



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
CURSO DE MESTRADO EM ECONOMIA AGRÍCOLA**

LEILA MARIA MOREIRA ALVES

**UMA ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DAS EXPORTAÇÕES DA
FRUTICULTURA CEARENSE E BRASILEIRA: O CASO DO ABACAXI E DA
MELANCIA.**

FORTALEZA

2009

LEILA MARIA MOREIRA ALVES

**UMA ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DAS EXPORTAÇÕES DA
FRUTICULTURA CEARENSE E BRASILEIRA: O CASO DO ABACAXI E DA
MELANCIA.**

Dissertação submetida à coordenação do
Curso de Pós-Graduação em Economia
Rural da Universidade Federal do Ceará,
como requisito parcial para a obtenção
do grau de Mestre em Economia Rural.

Orientador: Prof. Dr. Ruben Dario
Mayorga

FORTALEZA

2009

A48u Alves, Leila Maria Moreira

Uma análise da competitividade das exportações da fruticultura
cearense e brasileira: O caso da abacaxi e da melancia. Fortaleza, 2008.

?fl. il. 21 cm.

Orientador: Prof. Dr. Ruben Dario Mayorga Mera

Dissertação (Mestrado) em Economia Rural.

1. Exportação. 2. Competitividade. 3. Abacaxi. 4. Melancia. 5. Ceará.
6. Brasil. I.Título.

CDD. 382.6

LEILA MARIA MOREIRA ALVES

**UMA ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DAS EXPORTAÇÕES DA
FRUTICULTURA CEARENSE E BRASILEIRA: O CASO DO ABACAXI E DA
MELANCIA.**

Dissertação submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em Economia Rural (mestrado) da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Aprovada em: 23 / 04 / 2009

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Ruben Dario Mayorga. (Orientador)
Universidade Federal do Ceará

Profa. Dra. Patrícia Verônica P. S. Lima. (Co-orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Profa. Dra. Inez Sílvia Batista Castro
Universidade Federal do Ceará

Dr. Ebenezer de Oliveira Silva
Embrapa Agroindústria Tropical

DEDICO

A meus pais, José Evandro Alves e Maria de Lourdes Moreira Alves, pelo amor, dedicação e, sobretudo, pelo esforço destinado à educação dos filhos. A minha irmã Lílian, pelo apoio e carinho a mim dedicados nesta longa caminhada.

AGRADECIMENTOS

A Deus que, por intermédio do Espírito Santo, me ilumina e me dá força em toda minha caminhada.

À Universidade Federal do Ceará – UFC, por meio do Departamento de Economia Agrícola, pela oportunidade dada para a realização do Curso de Mestrado.

À Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico – FUNCAP, pelo apoio dado através da bolsa de pesquisa.

Especialmente, ao Professor Ruben Dario e à Professora Patrícia Verônica, pela orientação e ensinamentos maravilhosos ao longo do Curso e pelas relevantes contribuições dadas para a realização deste trabalho.

Ao Dr. Ebenezer de Oliveira e a Professora Inês Silvia pelas sugestões dadas e disposição a ajudar no transcorrer deste trabalho.

Ao Professor Dr. Saeed, pela amizade, atenção e exemplo de dedicação aos seus alunos e ao curso de mestrado.

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

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

A minha querida amiga de mestrado Nagilane, pela amizade e aprendizado conjunto.

Aos meus queridos amigos Joaquim, Guaracyane, Aline, Bruna, Jaqueline, José Alberto, pelos incentivos, dedicação e carinho.

Enfim, a todos que contribuíram para realização desta conquista, meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

O presente trabalho propõe identificar o desempenho competitivo do Brasil e do Ceará no mercado internacional do abacaxi e da melancia no período de 1997 a 2006. Para mensurar essa competitividade e identificar os fatores que influenciaram as exportações, foram utilizados os seguintes indicadores: Vantagem Comparativa Revelada (VCR); Taxa de Cobertura (TC); Desempenho das Exportações e Constante Market Share (CMS). Também foram verificadas políticas de incentivo à produção e comercialização de abacaxi e melancia. Os resultados demonstram que o estado do Ceará foi competitivo no comércio internacional de abacaxi no período de 2004 a 2006, período durante o qual apresentou VCR superior à unidade e TC tendente para o infinito, já que o Estado não apresenta importações deste produto. O Brasil, de 1997 a 2006, não teve o mesmo comportamento do Ceará, visto que registrou VCR inferior à unidade e TC superior à unidade, com exceção dos anos 2001 e 2002. O estudo mostra ainda que, no que concerne às exportações de melancia, o Ceará foi competitivo no mercado externo no período de 2001 a 2006, com VCR superior à unidade e a TC tendente ao infinito em todo o período. O Brasil, em todo período analisado, mostrou VCR abaixo da unidade. Já a TC brasileira teve comportamento diferente em dois períodos. Entre 1997 e 1999, a taxa de cobertura foi maior que a unidade e de 2000 a 2006 registraram-se apenas exportações. No período analisado, a participação das exportações cearenses de melancia sobre as exportações brasileiras da mesma fruta chegou a aproximadamente 33%. Pelo modelo CMS para o abacaxi e a melancia do Brasil e do Ceará, constatou-se que o efeito destino das exportações foi o maior responsável pelo aumento médio das exportações no período de 2002 a 2006. A consolidação destes indicadores apontou para a não competitividade do Brasil no comércio mundial de abacaxi e melancia entre 1997 e 2006. No entanto, o Ceará mostrou-se competitivo no período mais recente, nos anos de 2004 a 2006, para ambos os produtos.

