO EMPÍRICO PARA O BRASIL

CLAUDIO DJISSEY SHIKIDA, ARI FRANCISCO ARAUJO JR E RAFAEL ALMEIDA VILHENA GAZZI

ÍNDICE RELATIVO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO SUDOESTE PARANAENSE

CARMEM OZANA MELO

DESEMPENHO COMERCIAL DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS NO BRASIL

CARLOS ALBERTO CINQUETTI

COMPETITIVIDADE DAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS DE PLANTAS VIVAS E PRODUTOS DE FLORICULTURA

ETEVALDO ALMEIDA, PATRICIA SALES LIMA, LUCIA MARIA SILVA, RUBEN DARIO MAYORGA E FRANCISCO DE LIMA

UMA AVALIAÇÃO DA EFICÁCIA DO FNE, NO PERÍODO 1995-2000

ALEXANDRE MANOEL ANGELO DA SILVA E GUILHERME RESENDE

ANO **25**

Nº **47**

Setembro, 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. José Carlos Ferraz Hennemann
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
Diretor: Prof. Gentil Corazza

CENTRO DE ESTUDOS E PESQUISAS ECONÔMICAS

Diretor: Prof. Lovois de Andrade Miguel
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
Chefe: Prof. Eduardo Ernesto Filippi
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS

Chefe: Prof. Ceno Odilo Kops
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA
Coordenador: Prof. Marcelo S. Portugal
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO RURAL

Coordenador: Prof. Paulo Dabdab Waquil
CONSELHO EDITORIAL: André Moreira Cunha (UFRGS), Carlos G. A. Mielitz Netto (UFRGS), Carlos Henrique Horn (UFRGS), Eduardo A. Maldonado Filho (UFRGS), Eleutério F. S. Prado (USP), Eugênio Lagemann (UFRGS), Fernando Cardim de Carvalho (UFRJ), Fernando Ferrari Filho (UFRGS), Fernando de Holanda Barbosa (FGV/RJ), Flávio Augusto Ziegelman (UFRGS), Flávio Vasconcellos Comim (UFRGS), Gentil Corazza (UFRGS), Giacomo Balbinotto Netto (UFRGS), Gustavo Franco (PUC/RJ), Hélio Henkin (UFRGS), Jan A. Kregel (University of Missouri at Kansas City), João Rogério Sanson (UFSC), Joaquim Pinto de Andrade (UnB), Júlio César Oliveira (UFRGS), Luiz Estrella Faria (UFRGS), Luis Paulo Ferreira Nogueiról (UFRGS), Marcelo S. Portugal (UFRGS), Maria Alice Lahorgue (UFRGS), Octávio Augusto Camargo Conceição (UFRGS), Paul Davidson (Journal of Port Keynesian Economics), Paulo D. Waquil (UFRGS), Pedro C.

D. Fonseca (UFRGS), Philip Arestis (University of Cambridge), Ricardo Dathein (UFRGS), Ronald Otto Hillbrecht (UFRGS), Sabino da Silva Porto Jr. (UFRGS), Sérgio M. M. Monteiro (UFRGS), Stefano Florissi (UFRGS) e Werner Baer (University of Illinois at Urbana - Champaign).

COMISSÃO EDITORIAL: Eduardo Augusto Maldonado Filho, Fernando Ferrari Filho, Hélio Henkin, Marcelo Savino Portugal, Paulo Dabdab Waquil. e Sérgio Marley Modesto Monteiro.
EDITOR: Sérgio Marley Modesto Monteiro
EDITOR ADJUNTO: Hélio Henkin
SECRETÁRIO: Emerson Douglas Neves
REVISÃO DE TEXTOS: Vanete Ricacheski
EDITORAÇÃO: Núcleo de Editoração e Criação da Gráfica da UFRGS - Janaina Horn
FUNDADOR: Prof. Antônio Carlos Santos Rosa
Os materiais publicados na revista *Análise Econômica* são da exclusiva responsabilidade dos autores. É permitida a reprodução total ou parcial dos trabalhos, desde que seja citada a fonte. Aceita-se permuta com revistas congêneres. Aceitam-se, também, livros para divulgação, elaboração de resenhas e resenhas. Toda correspondência, material para publicação (vide normas na terceira capa), assinaturas e permutas devem ser dirigidos ao seguinte destinatário:

Prof. Sérgio Marley Modesto Monteiro

REVISTA ANÁLISE ECONÔMICA - Av. João Pessoa, 52

CEP 90040-000 PORTO ALEGRE - RS, BRASIL

Telefones: (051) 3308 3513 / 3308 4164

Fax: (051) 3308 3990

Email: rae@vortex.ufrgs.br

Assinatura revista *Análise Econômica*: R\$50,00

A assinatura anual dá direito a 2 números da revista.

Análise Econômica

Ano 25, nº 47, setembro, 2007 - Porto Alegre
Faculdade de Ciências Econômicas, UFRGS, 2000

Periodicidade semestral, março e setembro.
ISSN 0102-9924

1. Teoria Econômica - Desenvolvimento Regional -
Economia Agrícola - Pesquisa Teórica e Aplicada -
Periódicos. I. Brasil.

Faculdade de Ciências Econômicas,
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

CDD 330.05

CDU 33 (81) (05)

Competitividade das exportações mundiais de plantas vivas e produtos de floricultura

Etevaldo Almeida*
Patricia Sales Lima**
Lucia Maria Silva***
Ruben Dario Mayorga****
Francisco de Lima*****

Resumo: Este artigo teve como objetivo analisar a competitividade das exportações de plantas vivas e flores no mercado internacional no período 1998–2004, através de um conjunto de indicadores de desempenho das exportações. Os resultados mostraram competitividade das exportações do segmento no mercado internacional. Porém, grandes exportadores nem sempre são fortemente competitivos. Caso da Itália, Bélgica, Estados Unidos, Alemanha e Espanha. Os exportadores mais competitivos foram Equador, Holanda, Colômbia e Dinamarca, sendo que estes três últimos apresentaram perdas de competitividade e Equador os maiores ganhos. O Brasil, apesar de não configurar entre os maiores exportadores mostrou-se fortemente competitivo com taxas crescentes de competitividade.

Palavras-Chave: Indicadores de desempenho, comércio internacional, agro-negócio

Classificação JEL: Q130; Q170.

Abstract: This study aimed at analyzing the competitiveness of cut plants and flowers export toward the international market from 1998 to 2004, by using a set of tools meant to indicate the trends of the exportings. The results confirmed the competitiveness of the exporting of ornamental products facing the global

* Mestre em Economia Rural pela Universidade Federal do Ceará. Professor do Departamento de Economia da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. E-mail: etevaldoal@hotmail.com

** Doutora em Economia Aplicada pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz ESALQ – USP. Professora do Departamento de Economia Agrícola da Universidade Federal do Ceará. E-mail: patricia.lima@pq.cnpq.br

*** Livre docente. Professora do Departamento de Economia Agrícola da Universidade Federal do Ceará. E-mail: lramos@ufc.br

**** PhD em Ciência dos Recursos de Terras Áridas. University of Arizona, U.A. Professor do Departamento de Economia Agrícola da Universidade Federal do Ceará. E-mail: dario@ufc.br

***** Doutorado em Economia pela Universidade Federal do Ceará – UFC. Professor do Departamento de Economia da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. E-mail: pvpslima@terra.com.br

Artigo recebido em setembro de 2007. Aceito em novembro de 2007

market. It was observed, however, that great exporters, such as Italy, Belgium, United States, German, and France, are not always strongly competitive. The most competitive parts were Equator, The Netherlands, Colombia, and Denmark. From those, Equator presented the highest increase in competitiveness, while the others presented a decrease. Despite the fact that Brazil does not figure among the greatest exporters, it stood out as a strong competitor, with increasing exporting rates.

Keywords: exports acting indicators, international trade, agrobusiness

Introdução

Nos últimos anos, houve incremento da produção de plantas vivas e produtos de floricultura, não só no Brasil mas também em outros países. Segundo Kiyuna et. al. (2004), no final do século XX, o mercado internacional de plantas vivas e produtos de floricultura apresentou crescimento acelerado, intensificando-se a concorrência entre os principais países exportadores com objetivo de se obter maior fatia de mercado e explorar suas vantagens comparativas no comércio internacional desses produtos.

Apesar de o comércio internacional de plantas vivas e produtos de floricultura ter apresentado avanços consideráveis deve-se destacar que ainda existem alguns problemas que impedem o desempenho competitivo do setor. Anefalos e Guilhoto (2005), destacam: burocracia para o despacho de documentos, deficiência logística dentro dos aeroportos, frequência de vôos de cargas, preços dos fretes, falta de aparato legal e tributário com relação à lei de proteção de cultivares, análise de risco de pragas, carência de informações sobre custos de produção, pós-colheita e comercialização. Além destes fatores Miranda (2001) afirma que existem outros empecilhos que restringem e dificultam as exportações como, por exemplo, as restrições técnicas e sanitárias impostas através dos países importadores, sendo estas denominadas de barreiras comerciais.

Acredita-se que o conhecimento do desempenho das exportações de plantas vivas e flores no comércio internacional torna-se essencial para a conquista de novos nichos de mercado e pode contribuir para a inserção do Brasil no grupo dos grandes exportadores. Assim, o presente estudo tem como objetivo verificar a competitividade das exportações de plantas vivas e produtos de floricultura no comércio internacional durante o período de 1998-2004. A análise foi pautada no conceito de competitividade compreendida como capacidade de uma empresa/país permanecer no mercado através de uma posição competitiva criada para

um produto ou grupo de produtos, sendo fruto, portanto, de estratégias capazes de manter ou elevar, eficientemente, a posição competitiva no comércio internacional.

1. A produção e o comércio de plantas vivas e produtos de floricultura

Como referido, produção de plantas vivas e produtos de floricultura tem se expandido nos últimos anos o que aumenta a relevância do setor para a Organização Mundial do Comércio - OMC. Estima-se que até a década de 1990 a área mundial destinada a esta atividade tenha sido de 190.000 hectares. Na produção deste segmento, a Holanda se destaca como o maior produtor do mundo (SEBRAE, 2002).

O mercado mundial de plantas vivas e produtos de floricultura movimentava anualmente 49 bilhões de dólares desde a fase da produção até à entrega final. Um quinto deste valor é oriundo do fluxo de comércio entre países produtores e consumidores. Isto significa que o comércio mundial deste setor está em plena fase de expansão, basta observar que, no início, a produção concentrava-se em alguns países europeus como: Holanda, Itália e Dinamarca. Com a globalização, novas regiões de produção foram se firmando em todo o mundo como é o caso do Equador, Peru, Costa Rica, Chile, México, Quênia, África do Sul e Brasil.

Castro (1998) apud Marques (2002) afirma que o consumo de plantas vivas e produtos de floricultura no mundo é especificado em consumo de ocasião, consumo de impulso, consumo técnico e consumo institucional. O primeiro caso ocorre quando as flores são adquiridas em datas especiais ou comemorativas, o segundo, quando há preferência de algum consumidor em ornamentar seu local de trabalho; já o terceiro ocorre quando se tem por "hobby" cultivar flores. Por último, o consumo institucional que diz respeito a diferentes profissionais que compram estes produtos em grandes quantidades para decoração.

O comércio deste setor é realizado principalmente no Veiling, existente em cada país, onde se concentram ofertantes e demandantes de plantas vivas e produtos de floricultura caracterizando-se como um mercado transparente do ponto de vista da compra e venda (Claro, 1998).

Na Europa, há quinze leilões especializados para a comercialização de plantas vivas e produtos de floricultura. Dentre eles, nove concentram-se na Holanda. A comercialização deste segmento obedece aos padrões de qualidade exigidos para os produtos do setor. Para assegurar o cumprimento das normas exigidas existe a regulamentação sanitária,

que tem como objetivo evitar os riscos de doenças e epidemias inerentes aos produtos da floricultura.

No que diz respeito à geração de emprego é estimado que o setor de plantas vivas e produtos de floricultura gere mais de 120 mil vagas anualmente em todo o mundo, das quais 58 mil (48,3%) estão inseridos na produção, 51 mil (42,5%) no mercado varejista, 4 mil (3,3 %) na distribuição e 7 mil (5,9%) em outras funções como no segmento de apoio (SEBRAE, 2004). De acordo com Kiyuna et al (2005), o valor das transações do comércio exterior de produtos da floricultura no ano de 2003 chegou a U\$ 9,4 bilhões, apresentando taxa média anual de crescimento de 6% entre os anos de 1999 e 2003.

No período de 1998 a 2004 a Holanda se destacou como o maior exportador do mundo. Os demais países alternaram suas posições no “ranking” demonstrando que o mercado não está consolidado. Nota-se, ainda, que estes procuram explorar suas vantagens comparativas no comércio internacional de plantas vivas e produtos de floricultura (Kiyuna et al 2005).

Conforme Oliveira Junior (2003), os países que mais exportaram produtos da floricultura em relação ao total mundial em 2003 foram: Holanda com 53% das exportações, Colômbia com 13% e Itália 8%. Estados Unidos e Brasil exportaram 3,4% e 0,25%, respectivamente. Entre os exportadores mundiais de plantas vivas e produtos de floricultura o Brasil alcançou a 31ª posição.

No Brasil, boa parte da comercialização dos produtos de plantas vivas e produtos de floricultura é feita através de centrais de distribuição sendo que, cada uma possui suas particularidades. Castro (1998), especifica que há centrais de abastecimento nas quais é permitida a entrada de produtos exclusivos de produtores, caso do Veiling Holambra e do Mercado Profissional da Floricultura e do Paisagismo de Santa Catarina (Mercaflor-SC). Em outras centrais é permitido comercializar apenas produtos de produtores e de atacadistas, caso da CEAGESPE-SP e da CEASA-Campinas e, por fim, existem centrais onde só é permitido comercializar produtos de atacadistas, como acontece na Companhia de abastecimento do Estado da Guanabara - CADEG no Rio de Janeiro e na CEASA de Porto Alegre.

Deve-se ressaltar que, no Brasil, o mercado consumidor de plantas vivas e produtos de floricultura possui uma demanda sazonal e que a produção desse segmento é concentrada em períodos como dia das mães, dia de finados, dia internacional da mulher, dia da secretária e dia dos amigos (Marques, 2002).

Nos últimos anos o mercado de plantas vivas e produtos de floricultura se tornou altamente profissional, o que requer do produtor estar

atento às exigências dos consumidores que a cada ano são maiores. Ademais, é preciso que o produtor preencha os requisitos estabelecidos por esse mercado, principalmente os elevados índices de produtividade, os padrões de qualidade, uso de embalagens adequadas. Esse avanço depende também das particularidades predominantes nas regiões produtoras que estão associadas à conjuntura econômica, política e social.

2. Aspectos conceituais sobre indicadores de competitividade

O desenvolvimento da economia de um país em todos os seus aspectos: industrial, setor de serviços, níveis de renda e emprego, padrão de vida está relacionado com as economias de seus parceiros comerciais. Esta integração se dá através dos movimentos internacionais de bens e serviços, mão-de-obra, fundos de investimentos e tecnologia (Carbaugh, 2004).

Através do processo de globalização com a integração do mercado mundial, os setores produtivos da economia passaram por mudanças importantes. A abertura comercial e a formação dos blocos regionais de comércio fizeram com que os segmentos produtivos buscassem formas de se tornar mais competitivos, para atingir as exigências do mercado externo e assim expandir suas exportações (Fontenele e Melo, 2004).