Palavras-Chave: Exportação. Competitividade. Abacaxi. Melancia. Ceará. Brasil.

ABSTRACT

The present work aims to identify the competitive performance of Brazil and the Ceará State in the international market of pineapple and watermelon, in the period from 1997 to 2006. To measure the competitiveness of the brazilian and cearense exportations of pineapple and watermelon at the international market, as well as evidencing the factors that have influenced the variations of the exportations in the analyzed period, the following pointers have been used: Comparative Advantage Revealed (VCR); Cover Tax (TC); Performance of Exportations and Constant Market Share (CMS). Besides, it was verify the existence of politics of incentive to the production and commercialization of pineapple and watermelon. The results demonstrate that the state of Ceará was competitive in the international trade of pineapple in the period of 2004 to 2006, where presented VCR higher than a unit and TC tending for the infinite, since the state does not present importation of this product. Brazil, in the analyzed period, showed to VCR low than a unit. Already the Brazilian TC had different behavior in the two periods. Between 1997 and 1999, the covering tax was higher than the unit and from 2000 to 2006 registered only exportations. In the period analyzed, the participation of the watermelon exportations from state of Ceará on the brazilian's exportations of the same fruit reached 33% approximately. For model CMS for pineapple and watermelon of Brazil and Ceará, evidenced that the effect destination of the exportations was the responsible for the average increase of the exportations in the period from 2002 to 2006. The consolidation of these results points that Brazil is not competitive in the world-wide commerce of pineapple and watermelon between 1997 and 2006. However, Ceará revealed competitive in the period most recent, in the years from 2004 to 2006, for both products.

KEY-WORDS: Pineapple, Watermelon, Exportation, Competitiveness, Ceará, Brazil.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 -	Valor das exportações (US\$ MIL FOB) dos principais estados brasileiros de abacaxi (1997 a 2006).....	23
TABELA 2 -	Principais países importadores do abacaxi em 2006.....	24
TABELA 3 -	Ranking comparativo dos principais produtores mundiais de abacaxi em 2006.....	26
TABELA 4 -	Valor das exportações (US\$ MIL FOB) de melancia nos principais estados brasileiros (1997 a 2006).....	28
TABELA 5 -	Valor das exportações dos principais destinos da melancia brasileira em 2006.....	30
TABELA 6 -	Ceará - Exportações dos principais agronegócios (2006).....	31
TABELA 7 -	Comparação das exportações de Frutas Brasil e Ceará	32
TABELA 8 -	Principais características dos Agropolos do Ceará.....	34
TABELA 9 -	Valor das exportações (US\$ MIL FOB) de abacaxi dos principais países importadores do Ceará (1997 a 2006)	37
TABELA 10 -	Área plantada, área colhida e quantidade produzida dos produtos das lavouras do abacaxi, segundo os municípios do Ceará -2006.....	38
TABELA 11 -	Valor das exportações (US\$ MIL FOB) de melancia do Ceará para os principais países de destino (1997 a 2006)	40
TABELA 12 -	Valor das exportações (US\$ MIL FOB) de abacaxi dos principais países exportadores do mundo (1997 a 2006)	61
TABELA 13 -	Valor das importações (US\$ MIL FOB) de abacaxi dos Principais Exportadores do Mundo 1997 a 2006.....	62
TABELA 14 -	Indicador de Vantagem Comparativa Revelada do abacaxi do Ceará e os principais estados exportadores do Brasil em relação ao Comércio Mundial 1997 a 2006.....	64
TABELA 15 -	Indicador de Vantagem Comparativa Revelada do abacaxi dos principais exportadores mundiais (1997 a 2006).....	66
TABELA 16 -	Indicador de Taxa de Cobertura do abacaxi do Ceará e principais estados exportadores do Brasil em relação ao Comércio Mundial (1997 a 2006).....	68
TABELA 17 -	Classificação dos principais estados exportadores de abacaxi do Brasil em relação ao Comércio Mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006).....	69
TABELA 18 -	Indicador de Taxa de Cobertura do abacaxi do Brasil e principais países exportadores mundiais (1997 a 2006).....	70
TABELA 19 -	Classificação dos principais países exportadores de abacaxi do Brasil em relação ao Comércio Mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006).....	71
TABELA 20 -	Indicador de Desempenho do Comércio de abacaxi do Ceará para os principais mercados de destino (1997 a 2006).....	73
TABELA 21 -	Indicador de Desempenho das exportações brasileiras de abacaxi para os principais mercados de destino (1997 a 2006).....	74

LISTA DE TABELAS

TABELA 22 -	Fontes de crescimento das exportações de abacaxi do Ceará (1997 a 2006).....	76
TABELA 23 -	Fontes de crescimento das exportações de abacaxi do Brasil (1997 a 2006).....	77
TABELA 24 -	Indicador de Vantagem Comparativa Revelada da melancia do Ceará e principais estados exportadores do Brasil em relação ao Comércio Mundial (1997 a 006).....	79
TABELA 25 -	Indicador de Vantagem Comparativa Revelada da melancia dos principais exportadores mundiais (1997 a 2006).....	81
TABELA 26 -	Indicador de Taxa de Cobertura da melancia do Ceará e principais estados exportadores do Brasil em relação ao Comércio Mundial (1997 a 2006).....	83
TABELA 27 -	Classificação dos principais países exportadores de melancia do Brasil em relação ao Comércio Mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006).....	84
TABELA 28 -	Indicador de Taxa de Cobertura da melancia dos principais exportadores mundiais (1997 a 2006).....	85
TABELA 29 -	Classificação dos principais países exportadores de melancia em relação ao Comércio Mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006).....	86
TABELA 30 -	Indicador de Desempenho do Comércio de melancia do Ceará para os principais mercados de destino (1997 a 2006).....	87
TABELA 31 -	Indicador de Desempenho das exportações brasileiras de melancia para os principais mercados de destino (1997 a 2006).....	88
TABELA 32 -	Fontes de crescimento das Exportações de melancia do Ceará (1997a 2006).....	89
TABELA 33 -	Fontes de crescimento das Exportações de melancia do Brasil (1997a 2006).....	90

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 -	Localização estratégica do Ceará com relação aos principais centros consumidores.....	35
FIGURA 2 -	Melancia quadrada e sem semente produzida no Ceará.....	41

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	O problema e sua importância.....	14
1.2	Objetivos da Pesquisa.....	16
1.3	Estrutura do trabalho.....	16
2	PANORAMA ATUAL E TENDÊNCIA PARA A FRUTICULTURA BRASILEIRA.....	17
2.1	Considerações e perspectivas da fruticultura brasileira.....	17
2.2	Conhecendo o mercado brasileiro de abacaxi.....	23
2.3	Conhecendo o mercado brasileiro de melancia.....	27
2.4	Aspecto gerais da fruticultura cearense.....	31
2.5	Políticas de desenvolvimento no estado do Ceará.....	32
2.6	O Ceará e seu potencial para plantação e comercialização de abacaxi.....	36
2.7	A importância da produção e exportação de melancia no Ceará.....	39
3	REFERENCIAL TEÓRICO.....	42
3.1	Abordagem conceitual das Teorias do Comércio Internacional	42
3.2	Compreendendo a competitividade e seus indicadores	45
4	METODOLOGIA	53
4.1	Área de Estudo	53
4.2	Fontes de dados	54
4.3	Método de Análise.....	54
4.3.1	Análise tabular e descritiva.....	54
4.3.2	Indicadores de desempenho.....	54
4.3.2.1	Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR).....	55
4.3.2.2	Taxa de cobertura.....	56
4.3.2.3	Indicador de desempenho das exportações.....	57
4.3.2.4	Constant Market Share (CMS).....	58
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	61
5.1	Comportamento do mercado internacional de abacaxi.....	61
5.2	Análise dos indicadores de competitividade do abacaxi cearense/ brasileiro no mercado internacional.....	63
5.2.1	Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR).....	63
5.2.2	Indicador de Taxa de Cobertura (TC).....	67
5.2.3	Indicador de desempenho das exportações.....	72
5.2.4	Modelo Constant Market Share (CMS).....	74
5.3	Indicadores de competitividade para a melancia cearense/ brasileira no mercado internacional.....	78
5.3.1	Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR).....	79
5.3.2	Indicador de taxa de cobertura (TC).....	82
5.3.3	Indicador de desempenho das exportações.....	86

5.3.4	Modelo Constant Market Share (CMS).....	88
6	CONCLUSÃO.....	92
	BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	95

1 INTRODUÇÃO

1.1 O Problema e sua importância

A fruticultura tem se destacado como um dos segmentos mais vigorosos do agronegócio¹ e com ótimas perspectivas de expansão no comércio mundial. Isso em virtude das mudanças nos padrões de consumo, visando a uma dieta saudável à base de produtos naturais. Estas mudanças se deram pela preocupação dos consumidores com problemas relacionados à má alimentação, à obesidade e ao colesterol, os quais passaram a consumir produtos ricos em vitaminas naturais. Nesse contexto, os produtores ficaram cientes da necessidade de uma produção que preserve o meio ambiente, com ausência de agrotóxicos, visto que é crescente o conhecimento sobre os efeitos maléficos da ingestão de insumos agrícolas contaminados. Outro fator responsável pelo aumento do consumo de frutas foi a crescente participação das mulheres no mercado de trabalho que, devido a sua dupla jornada de trabalho, preferem produtos pré-processados, pré-higienizados e cortados, para facilitar o dia a dia (SATO, 2004). Além desses fatores, outros como: as campanhas publicitárias e o envelhecimento da população contribuem para elevar a demanda desses produtos.