Esse processo proporcionou o crescimento das exportações e importações da maioria das nações industrializadas o que é mutuamente vantajoso. É possível com isso que os produtores de um país possam especializar-se e produzir em larga escala, ao mesmo tempo em que podem usufruir do consumo de uma variedade maior de produtos por um menor custo do que ocorreria na ausência de comércio (Carvalho e Silva, 2000).

Desta forma, o comércio internacional tornou-se relevante para as nações. Segundo Carbaugh (2004), através da permuta de negociações um país pode especializar-se na produção de um bem que produz com qualidade e conseqüentemente direcionar as receitas obtidas nesta atividade para obter de outras regiões produtoras aqueles bens cujo custo de produção é elevado. Pode também possibilitar o aumento da produtividade de um país uma vez que se torna possível adquirir de outro, bens e serviços nos quais as empresas internas são menos produtivas e, como mencionado, especializar-se nos setores cujas empresas são relativamente mais produtivas. Com isso, os recursos são direcionados para a produção elevando, portanto, o nível médio de produtividade da economia, condição necessária para melhoria dos níveis de renda.

Esse pensamento tem por base a lei da vantagem comparativa, que afirma que um país pode se beneficiar de outro empregando maior

parte de seu tempo e recursos, produzindo aqueles bens para os quais possui vantagem comparativa. Desta forma, se um bem ou serviço pode ser obtido mais economicamente por meio do comércio, faz sentido comprá-lo em vez de produzi-lo internamente. Assim, o que se prioriza é a forma como os recursos disponíveis podem ser empregados para obter cada bem ao menor custo (Carbaugh, 2004).

Fontenele e Melo (2004), também destacam que o comércio internacional promove maiores ganhos com o processo competitivo. Para esses autores a concorrência é fundamental para a inovação e a produção eficiente. A concorrência internacional ajuda os produtores locais a se manterem em atividade e lhes proporciona um grande incentivo para aprimorar em qualidade seus produtos. Ademais, através do comércio internacional foi possível haver maior transação de insumos industriais a baixo custo com melhor qualidade, facilitando atualização tecnológica, fonte impulsionadora de competitividade aos produtores domésticos.

Os indicadores de competitividade internacional podem ser classificados a partir de três óticas: desempenho, eficiência e capacitação.

Os indicadores de desempenho caracterizam-se por focalizar as formas com que a competitividade internacional se manifesta, voltada ao mercado nacional e particularmente ao comércio internacional.

O indicador de eficiência requer a identificação dos preços e custos dos bens e serviços comercializados e se relaciona com a produtividade técnica e econômica no uso dos fatores de produção.

Os indicadores de capacitação se relacionam com os determinantes do sucesso competitivo associados à incorporação de avanços tecnológicos em produtos e processos, aos ganhos cumulativos que derivam de formas apropriadas de organização empresarial e de cooperação entre as firmas e ao nível de composição dos investimentos públicos e privados incluindo os investimentos feitos em capital humano.

Dada a diversidade de significados atribuídos à competitividade internacional foram desenvolvidos diversos tipos de indicadores para mensurá-la. Estes indicadores podem ser classificados em absolutos e relativos. Os indicadores absolutos referem-se direta ou indiretamente à comparação do desempenho competitivo de um país especificado com o de seus concorrentes no comércio mundial dos produtos respectivos. Os indicadores relativos, 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. Diversos estudiosos trabalharam na construção de indicadores de desempenho. No entanto, o mais influente foi Balassa (1965), cujas propostas foram adotadas por um número significativo de autores e instituições.

Este autor foi responsável pelo conceito de Vantagem Comparativa Revelada (VCR), no ano de 1965, ao ter conhecimento sobre a dificuldade de quantificar os fatores responsáveis pelas vantagens comparativas dos países, dentre os quais custos relativos. Assim, sugeriu que deveriam ser realizados estudos de forma que as vantagens fossem “Reveladas” nos padrões de comércio.

Hidalgo (1998), no seu estudo “Especialização e Competitividade do Nordeste no Mercado Internacioanal”, define competitividade nos mesmos moldes que Lafay (1990), como sendo “a comparação de custos entre diferentes produtos para um determinado país”. Acredita que a competitividade também estava determinada pela conjuntura macroeconômica e pela taxa de câmbio real no que diz respeito principalmente a produtos não diferenciados.

Silva e Batalha (1999) afirmam que, na literatura científica especializada, o termo competitividade encontra várias interpretações, cada uma apresentando suas especificidades. Esses autores delimitam o conceito de competitividade em duas vertentes.

A primeira analisa a competitividade como um desempenho de uma empresa ou produto. Os resultados analisados decompõem-se na determinação de uma competitividade revelada. O indicador de competitividade revelada nesta visão está relacionado com a participação de um produto ou empresa em um mercado específico (market share). Esse indicador de competitividade foi difundido pela economia neoclássica e, segundo esta escola, é o indicador mais apropriado na literatura econômica para se fazer análise da participação das exportações de um setor no mercado internacioanal. Segundo essa vertente, a competitividade de uma nação ou setor seria o resultado da competitividade individual dos atores pertencentes ao país, região ou setor.

A segunda vertente analisa a competitividade pelo lado da eficiência que procura medir o potencial de competitividade de um setor ou empresa. Sob essa ótica o potencial competitivo seria realizado através de identificação e estudo das opções estratégicas adotadas pelos agentes econômicos, dadas as suas restrições gerenciais, financeiras, tecnológicas e organizacionais. Assim, haveria uma relação causal entre a conduta estratégica da firma e o seu desempenho eficiente. O alicerce deste pensamento está pautado na organização industrial.

Com base nessa vertente a competitividade é definida como “a capacidade de um dado sistema produtivo obter rentabilidade e manter participação de mercado nos âmbitos interno e externo de maneira sustentada”.

Hidalgo (2000) afirma que existe uma variedade de indicadores que utilizam fluxos comerciais que mensuram a tendência na especialização

internacional de uma economia. Isso se deve, por um lado, aos diferentes objetivos de estudos que agregam empresas e indústrias específicas ou, por outro lado, focalizam competitividade de países ou nações.

Para Horta(1983) apud Coelho e Berger (2004), o conceito de competitividade está atrelado ao desempenho das exportações industriais. Dessa forma, afirmam que são competitivas as indústrias que ampliam sua participação no comércio mundial de determinados produtos. Para os autores, essa definição vai além das condições de produção, pois envolve os fatores que inibem ou estimulam as exportações.

Os autores supracitados consideram, conforme o pensamento de Haguenuer (1989), que a competitividade das exportações pode ser analisada através de visões diferentes que adotam como base critérios também diferenciados. Sob este ponto de vista, a competitividade é analisada pela visão do desempenho, pela visão macro e pela visão eficiência.

A primeira visão avalia a competitividade considerando-se o desempenho das exportações de um país ou mercado internacional. De acordo com a referida visão, quanto maior for a participação no mercado internacional, mais competitivas se tornarão as exportações do país. Neste caso o indicador mais utilizado é o “ constant market share”.

A segunda visão faz análise da competitividade das exportações considerando as decisões políticas e classificando-as como de suma importância para o Estado. Admite que as variáveis de política econômica cambial (taxa de câmbio) e fiscal, no caso do subsídio, podem ser adotadas como mecanismo para incentivar o aumento da competitividade das exportações. Os referidos autores apontam como o método mais adequado para medir a competitividade a taxa de câmbio real.

A última visão(eficiência) defende que a competitividade das exportações está atrelada à capacidade de um país produzir bens com níveis de eficiência e qualidade superiores aos seus competidores no mercado. Nesse caso, o indicador mais apropriado para mensurar a competitividade é a rentabilidade das exportações.

Optou-se neste estudo pelo uso de indicadores de desempenho que podem ser utilizados em mercados nacionais e internacionais e que foram amplamente utilizados em análises com objetivos similares. Como referencial teórico foi adotada a Teoria do Comércio Internacional com ênfase no método de Vantagem Comparativa Revelada de Balassa. A utilização desse modelo torna-se relevante por permitir acompanhar a evolução do fluxo de comércio externo de plantas vivas e produtos de floricultura ao longo dos anos e por se mostrar apropriado na análise do desempenho de políticas direcionados para esse setor.

3. Metodologia

3.1. Métodos de Análise

3.1.1. Análise tabular e descritiva

As análises tabular e descritiva foram empregadas para atender a todos os objetivos deste estudo. Estas técnicas, de acordo com Gil (1997), permitem relatar as características relativas ao objeto de estudo e apresentar os dados, de forma sistemática, permitindo uma visão globalizada do que se está analisando.

3.1.2. Indicadores de desempenho

Os indicadores apresentados a seguir contêm informações que se complementam e/ou ampliam o entendimento sobre competitividade. São eles:

a) Vantagem Comparativa Revelada; b) Taxa de Cobertura; c) Intensidade de Comércio; d) Desempenho das Exportações; e) Posição Relativa das Exportações. Estes indicadores têm por base Haguener (1989), Hidalgo, (2000) e Viana (2004).

3.1.2.1 Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR)

Este indicador mostra a participação das exportações de um dado produto de um estado/país em relação às exportações nacionais/mundiais desse mesmo produto e possibilita a comparação da participação relativa das exportações de um produto de diversas regiões/países.

Assim, o indicador VCR de determinado produto para uma região pode ser interpretado como a razão entre o peso das exportações do produto *i* em questão nas exportações totais da região *j*, considerando o seu peso nas exportações totais da região de referência *k*.

$$VCR_{ij} = (X_{ij} / X_{ik}) / (X_j / X_k)$$

Onde:

VCR_{ij} – Vantagem comparativa revelada do produto *i* da região ou país *j*

X_{ij} – é o valor das exportações do produto *i* da região ou país *j*

X_j – é o valor total das exportações da região ou país *j*.

X_{ik} – é o valor das exportações do produto *i* do país ou zona de referência *k*

Xk – é o valor total das exportações do país ou zona de referência k.

Quando $VCR_{ij} > 1$, conclui-se que o produto i apresenta vantagem comparativa revelada.

Quando $VCR_{ij} > 1$, conclui-se que o produto i apresenta vantagem comparativa revelada.

Para $VCR_{ij} < 1$, o produto i apresenta desvantagem comparativa revelada.

Obtendo-se $VCR_{ij} = 1$, a região j não terá vantagem nem desvantagem na produção do produto. Nesse caso, a produção local atende às necessidades internas de consumo e afirma-se que não existe excedente para ser exportado.

O emprego do indicador VCR torna possível uma análise mais aprofundada sobre a tendência à especialização de um país, dissociando-a da conjuntura macroeconômica e apontando os pontos fortes e fracos de uma economia em relação aos produtos de exportação (Lafay et al, 1999), citado por (Silva, et al, 2001).

3.1.2.2 Taxa de Cobertura (TC)

A taxa de cobertura - TC é utilizada para relacionar as exportações com as importações do produto i. É também um indicador utilizado para obtenção de informações que auxiliam no estudo da competitividade. A taxa de cobertura do produto i é definida como sendo o quociente entre as suas exportações e as importações do produto i, ou grupo de produtos de um país ou região, sendo expressa da seguinte maneira:

$$TC_{ij} = X_i / M_i$$

Sendo:

X_i = Exportações do produto i da região ou país j

M_i = Importações do produto i da região ou país j.

Este indicador mostra o quanto as exportações são maiores/menores que as importações do produto i.

Quando $TC_{ij} > 1$ diz-se que houve uma vantagem comparativa em termos de cobertura das importações, ou seja, as exportações do produto i são maiores que suas importações.

Os produtos que ao mesmo tempo apresentam VCR e TC maior que a unidade constituem os pontos fortes de uma economia. Acontecendo o oposto, isto é, caso os produtos apresentem simultaneamente desvantagens comparativas reveladas e taxa de cobertura inferior à unidade são tidos como pontos fracos de uma economia. Comparando-se os pontos fortes de um país com os fracos dos parceiros comerciais

identificam-se os produtos com maior potencial em termos de comércio (Hidalgo, 2000).

3.1.2.3 Indicador de Intensidade de Comércio (IC)

Mostra a intensidade das relações de troca do produto *i* de uma região/ país *j*. É calculado pela razão entre as exportações do produto *i* para o país/região *j* em relação às exportações totais do produto *i* e as importações totais do país/região *j* relativamente às importações mundiais *w* do produto *i*.

$$IC_{ij} = \frac{X_{ij} / X_i}{M_{ij} / M_{iw}}$$

Onde:

IC_{ij} = Indicador de intensidade de comércio do produto *i* do país/região *j*

X_{ij} = Exportações do produto *i* do país/região *j*.

X_i = Exportações totais do produto *i* do país/região *j*

M_{ij} = Importações totais do produto *i* do país/região *j*

M_{iw} = Importações totais mundiais do produto *i*

Quanto maior este indicador, maior a tendência de comércio bilateral entre as regiões exportadora e importadora.

3.1.2.4 Indicador de Desempenho das Exportações (DES)

Este indicador mostra o desvio entre as exportações do produto *i* de uma região ou país *j*, efetivamente realizadas em direção a uma outra região ou país *k*, no decorrer do ano *t*, e o que estas exportações teriam sido se a região ou país tivesse conservado a mesma participação no mercado, registrada no ano *t0*. Este indicador analisa o comportamento do comércio de um produto entre dois países/regiões e pode ser calculado como:

$$DES_{jk}^{it} = X_{jk}^{it} - (X_{jk}^{it0} \times M_{jk}^t / M_{jk}^{t0})$$

Em que:

DES_{jkit} = Indicador de desempenho das exportações do produto *i* do país/região *j* para o país/região *k* no ano *t*

X_{jkit} = Valor das exportações do produto *i* no ano *t* do país/região *j* para o país/região *k*

X_{jkit0} = Valor das exportações do produto *i* no ano *t0* do país/região *j* para o país/região *k*

M_{tjk} = Valor das importações totais do produto *i* no ano *t* realizado pelo país/região *k*

M_{t0jk} = Valor das importações totais do produto *i* no ano *t0* realizados

pelo país/região k

O cálculo do indicador de desempenho avalia se o país j perdeu ou ganhou espaço no mercado do parceiro k e contribui para fazer uma análise sobre a evolução no comércio mundial para o produto i. Se o resultado do indicador for positivo, significa que o país/região aumentou sua participação no mercado do país importador em relação ao período inicial da análise no que diz respeito ao produto em análise. Portanto, se houve perda de espaço no mercado $DES < 0$ e se houve ganho $DES > 0$.

3.1.2.5 Indicador de Posição Relativa no Mercado (POS)

Esse indicador é usado para identificar a posição de uma região ou país no mercado internacional de um produto. Refere-se ao saldo comercial do produto i na região ou país j em relação ao total comercializado do referido produto no mercado internacional, no ano t, (Lafay et al., 1999 apud Silva et al., 2001). Matematicamente:

$$POS_{ji}^t = 100 \times \frac{X_{ij}^t - M_{ij}^t}{X_{wi}^t + M_{wi}^t}$$

Sendo que:

POSTji = Posição da região/país j no mercado mundial do produto i no ano t

Xijt = Exportações do produto i da região/país j no ano t

Mijt = Importações do produto i da região/ país j no ano t

Xwit = Exportações mundiais do produto i no ano t

Mwit = Importações mundiais do produto i no ano t

O resultado indica o grau de competição entre a região/país j e seus competidores no mercado internacional. Quanto maiores seus valores, maior a importância da região ou país j no comércio mundial do produto i. A evolução do referido indicador mostra se as exportações/importações líquidas da região/país crescem a taxas superiores ou inferiores às do comércio mundial do produto (Cunha Filho, 2005).