A fruticultura provoca impactos econômicos e sociais nas áreas onde é praticada. Seus impactos se referem à alimentação, sendo uma questão de segurança nacional. Destaca-se ainda a geração de empregos para a população. Deve-se mencionar, caso seja considerado que cada hectare plantado com fruticultura gera em média dois empregos diretos e que o Brasil tem uma área plantada com fruticultura em torno de 2,5 milhões de hectares, que são gerados em torno de 5 milhões de empregos diretos dentro da fazenda. Isso sem contar com os empregos indiretos que são gerados antes e depois da porteira. Esse número de empregos corresponde à população conjunta de três capitais do Nordeste: Salvador, Fortaleza e Aracaju. A contribuição da fruticultura é percebida ainda por meio da geração de divisas. Com suas exportações de suco de laranja, o país alcança divisas da ordem de 2 bilhões de dólares e outros 900 milhões de dólares com as exportações de frutas frescas e secas. Outra forma consiste

¹ Corresponde o envolvimento de todos os segmentos dos setores de insumos materiais (semente, mudas, fertilizantes, corretivos, agrotóxicos, máquinas e equipamentos, etc.), setor de produção rural propriamente dito, setor de transformação, setor de distribuição e comercialização (SILVA, 2006).

no valor da produção da fruticultura que chega a ser superior a 10 bilhões de reais anuais (ALMEIDA, 2008).

Uma das principais conquistas do Ceará com a fruticultura é a geração de emprego e renda para a população rural. Isso porque a fruticultura irrigada cearense chega a ocupar uma área de 37 mil hectares, gerando cerca de 21 mil empregos diretos e outros 100 mil indiretos. Essas ocupações movimentam a economia no campo e nas cidades do interior, estimulando a geração empregos não agrícolas. (FRUTA, 2009).

A fruticultura, também, vem contribuindo para o crescimento da economia do Ceará por meio do aumento na produção e, em particular, do incremento das exportações. Conforme dados do Ceará (2008), o valor das exportações cearenses de frutas, no primeiro semestre de 2008, atingiu US\$ 34.119.740 (FOB) e um volume de 51.848,1 toneladas, o que representa, em relação ao mesmo período do ano anterior, um crescimento de 62,2% no valor das exportações e 38,5%, em termos de volume exportado. Ao final de 2008, o Ceará faturou US\$ 131,6 milhões, comercializando frutas frescas, e passou da quinta para a terceira colocação no *ranking* nacional de exportadores de frutas, ficando atrás apenas de Pernambuco e da Bahia (FRUTA, 2009).

Dentre as variedades produzidas e voltadas para o mercado externo, destacam-se, neste trabalho, o abacaxi, por estar entre as frutas mais comercializadas e consumidas no mundo, e a melancia, por ser um produto presente na pauta de exportação brasileira. Mercados como os Estados Unidos e União Europeia são os principais consumidores dessas frutas.

O Brasil e o Ceará têm grande potencial para ampliar sua participação em outros nichos de mercados ainda não explorados. No entanto, fatores como os elevados requisitos de qualidade, restrições fitossanitárias, barreiras protecionistas, assimetria de informações, ausência de coordenação dos produtores, baixo incentivo em divulgação dos produtos e pesquisa, além da falta de apoio do governo à produção (com tecnologia, capital, logística e acesso aos distribuidores) e à exportação, são tidos como algumas das razões que explicam o pífio desempenho das exportações brasileiras de frutas (TOMICH, 1999; FAVERET, 1999 *apud* CAVALCANTI; MOREIRA, 2003, p. 13). Essa situação permanece até hoje, sem mudanças relevantes.

Diante dos desafios enfrentados pela fruticultura, setor estratégico para o desenvolvimento do agronegócio, que vem procurando se adequar aos novos padrões de comércio e ganhar a tão almejada competitividade, estão subjacentes as seguintes questões: qual o desempenho competitivo do Brasil e do Ceará no mercado do abacaxi e da melancia? Existem políticas de incentivo à produção e à exportação do abacaxi e da melancia? Acredita-se que as respostas a estes questionamentos podem ser um instrumento para aumentar a competitividade destas frutas no mercado internacional.