3.2 Fonte dos dados

As informações necessárias para determinação dos indicadores utilizados neste estudo foram obtidas de fonte secundária, na Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), do sistema ALICEWEB e são referentes ao período de 1998 – 2004, Secretaria de Produção e Comercialização (SPC)

do Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Food and Agriculture Organization of the United Nation (FAO), PHATFAS-PUBLISHING e Centro Internacional de Comércio ITC/UNCTAD.

Os valores monetários das exportações e importações estão expressos em (US\$) e correspondem aos preços FOB (Free on Board).

4. Resultados e discussão

4.1. Comportamento do mercado internacional de plantas vivas e produtos de floricultura

O mercado internacional de plantas vivas e produtos de floricultura é extremamente exigente e competitivo. Mesmo assim, verifica-se um dinamismo no “ranking” dos exportadores ao longo do período 1998-2004, como pode ser observado na Tabela 1. Equador e Brasil apresentaram as maiores taxas de crescimento das exportações com 117,81% e 96,05%, respectivamente. As condições climáticas e de solo fazem com que os países da América do Sul sejam excelentes produtores de flores e plantas vivas. Além disso, o bom desempenho brasileiro pode ser atribuído em parte à implantação do Programa Setorial Integrado de Promoção de Exportação de Flores e Plantas Ornamentais (FloraBrasilis). Haja vista que até o final da década de 1990, o Brasil não tinha uma política setorial voltada para a exportação de flores e plantas ornamentais.

Atualmente os grandes compradores das flores brasileiras são Holanda e Itália, cabendo destacar a crescente participação dos Estados Unidos. As mudas de plantas ornamentais são as principais responsáveis pelas exportações brasileiras do setor.

Acompanhando a tendência mundial, a Holanda (Países Baixos), apesar de liderar a exportação de plantas vivas e produtos de floricultura no período, apresentou uma queda de 14,30% no valor das exportações, comportamento seguido pela Itália, Dinamarca e Espanha.

TABELA 1 – Valor das Exportações de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura dos Principais Países Exportadores do Mundo 1998 a 2004. (US\$ mil FOB)

| Países | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | Variação (%) |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| Brasil | 12 042 | 13.123 | 11 884 | 13 286 | 15.022 | 19 533 | 23 608 | 96,05 |
| Holanda (Países Baixos) | 4 425 167 | 4.078 068 | 3.810 620 | 3.730 960 | 3 640.872 | 3.856 678 | 3 792 214 | -14,30 |
| Colombia | 603.508 | 550.149 | 570.335 | 610.300 | 672 700 | 682.400 | 703.600 | 16,59 |
| Itália | 298.705 | 295.940 | 268.927 | 275 086 | 297 322 | 282 433 | 272 006 | -8,94 |

| | | | | | | | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|
| Bélgica | 273 205 | 273 800 | 267 603 | 280 032 | 273 502 | 270 701 | 273 817 | 0,22 |
| Dinamarca | 314 320 | 287 482 | 261 328 | 270 139 | 300 901 | 274 405 | 265 733 | -15,46 |
| EUA | 411 595 | 431 624 | 429 963 | 419 103 | 427 081 | 422 982 | 421 631 | 2,44 |
| Equador | 163 734 | 182 881 | 215 977 | 240 425 | 292 756 | 311 560 | 356 623 | 117,81 |
| Alemanha | 201 736 | 199 973 | 197 438 | 224 045 | 200 854 | 198 975 | 211 011 | 4,60 |
| Espanha | 159 079 | 138 556 | 134 793 | 148 817 | 136 674 | 135 893 | 152 234 | -4,30 |
| Outros | 1 478 330 | 1 463 033 | 1 494 056 | 1 719 726 | 2 343 041 | 2 015 616 | 2 225 185 | 50,52 |
| Mundo | 8 341 421 | 7 914 629 | 7 662 924 | 7 321 619 | 7 928 025 | 7 788 776 | 7 994 062 | -4,16 |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDIC, da FAO e de PATHFASTPUBLISHING

Como principais importadores destacaram-se a Alemanha e o Equador apesar da queda das importações da Alemanha (25,70%). Dos países analisados, o Brasil apresentou o menor valor das importações o que reflete a) o baixo consumo interno: menos de US\$ 6 per capita/ano, contra a média europeia de US\$ 50 per capita/ano; b) o incremento da produção nacional e c) o crescimento das flores de corte na pauta de exportações dos produtos da floricultura, uma vez que este segmento necessita de uma menor quantidade de insumos importados relativamente a outros produtos, como mudas e bulbos.

TABELA 2 – Valor das Importações de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura dos Principais Países Importadores do Mundo 1998 a 2004. (US\$ mil FOB)

| Países | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | Varição (%) |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| Brasil | 7 961 | 5 476 | 6 414 | 7 944 | 8 210 | 6 869 | 6 736 | -15,39 |
| Holanda (Países Baixos) | 777 673 | 747 035 | 741 970 | 740 972 | 765 02 | 770 354 | 748 356 | -3,77 |
| Colombia | 483 100 | 441 600 | 500 800 | 500 400 | 514 000 | 560 400 | 701 600 | 45,23 |
| Itália | 379 182 | 389 368 | 391 627 | 390 272 | 386 360 | 392 726 | 378 703 | -0,13 |
| Bélgica | 288 600 | 290 399 | 280 397 | 289 352 | 291 703 | 278 407 | 280 311 | -2,87 |
| Dinamarca | 153 899 | 154 366 | 160 905 | 158 110 | 148 306 | 162 341 | 154 021 | 0,08 |
| EUA | 598 903 | 574 967 | 594 790 | 551 179 | 529 492 | 601 149 | 699 816 | 16,85 |
| Equador | 1 361 972 | 1 281 103 | 1 262 351 | 1 850 300 | 1 723 150 | 1 485 660 | 1 598 770 | 17,39 |
| Alemanha | 2 028 064 | 1 678 484 | 1 457 696 | 1 373 304 | 1 482 075 | 1 689 022 | 1 506 798 | -25,70 |
| Espanha | 122 584 | 125 244 | 119 344 | 121 534 | 122 216 | 124 510 | 125 743 | 2,58 |
| Outros | 2 621 582 | 2 667 188 | 2 678 947 | 3 938 412 | 4 966 160 | 4 319 700 | 4 449 608 | 69,73 |
| Mundo | 8 340 420 | 7 913 630 | 7 694 441 | 7 634 079 | 7 935 036 | 8 345 078 | 8 350 092 | 0,12 |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDIC, da FAO e de PATHFASTPUBLISHING.

As Tabelas 1 e 2 permitem visualizar que o Brasil exporta mais que importa e apresenta superávit em todo o período analisado, o que o caracteriza como fortemente concorrencial e aponta o mercado externo como uma alternativa a mais de crescimento do setor.

No Brasil, os estados que se destacaram como principais exportadores no período foram São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Santa Catarina, Rio de Janeiro e Ceará. Os produtos destinados a esse comércio foram as rosas, flores tropicais, bulbos de amarílis, plantas e folhagens.

Diante do cenário apresentado cabe ao Brasil aproveitar as oportunidades do mercado internacional sem esquecer os mercados já conquistados e investindo em novos mercados como o árabe. No entanto, para assegurar a presença no comércio internacional deve-se identificar os mercados compradores, identificar tendências e expectativas dos consumidores e buscar informações sobre a concorrência.

4.2. Indicadores de competitividade das exportações mundiais de plantas vivas e produtos de floricultura no mercado internacional

4.2.1. Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR)

Como referido o indicador de vantagem comparativa revelada (VCR) demonstra se os principais exportadores mundiais possuem vantagem comparativa na exportação de plantas vivas e produtos de floricultura. Conforme especificado na Tabela 3 o valor deste indicador para o Brasil, em todo o período analisado, foi maior que a unidade, demonstrando que o país possui vantagens comparativas reveladas para o segmento em análise. Ainda de acordo com os resultados, percebe-se que, do ponto de vista do valor das exportações, as maiores vantagens comparativas foram verificadas no Equador e Brasil. Nota-se também que estes países apresentaram os maiores ganhos de competitividade, 231,65% e 70,41%, respectivamente.

TABELA 3 – Indicador de Vantagem Comparativa Revelada de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura dos Principais Exportadores Mundiais (1998 a 2004)

| Países | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | Variação (%) |
|-------------------------|-------|-------|-------|------|------|------|------|--------------|
| Brasil | 5,07 | 6,40 | 5,80 | 5,70 | 6,00 | 7,90 | 8,64 | 70,41 |
| Holanda (Países Baixos) | 6,80 | 5,90 | 7,10 | 7,01 | 5,70 | 5,60 | 5,90 | -13,24 |
| Colômbia | 10,20 | 8,62 | 10,02 | 1,24 | 1,33 | 1,74 | 1,92 | -81,18 |
| Itália | 0,58 | 0,65 | 0,64 | 0,60 | 0,60 | 0,62 | 0,65 | 12,07 |
| Bélgica | 9,09 | 10,00 | 0,70 | 0,70 | 0,60 | 0,60 | 0,60 | -93,40 |
| Dinamarca | 4,20 | 4,30 | 4,05 | 3,90 | 3,94 | 3,80 | 3,60 | -14,29 |

| | | | | | | | | |
|----------------|--------|--------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Estados Unidos | 0,40 | 0,50 | 0,44 | 0,42 | 0,43 | 0,49 | 0,50 | 25,00 |
| Equador | 127,02 | 168,07 | 2,30 | 248,52 | 263,82 | 305,59 | 421,26 | 231,65 |
| Alemanha | 0,78 | 0,88 | 1,90 | 0,94 | 0,76 | 0,75 | 0,77 | -1,28 |
| Espanha | 0,08 | 0,07 | 0,06 | 2,90 | 0,06 | 0,06 | 0,07 | -12,50 |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDIC, da FAO. e de PATHFASTPUBLISHING

Perosa (2002), ao analisar a participação brasileira no mercado internacional de plantas vivas e produtos de floricultura, afirma que até 1998 o saldo da balança comercial deste segmento no Brasil apresentou queda, e a partir de 1998, recuperando-se desde então. Segundo o autor, este comportamento está vinculado à desvalorização cambial ocorrida em 1999, apresentando como consequência o aumento da competitividade de alguns produtos no exterior.

Waquil et. al. (2004), afirmam que a significativa abertura comercial, a estabilização econômica e o progresso tecnológico proporcionaram a evolução da eficiência produtiva a partir da década de 1990, fazendo com que os países ampliassem a competitividade de suas exportações agrícolas no mercado internacional. No entanto, isto não é regra. Os indicadores de VCR da Holanda assim como da Colômbia mostraram-se também significativos, apresentando-se acima da unidade a cada ano. Esses resultados refletem também a participação elevada do segmento na pauta de exportação do agronegócio dos respectivos países, com valores superiores à participação de plantas vivas e produtos de floricultura na pauta de exportação do agronegócio mundial. Porém, verificou-se queda na competitividade destes países.

Países como Itália, Bélgica, Estados Unidos, Alemanha e Espanha apresentaram VCR menores que a unidade, indicando que não foram competitivos no segmento, segundo este indicador. Constatou-se que seus baixos desempenhos no comércio mundial de plantas vivas e produtos de floricultura foram decorrentes da pequena participação destes produtos na pauta do agronegócio do país.

4.2.2. Indicador de Taxa de Cobertura (TC)

Conforme Gutman e Miotti (1996) apud Hidalgo (1998), a taxa de cobertura auxilia na identificação dos pontos fortes e fracos de uma economia. São pontos fortes os produtos que apresentam ao mesmo tempo VCR e TC superiores à unidade. O processo inverso possibilita identificar os pontos fracos desta economia. Se os valores da TC forem maiores que a unidade, pode-se afirmar que existe vantagem comparativa em termos de cobertura das importações, ou seja, as exportações

de plantas vivas e produtos de floricultura apresentam dimensão maior que as importações do mesmo produto.

A Tabela 4 apresenta a taxa de cobertura destes produtos para os principais exportadores em relação ao mundo.

TABELA 4 – Indicador de Taxa de Cobertura de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura dos Principais Exportadores Mundiais (1998 a 2004)

| Países | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|-------------------------|--------|--------|------|--------|--------|--------|--------|
| Brasil | 1,51 | 2,39 | 1,85 | 1,87 | 1,82 | 2,84 | 3,50 |
| Holanda (Países Baixos) | 5,69 | 5,45 | 5,13 | 5,03 | 4,75 | 5,01 | 5,06 |
| Colômbia | 1,24 | 1,25 | 1,13 | 1,21 | 1,30 | 1,21 | 1,00 |
| Itália | 0,78 | 0,76 | 0,68 | 0,70 | 0,76 | 0,71 | 0,72 |
| Bélgica | 0,95 | 0,94 | 0,95 | 0,96 | 0,94 | 0,97 | 0,97 |
| Dinamarca | 2,04 | 1,86 | 1,62 | 1,70 | 2,02 | 1,69 | 1,72 |
| Estados Unidos | 0,68 | 0,75 | 0,72 | 0,76 | 0,81 | 0,70 | 0,60 |
| Equador | 120,21 | 142,75 | 0,17 | 129,93 | 169,89 | 209,71 | 223,06 |
| Alemanha | 0,09 | 0,11 | 0,30 | 0,16 | 0,13 | 0,11 | 0,14 |
| Espanha | 1,29 | 1,10 | 1,12 | 1,22 | 1,11 | 1,09 | 1,21 |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDI. e de PATHFASTPUBLISHING

Conforme apresentado na Tabela 4, o Brasil, a Holanda (Países Baixos), a Colômbia, a Dinamarca e a Espanha apresentaram vantagens comparativas em termos de cobertura de suas exportações no período de 1998 a 2004. O Equador também apresentou comportamento parecido com o dos países citados anteriormente com exceção do ano de 2000 quando as importações superaram as exportações. A Itália, a Bélgica, os Estados Unidos, e a Alemanha apresentaram taxa de cobertura menor que a unidade revelando que as suas importações superaram as exportações sendo estes países considerados como pouco competitivos neste segmento. No caso específico do Brasil, esse indicador se reveste de grande importância, pois sinaliza avanços tecnológicos no setor, uma vez que, para produzir plantas vivas e produtos da floricultura, necessita-se de insumos tais como: bulbos, mudas, sementes melhoradas até então importados de países com tradição de produtores.

A Tabela 5 apresenta a análise conjunta dos indicadores de vantagem comparativa e taxa de cobertura para os principais países exportadores de plantas vivas e produtos de floricultura. A interação destes dois indicadores, como já apresentado anteriormente, destaca os países que possuem alta competitividade ou não no comércio mundial através da indicação dos pontos fortes e dos pontos fracos, respectivamente. Os

dados mostram que os referidos produtos destacaram-se como produtos fortemente competitivos no Brasil, Holanda, Colômbia, Dinamarca e Equador. Os países como Itália, Bélgica, Estados Unidos, Alemanha e Espanha embora grandes exportadores se apresentaram fracamente competitivos nas exportações do segmento no período em análise.

Assim, prováveis nichos de mercado poderão ser conquistados pelos exportadores brasileiros, em países como a Bélgica, Itália, Estados Unidos, Alemanha e Espanha. Na Bélgica se observa um considerável aumento das importações de produtos brasileiros, consequência, principalmente, da inauguração de um terminal de vegetais vivos em Antuérpia.