1.2 Objetivos da pesquisa

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a competitividade das exportações cearenses e brasileiras de abacaxi e melancia no período de 1997 a 2006. Como objetivos específicos, foram:

- Mensurar a competitividade das exportações brasileiras e cearenses do abacaxi e da melancia no mercado internacional.
- Identificar os fatores responsáveis pelas variações nas exportações no período analisado.
- Verificar a existência de políticas de incentivo à produção e à comercialização do abacaxi e da melancia.

1.3 Estrutura do trabalho

Além desta introdução e dos objetivos apresentados, o referido estudo traz mais cinco itens. No primeiro, apresentam-se um panorama atual da fruticultura brasileira e cearense e o potencial das exportações do abacaxi e da melancia. O segundo item apresenta uma abordagem conceitual das teorias do comércio internacional e dos aspectos da competitividade e seus indicadores. O terceiro focaliza a metodologia adotada para a realização do estudo com os indicadores utilizados para mensurar a competitividade do abacaxi e da melancia do Brasil e do Ceará. O quarto item apresenta os resultados e a discussão das questões mais relevantes do trabalho. E, por último, o quinto traz as principais conclusões obtidas a partir da análise dos resultados.

2 PANORAMA ATUAL E TENDÊNCIA DA FRUTICULTURA BRASILEIRA

2.1 Considerações e perspectivas da fruticultura brasileira

A abertura da economia, a modernização tecnológica, as informações em tempo real, as alterações nos padrões de consumo e a maior integração entre os mercados provocaram profundas mudanças na estrutura e organização da economia brasileira desde meados da década de 1990. Essa evolução do comércio internacional exige dos segmentos produtivos a busca constante de maior competitividade no mercado externo, almejando a expansão das exportações e superávits da balança comercial.

O agronegócio foi o segmento da economia que mais contribuiu para a formação do saldo positivo da balança comercial brasileira, sendo responsável em 2003 por 33% do Produto Interno Bruto (PIB), 42% das exportações totais e 37% dos empregos brasileiros. Entre 1998 e 2003, a taxa de crescimento do PIB agropecuário foi de 4,67% ao ano. Em 2003, as vendas externas de produtos agropecuários renderam ao Brasil US\$ 36 bilhões, com superávit de US\$ 25,8 bilhões (BRASIL, 2004). Dados da SECEX (Secretaria do Comércio Exterior) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) mostram que as exportações do agronegócio brasileiro avançaram de aproximadamente 56 bilhões de dólares em 2007 para mais de 69 bilhões de dólares em 2008.

A fruticultura é um segmento do agronegócio que rende bons negócios para a economia brasileira, isso porque o aumento do consumo de frutas frescas, assim como a melhoria das tecnologias de processamento e as exportações têm estimulado a produção brasileira, cujo incremento tem se mantido na média de 4,5% ao ano. O Brasil, mesmo sendo o terceiro maior produtor mundial de frutas, com aproximadamente 40 milhões de toneladas anuais e com uma área plantada de 2,5 milhões de hectare, tem uma inserção inexpressiva no mercado internacional. O grande consumo interno, absorvendo a maior parte da safra, faz com que o País ocupe a 15^a posição no *ranking* dos maiores exportadores. Do total produzido em 2007, 47% destinam-se ao mercado interno *in natura* e 53% à indústria processadora. Dos 47% destinados ao consumo *in*

natura, apenas 2% são direcionados para a exportação. Já dos 53% que seguem para as agroindústrias, 29% são vendidos ao mercado externo (IBRAF, 2008).

Para promover a ampliação das exportações de frutas, o Brasil tem alguns desafios a serem superados, dentre os quais destacam-se: manter e ampliar os protocolos governamentais e privados de produção, a exemplo da PIN (Produção Integrada de Frutas) e GLOBALGAP (*The Global Partnership for good Agricultural Practice*); e superar as barreiras fitossanitárias e tarifárias impostas pelos principais mercados importadores. Além disso, buscar maneiras de compensar a perda de receita dos agricultores provocada pela valorização da taxa de câmbio; adequar e ampliar a infraestrutura de transporte, armazenamento e de análise dos limites máximos de resíduos em frutas; estabelecer uma legislação de segurança alimentar aceita pelos principais importadores, em relação a frutas frescas e processadas. Também, deve-se reivindicar a ampliação do seguro rural para inclusão de outras frutas de importância econômica, a exemplo do abacaxi, manga, mamão, melancia e melão, e estabelecer regulamentos oficiais de classificação para algumas frutas destinadas à exportação para a União Europeia, compatíveis com o sistema de classificação exigido pelos países componentes do bloco (ALMEIDA, 2008).

Diante da diversidade de frutas frescas produzidas no Brasil, apenas uma pequena parcela é comercializada internacionalmente. As principais frutas exportadas pelo país em 2007, na ordem, foram: uva, melão, manga, maçã, banana, lima, mamão, laranja, abacaxi, melancia, figo e tangerina (IBRAF, 2008).