TABELA 5 – Pontos Fortes e Pontos Fracos dos principais países exportadores de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura em relação ao Comércio Mundial (1998 a 2004)

| Países | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Brasil | Forte |
| Holanda (Países Baixos) | Forte |
| Colômbia | Forte |
| Itália | Fraco |
| Belgica | Fraco |
| Dinamarca | Forte |
| Estados Unidos | Fraco |
| Equador | Forte | Forte | Fraco | Forte | Forte | Forte | Forte |
| Alemanha | Fraco |
| Espanha | Fraco | Fraco | Fraco | Forte | Fraco | Fraco | Fraco |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDI. e de PATHFASTPUBLISHING

Hidalgo (1998), ressalta que através da comparação entre os pontos fortes de um país ou região com os pontos fracos dos parceiros comerciais, pode-se chegar ao grau de aproveitamento e adaptação da oferta dos produtos de um país, ou região conforme a demanda nacional. O referido autor afirma ainda que a existência de barreiras tarifárias e não tarifárias, a existência de acordos comerciais e as preferências comerciais dos países podem impedir transações comerciais favoráveis entre eles.

4.2.3. Indicador de Intensidade de Comércio

O indicador de intensidade de comércio analisa o comportamento do mercado de plantas vivas e produtos de floricultura entre o Brasil e

seus parceiros comerciais: Holanda, Alemanha, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos, Portugal, Suíça, Bélgica e Itália ao longo dos anos de 1998 a 2004. (Tabela 6).

A intensidade de comércio entre o Brasil e a Holanda (Países Baixos) e a Itália apresenta-se elevada em todo o período, constatando-se que o comércio bilateral entre o Brasil e estes países foi intenso. Com relação aos demais países, a intensidade do comércio aconteceu em todo o período, porém em menor proporção. Esse resultado ocorreu em função da redução das exportações de plantas vivas e produtos de floricultura para os respectivos parceiros comerciais.

TABELA 6 – Indicador de Intensidade de Comércio de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura do Brasil e seus Parceiros Comerciais (1998 a 2004)

| Países | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Holanda (Países Baixos) | 5,80 | 5,40 | 5,00 | 4,70 | 2,80 | 5,30 | 5,50 |
| Alemanha | 0,08 | 0,11 | 0,14 | 0,10 | 0,13 | 0,10 | 0,11 |
| Espanha | 0,96 | 0,91 | 0,57 | 0,35 | 0,81 | 0,36 | 0,56 |
| Reino Unido | 0,09 | 0,44 | 0,41 | 0,39 | 0,28 | 0,22 | 0,21 |
| Estados Unidos | 0,59 | 0,75 | 0,71 | 1,08 | 1,56 | 2,66 | 2,59 |
| Portugal | 0,69 | 0,24 | 1,07 | 3,62 | 5,43 | 1,16 | 2,29 |
| Suíça | 0,01 | 0,10 | 0,49 | 1,01 | 0,55 | 0,47 | 0,63 |
| Bélgica | 0,01 | 0,02 | 0,17 | 0,03 | 0,01 | 0,04 | 0,54 |
| Itália | 4,50 | 3,25 | 3,21 | 2,96 | 2,84 | 2,38 | 2,05 |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDI. e de PATHFASTPUBLISHING.

4.2.4. Indicador de desempenho das exportações

Esse indicador avalia o desempenho do comércio brasileiro de plantas vivas e produtos de floricultura em relação aos seus parceiros comerciais, tomando por base um ano inicial (zero). Valores positivos do indicador significam que o país exportador ganhou espaço em relação ao ano inicial no mercado do país importador. Valores negativos indicam que o país de origem da exportação perdeu espaço no mercado do país importador (Gasques e Conceição, 2002). No presente estudo o ano tomado como inicial ou zero foi 1998 e o indicador foi calculado para os anos de 1999 a 2004.

A evolução do desempenho das exportações brasileiras de plantas vivas e produtos de floricultura, de 1998 a 2004, está apresentada na Tabela 7. Observa-se que o Brasil apresentou desempenho positivo de suas exportações em quase todo o período e com boa parte de seus parceiros comerciais. No entanto, estratégias devem ser traçadas no

sentido de recuperar mercados na Alemanha, Espanha, Reino Unido, Portugal, Suíça e Itália.

TABELA 7 – Indicador de Desempenho das Exportações Brasileiras de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura para os Principais Mercados de Destino (1998 a 2004)

| Países | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|----------------------------|------|--------|----------|----------|--------|--------|---------|
| Holanda (Países Baixos) | 0,00 | 9,17 | 110,10 | -15,16 | -14,70 | 232,40 | 1154,11 |
| Alemanha | 0,00 | 13,24 | 65,69 | -16,11 | 28,89 | -19,95 | -17,86 |
| Espanha | 0,00 | 0 | 2864,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Reino Unido | 0,00 | 1,85 | 1850,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Estados Unidos | 0,00 | -1,08 | -5345,01 | -4667,08 | 1,16 | 2,14 | 140,71 |
| Portugal | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 497,00 | 0,00 | 2,42 |
| Suíça | 0,00 | 210,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Bélgica | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 10,46 |
| Itália | 0,00 | 300 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDIC e PHATFAST PUBLISHING

Kiyuna et. al (2005), destacam que, no comércio internacional de plantas vivas e produtos de floricultura, existe uma competição muito forte entre os inúmeros países exportadores para conquistar os mercados dos poucos importadores. Afirmam estes autores que os mercados são conquistados palmo a palmo, cada qual explorando suas vantagens comparativas no comércio internacional de produtos da floricultura.

4.2.5. Indicador de Posição Relativa no Mercado Mundial (POS)

Como mencionado na metodologia, este indicador demonstra a evolução da participação do saldo comercial de um produto/setor no mercado mundial. Neste estudo, o indicador mostra se as exportações/importações líquidas do país crescem a taxas superiores ou inferiores as do comércio mundial do produto.

De acordo com Lafay et al. (1999) apud Silva et al. (2001), o POS identifica uma medida de competição internacional entre países e sofre influência de variáveis macroeconômicas, de características estruturais da produção e do consumo do produto, das distorções introduzidas pelo poder público tais como: subvenções a exportações ou proteção a importações e ainda do peso da economia do país no mundo.

Os indicadores de posição relativa dos principais países exportadores de plantas vivas e produtos de floricultura, no mercado mundial, são apresentados na Tabela 8. Com base nos resultados foi possível

classificar os países em grupos: os deficitários – quando o país foi importador líquido. Neste caso, destacaram-se: Itália, Bélgica e Estados Unidos. Os superavitários – quando o país foi um exportador líquido destacaram-se: Brasil, Holanda, Colômbia,, Dinamarca e Equador. E, por último, os intermediários – países que oscilaram entre exportador líquido e importador líquido, dentre eles a Alemanha.

Retomando os indicadores de VCR e TC calculados neste estudo, pode-se afirmar que o primeiro grupo congrega países que não tiveram peso no comércio internacional do produto em análise. Quanto ao segundo grupo, congrega países que se apresentaram competitivos no comércio internacional com características estruturais internas de produção vantajosas. Já no caso da Alemanha, que apareceu no terceiro grupo, constatou-se a partir do VCR e TC, que o país não foi competitivo no mercado internacional.