O principal mercado de destino das frutas brasileiras foi o europeu, que chegou a absorver 63% das frutas, seguido pelo MERCOSUL (Mercado Comum do Sul), com 18% (ANDRIGUETO; KOSOSKI, 2004). O maior importador foi a Holanda, que, como acontece com outros produtos, funciona como centro distribuidor para a Europa, principalmente a Alemanha. Essa relação comercial foi vantajosa para a fruticultura nacional, pois o mercado europeu remunerou melhor que o sul-americano. Todavia, estrategicamente, seria preciso conquistar novos mercados importantes, como o norte-americano. A concentração de frutas num único bloco comercial poderia levar à saturação no longo prazo e à queda dos preços (PASSONI *et al.*, 2006).

Apesar do potencial do mercado interno brasileiro, o consumo de frutas ainda é tímido comparado a outros países. O consumo *per capita* brasileiro de frutas em 2007 esteve em cerca de 47 kg/pessoa/ano, o que equivale a um terço do consumo do europeu e do norte-americano, que corresponde, respectivamente, 140 e 150 kg/pessoa/ano, mas com projeções de alcançar o patamar de consumo sugerido pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que é de aproximadamente 60 quilos de frutas *per capita* ao ano (IBRAF, 2008). Esse cálculo tem como base o consumo de frutas comercializadas, deixando de lado aquelas que provêm de pomares particulares

Para estimular o consumo de frutas e a mudanças nos hábitos alimentares da população mundial foi criado o Programa “5 ao dia”, que tem como objetivo promover o consumo de, pelo menos, cinco porções de frutas, legumes e verduras, a fim de contribuir para a prevenção de diversas doenças crônicas associadas à alimentação, como obesidade, doenças cardiovasculares, diabetes *mellitus* e o câncer. Esse programa teve início nos Estados Unidos, em 1991, a partir de uma ampla aliança entre instituições de saúde e de agricultura, estando presente em mais de 30 países, incluindo o Brasil (CARTILHA, 2005).

No longo prazo, embora, haja para o Brasil boas expectativas de consumo de frutas e hortaliças, as frutas respondem por apenas 6,4% das despesas médias das famílias brasileiras. Isso porque as frutas são produtos de maior valor agregado e, portanto, dependente da renda para o crescimento do consumo. O aumento do consumo está associado ao preço das frutas, que é elevado, quando comparados com outros alimentos, como massas, bebidas energéticas e pão francês (TEIXEIRA *et al.*, 2006). Por exemplo, um abacaxi custa em média R\$ 1,50 a unidade, enquanto um pão carioquinha custa R\$ 0,25 a unidade.

Mesmo o Brasil obtendo avanços expressivos no comércio internacional de frutas, deve-se destacar a existência de alguns problemas que impedem o setor de ser mais competitivo. Como as dificuldades de alcançar os requisitos de qualidade e padronização internacional, elencam-se as seguintes: custos elevados de produção, deficiência logística, acesso aos financiamentos, elevados tarifas e impostos - conhecidos com "custo Brasil-" que incide sobre a produção e comercialização e as operações aduaneiras, e outros empecilhos, como restrições técnicas e sanitárias pelos

países importadores, chamadas de barreiras comerciais, que restringem e dificultam as exportações de frutas (CEARÁ, 2006a).

Além desses problemas, têm-se as barreiras não tarifárias, que correspondem aos inúmeros certificados, protocolos de exportação, análises fitossanitárias, pragas, doenças e até decisões diplomáticas que barram a entrada das frutas nacionais em alguns países. Mercados importadores como o europeu e o norte-americano exigem um padrão de qualidade, incorporando as preocupações dos consumidores com a segurança alimentar e as exigências para a certificação do produto, levando em consideração o local de produção e os aspectos ambientais e sociais (PASSONI *et al.*, 2006). Com isso, os produtores brasileiros de frutas para a exportação tiveram que adaptar suas plantações às normas dos mais importantes selos internacionais, como GLOBALGAP e o USAGAP.

Um exemplo disso foi a Lei do Bioterrorismo imposta pelos Estados Unidos em 2002, que exigiu de todas as empresas que produzem, processam, embalam ou armazenam alimentos destinados ao consumo humano ou animal devem cumprir normas para comercializar seus produtos nos Estados Unidos. Essas empresas teriam que possuir registro junto ao governo norte-americano, manter estas informações atualizadas e comunicar às autoridades toda chegada de carregamentos alimentares. A desobediência de qualquer uma dessas exigências implicaria na proibição do ingresso da carga e na possibilidade de detenção da mercadoria, com multa para o responsável pela mercadoria (PASSONI *et al.*, 2006).

Como a União Europeia é o principal comprador das frutas brasileiras, a certificação passa a ser o passaporte para as frutas brasileiras na conquista de mercado. Os principais sistemas de certificação são o GLOBALGAP na União Europeia e o USAGAP nos Estados Unidos. O GLOBALGAP é um Protocolo de Certificação Internacional, que abrange as produções agrícolas de frutas, legumes, culturas rotativas e produção pecuária de gado de corte, leite, aves, ovinos e suíños. Analisa tipo e qualidade de solo, uso e armazenamento de produtos químicos, entre outros. O GLOBALGAP, que engloba as Boas Práticas Agrícolas (BPA), é uma certificação voluntária estabelecida desde 1996 na Europa, para comprovar, por meio da

verificação independente, que os produtores estão de acordo com as práticas internacionais de produção, armazenamento e manejo (ROCHA, 2007).

No Brasil, com o intuito de elevar os padrões de qualidade e competitividade da fruticultura brasileira ao patamar de excelência requerido pelo mercado internacional, foi criado em 2000, pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o Programa de Desenvolvimento da Fruticultura – PROFRUTA, com bases voltadas para o Sistema Integrado de produção, sustentabilidade do processo, expansão da produção, emprego e renda. O conceito de Produção Integrada visou a substituir as práticas convencionais onerosas por um sistema que diminuísse os custos de produção, melhorasse a qualidade e reduzisse os danos ambientais (ANDRIGUETO; KOSOSKI, 2004). Nesse contexto, foi criado o selo chamado de PIN (Produção Integrada de Frutas).

Segundo Tite *et al* (1995) *apud* Ceará (2006a, p.35),

a produção integrada é um sistema de exploração agrária que produz alimentos e outros produtos de alta qualidade mediante o uso de recursos naturais e de mecanismos reguladores para minimizar o uso de insumos e contaminantes pela integração de práticas de manejo das plantas frutíferas, assegurando uma produção agrícola mais sustentável. (TITE *et al.* 1995 *apud* CEARÁ 2006a, p.35).

Santos *et al.* (2007 p. 271) apontaram vantagens que os fruticultores poderiam obter ao adotar a certificação PIN, como a substituição do sistema convencional de cultivo por sistemas agroecológicos de produção, privilegiando, sobretudo, a preservação ambiental da propriedade, assistência técnica qualificada, melhor qualidade do produto, sem perder de vista suas vantagens competitivas no mercado internacional, além de atender às exigências internacionais e assegurar a credibilidade das exportações brasileiras de frutas. Assim, a produção integrada de frutas poderia torna-se um instrumento de agregação de valor aos produtos.

O Brasil dispõe de uma série de variáveis que podem ser utilizadas para expandir sua participação no comércio internacional de frutas, como o clima e a diversidade de produtos. Além disso, o calendário de frutas mostra que, no caso de algumas frutas tropicais, o Brasil produz na entressafra dos principais países

produtores e exportadores, o que lhe permitiria obter vantagens comerciais, como preços mais elevados e poucos concorrentes no mercado. Ocorre o mesmo com as frutas temperadas, cujas oportunidades de mercado no período de entressafra de alguns países poderiam ser mais bem aproveitadas, em especial nos casos de produtos como maçã, uva e melão, que já possuem participação no mercado externo (LACERDA *et al.*, 2004).

Uma maior inserção internacional do país no mercado mundial exige a superação de entraves já mencionados, como forma de aperfeiçoar a qualidade e a produtividade e proporcionar uma organização mais eficiente da comercialização, condições necessárias para transformar as vantagens naturais do país em vantagens competitivas. Deve-se não só produzir as variedades de frutas com boas chances nos mercados externos, como também utilizar o *marketing* para torná-las conhecidas (LACERDA *et al.*, 2004).

Um dos instrumentos utilizados para ampliar e garantir a manutenção da competitividade das frutas brasileiras foram os investimentos em divulgação, como a Campanha Turismo Receptivo, que tem como objetivo fidelizar turistas e torná-los consumidores assíduos em seus países de origem, principalmente turistas europeus, norte-americanos e latino-americanos, que são interessados pelas frutas brasileiras. Outra iniciativa que deu certo foi a *Brazilian Fruit Festival*, que visa a promover as frutas brasileiras em *stands* montados em supermercados de vários países, além de outros projetos que incluem a participação em feiras e rodadas de negócio nacionais e internacionais, o que possibilita a divulgação dos produtos e marcas brasileiras diretamente aos compradores mundiais (PASSION, 2006).

Devido à relevância da criação de uma cultura exportadora para o Brasil e especialmente para o Ceará, considera-se importante estudar também o crescimento da participação do abacaxi e da melancia cearenses no comércio internacional de frutas. Para tanto, são apresentadas análises relativas ao mercado destas frutas no mundo, no período de 1997 a 2006. Nesse período a fruticultura cearense e brasileira começou a apresentar seu potencial de crescimento.

2.2 Conhecendo o mercado brasileiro de abacaxi

O abacaxi é um autêntico fruto de regiões tropicais e subtropicais, altamente consumido em todo o mundo, sobretudo sob a forma de compotas e sucos, além de ser direcionado à fabricação de doces cristalizados, sorvetes, cremes, gelatinas e pudins. Sua qualidade é atribuída às suas características físicas externas (coloração da casca, tamanho e forma) e internas compostas por um conjunto de constituintes físico-químicos e químicos de polpa, responsáveis pelo sabor, aroma e valor nutritivo (ABACAXI, 2009).