TABELA 8 – Indicador de Posição Relativa de Plantas Vivas e Produtos de Floricultura dos principais países exportadores no Comércio Mundial (1998 a 2004)

| Estados | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
| Brasil | 0,244 | 0,483 | 0,356 | 0,414 | 0,429 | 0,784 | 0,103 |
| Holanda (Países Baixos) | 0,210 | 0,210 | 0,190 | 0,190 | 0,19 | 0,19 | 0,190 |
| Colômbia | 0,007 | 0,006 | 0,004 | 0,007 | 0,01 | 0,007 | 0,000 |
| Itália | -0,005 | -0,005 | -0,007 | -0,007 | -0,005 | -0,006 | -0,006 |
| Bélgica | -0,001 | -0,001 | -0,001 | -0,001 | -1,147 | -0,0004 | -0,000 |
| Dinamarca | 0,009 | 0,008 | 0,006 | 0,007 | 0,009 | 0,006 | 0,006 |
| Estados Unidos | -0,011 | -0,009 | -0,011 | -0,008 | -0,006 | -0,011 | -0,017 |
| Equador | 9,730 | 11,470 | -0,068 | 15,952 | 18,34 | 19,22 | 21,720 |
| Alemanha | -0,109 | -0,093 | 12,761 | -0,076 | -0,080 | -0,092 | -0,079 |
| Espanha | 0,002 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,0009 | 0,0007 | 0,001 |

Fonte: Elaborada a partir de dados da SECEX/MDIC e de PHATFAST PUBLISHING

5. Conclusão

O segmento de plantas vivas e produtos de floricultura apresentou-se competitivo no mercado internacional no período 1998 - 2004. O mercado mundial destes produtos teve como principais exportadores a Holanda (Países Baixos), Colômbia, Itália, Bélgica, Dinamarca, Estados Unidos, Equador, Alemanha e Espanha. Como principais importadores destacaram-se Alemanha, Equador e Holanda.

Os grandes exportadores em termos de volume e valor das exportações nem sempre são competitivos. É o caso da Itália, Bélgica, Estados Unidos, Alemanha e Espanha, classificados como fracamente competitivos.

Dentre os maiores exportadores mostraram-se competitivos a Holanda, Colômbia, Equador e Dinamarca. No entanto, apesar de fortemente competitivos Holanda, Colômbia e Dinamarca apresentaram perdas de competitividade no período analisado. O Equador apresentou os maiores ganhos de competitividade. O Brasil, apesar de não configurar entre os maiores exportadores mostrou-se fortemente competitivo com taxas crescentes de competitividade.

Os países fortemente competitivos têm um amplo mercado a ser conquistado. Sabe-se que os caminhos a serem seguidos na conquista deste mercado, embora não estudados na pesquisa, requerem ganhos constantes de competitividade adquiridos a partir de diminuição nos custos de produção, qualificação da mão de obra, aumento na qualidade do produto, divulgação dos produtos em feiras internacionais e obediência às barreiras sanitárias.

É importante ressaltar como fator limitante deste estudo a não disponibilização de dados necessários ao aprofundamento das análises. Nesse sentido, sugere-se a criação de um banco de dados atualizados e acessíveis aos órgãos de pesquisa por parte das instituições capacitadas.

Sugere-se ainda, para estudos futuros, que seja realizada análise de competitividade desse setor desagregando os dados referentes às exportações e importações de plantas vivas e produtos da floricultura, inseridos no capítulo 06 do sistema Aliceweb, com o objetivo de gerar informações mais detalhadas sobre a evolução das exportações destes produtos no comércio mundial.

Referências

- ANEFALOS, L. C; GUILHOTO, J. J. M. ; Estrutura do mercado brasileiro de flores e plantas ornamentais. Revista Agricultura em São Paulo, São Paulo, SP, 50(2):41-63, 2003.
- BALASSA, B.; Trade liberalization and "revealed" comparative advantage. The Manchester School of Economics and Social Studies, n. 33, May 1965
- CARBAUGH, R. J. Economia Internacional. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- CARVALHO, M. A. de; SILVA, R. L. da; Economia internacional. São Paulo: Saraiva, 2000.
- CASTRO, C. E. F.; Cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais. Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, Campinas, SP, 4 (1): 1- 46, 1998.

- CLARO, D. P.; Análise do Complexo Agroindustrial das Flores do Brasil. 103f. Dissertação (Mestrado)–Universidade Federal de Lavras, Lavras, MG, 1998.
- COELHO, M. R. F.; BERGER, R. ; Competitividade das exportações brasileiras de móveis no mercado internacional: uma análise segundo a visão desempenho. Revista FAE, Curitiba, 7(1): 51 - 65, 2004.
- CUNHA FILHO, M. H. da; Competitividade da fruticultura brasileira no mercado internacional. Dissertação (Mestrado em Economia Rural)-Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.
- COSTA, T.V.de A. M.; Integração regional e seus efeitos sobre as exportações brasileiras de carne avícola. Dissertação (Mestrado)-Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1999.
- FONTENELE, A. M.; MELO, M. C. P. de; Inserção internacional da economia cearense: potencialidades e limites para o crescimento. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003
- GIL, A. C.; Métodos e técnicas de pesquisa social. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- GASQUES, J. S. et al.; Indicadores de competitividade e de comércio exterior da agropecuária brasileira. Brasília,DF, 2002. (Texto para discussão n. 908)
- HAGUENAUER, L.; Competitividade: conceitos e medidas uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro. Rio de Janeiro: UFRJ/ Instituto de Economia Industrial, 1989.
- HIDALGO, A. B.; Especialização e competitividade do Nordeste no mercado internacional. Revista Econômica do Nordeste, Fortaleza, v. 29, nº especial, p. 491-515, 1998.
- HIDALGO, Á. B.; Exportações do Nordeste do Brasil: crescimento e mudança na estrutura. Revista Econômica do Nordeste, Fortaleza, v. 31, n. especial, p. 560-574, nov. 2000.
- IPEA DATA. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br>>. Acesso em: jul. 2005.
- IBGE. Caracterização do Setor Produtivo de Flores e Plantas Ornamentais no Brasil 1995 – 1996. Estudos e pesquisas. Informação Econômica, Rio de Janeiro, n. 2, 2004.
- KIYUNA, I. et al.; Floricultura: desempenho do comércio exterior brasileiro de produtos de floricultura em 2003. Instituto de Economia Agrícola. Secretaria de Agricultura e Abastecimento. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br>>. Acesso em: 30 jan. 2005.
- LAFAY, G. et al.; Nations et mondialisation. Paris: Economica, 1999. p. 67-334.
- MARQUES, R.; Avaliação da sazonalidade do mercado de flores e plantas ornamentais no Estado de São Paulo. Dissertação (Mestrado)–Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, SP, 2002
- OLIVEIRA JUNIOR, J. N. de.; A produção de helicônias no Estado do Ceará. Dissertação (Mestrado em Economia Rural)-Departamento de Economia Agrícola, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2003.
- PEROSA, J. M. Y. ; Participação brasileira no mercado internacional de flores e plantas ornamentais. Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, Campinas,SP, 8 (112): p 1 – 11, 2002.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Floricultura em Pernambuco. 2002. (Série Agronegócio).
- _____. Agronegócio. Outubro, 2005.
- SILVA, V. da. et al.; Indicadores de competitividade internacional dos produtos agrícolas e agroindustriais brasileiros 1986-1998. Agricultura em São Paulo, 2001.
- _____. Indicadores de Competitividade Internacional dos Produtos Agrícolas e Agroindustriais Brasileiros, 1986-1998. Agricultura em São Paulo, São Paulo, v.48, n.1, p. 69-87, 2001.

SILVA, C. A. B. da; BATALHA, M. O.; WORKSHOP BRASILEIRO DE GESTÃO DE SISTEMA AGROALIMENTARES, 2. Ribeirão Preto: PENSA/FEA/USP, 1999.

VIANA, S. S. de A. Competitividade do agronegócio cearense no mercado internacional: O caso da amêndoa da castanha de caju, do melão e do camarão. 2004. Dissertação (Mestrado em Economia Rural)-Departamento de Economia Agrícola, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

WAQUIL et. al. Vantagens comparativas reveladas e orientação regional das exportações agrícolas para a união europeia. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL – DINÂMICAS SETORIAIS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 40., 2004, Cuiabá. Anais... Cuiabá, 2004. 1 CD-ROM.