A produção brasileira de abacaxi está presente em todas as unidades da Federação, incluído o Distrito Federal, sendo liderada pelo estado da Paraíba, seguido do Pará e Minas Gerais (O CULTIVO, 2007). No entanto, os principais exportadores de abacaxi estão concentrados em poucos Estados. A Tabela 1 apresenta os principais Estados exportadores desse fruto, na qual se observa que o Ceará só entrou como Estado exportador de abacaxi a partir de 2001. Minas Gerais, além de ser tradicionalmente um grande produtor de abacaxi, apresenta-se também com um dos principais exportadores. Porém, a pressão de outras culturas, a exemplo da soja e da cana-de-açúcar, reduziu a oferta de terras principalmente no Triângulo Mineiro, provocando uma redução na produção do abacaxi e consequentemente nas suas exportações (TODA FRUTA, 2005).

TABELA 1 - Valor das exportações (US\$ MIL FOB) dos principais Estados brasileiros de abacaxi (1997 a 2006)

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	0	0	0	0	11.554	25.595	32.734	3.551.759	4.315.475	5.908.146
Minas Gerais	2.831.941	2.328.138	1.971.687	1.740.245	1.527.149	840.986	1.022.147	805.959	762.270	403.232
São Paulo	590.573	509.880	616.387	666.017	596.348	302.305	430.158	794.601	191.768	227.776
Paraná	41.234	208.284	648.397	182.912	221.936	80.651	10.867	35.550	23.997	138.744
Rio Grande do Norte	0	44.550	2.340	269.685	156.343	172.199	432.126	215.962	208.719	302.165
Santa Catarina	54.199	145.115	290.366	96.907	74.405	54.057	182.227	153.670	77.067	130.958
Rio Grande do Sul	167.010	183.320	61.120	53.041	93.384	71.413	61.598	25.423	21.600	9.580
Tocantins	0	0	0	0	66.083	21.910	242.496	189.208	45.419	32.541
Bahia	0	0	18.100	28.448	6.403	60	175.585	221.631	406.439	86
Pernambuco	0	47.900	0	0	0	15.882	161.540	6.666	660	39.335

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados da SECEX/MDIC

Com a atração de grandes grupos internacionais, no início da década de 90, o Ceará passou a deter tecnologias de produção, dominando técnicas e padrões de qualidade exigidos, principalmente no mercado europeu e norte-americano, tornando o Estado líder nacional nas exportações de melão e abacaxi (FRUTAS, 2009).

Assim como ocorre com outras frutas, o potencial de mercado a ser explorado pelo exportador de abacaxi é imenso. O abacaxi ainda é visto como uma fruta exótica, o que denota a necessidade de um programa de *marketing* mais consistente. Esse problema é comum entre as frutas de clima tropical, com exceção da banana, que ocupava a primeira posição na comercialização e consumo no mundo (ALMEIDA, 2003).

Verifica-se na Tabela 2 que, em 2006, os Estados Unidos foram os maiores importadores de abacaxi do mundo, seguidos da Bélgica, Holanda e da Alemanha, ocupando, respectivamente, a segunda, terceira e quarta posições.

TABELA 2 - Principais países importadores do abacaxi em 2006.

Países	Valor (US\$)	Participação %
Estados Unidos	440.262	24,31
Bélgica	204.166	11,27
Holanda (Países Baixos)	187.239	10,34
Alemanha	144.555	7,98
Itália	121.985	6,73
Reino Unido	104.976	5,80
França	96.389	5,32
Canadá	89.114	4,92
Japão	85.840	4,74
Espanha	74.419	4,11

Fonte: Elaborada pela autora, a partir de dados da FAO

Segundo Almeida (2003), em geral, esses importadores exigem um fruto com as seguintes características: polpa amarela; casca amarela; formato cilíndrico;

coroa pequena, sabor mais próximo do ‘Pérola’, com os sólidos solúveis totais entre 13 e 14 o Brix - dependendo do país importador. O Brasil produz mais abacaxi Pérola, que possui sabor adocicado, compatível com a preferência dos mercados importadores, porém incompatível quanto às características físicas: a coroa é de tamanho médio, o formato cônico, de casca verde e a polpa branca.

Para expandir seu mercado e procurar atender às exigências dos consumidores estrangeiros, que buscam uma variedade entre o ‘Pérola’, em sabor, e o ‘Smooth Cayenne’, em aparência e características físicas, o Brasil está produzindo o abacaxi ‘MD2’ que, num curto período de tempo, conquistou a preferência do mercado europeu. No entanto, a exportação do ‘Pérola’ não pode ser descartada, sendo necessário um expressivo investimento em promoção comercial (SOUZA; SOUZA *apud* ALMEIDA, 2003, p. 27).

O potencial da abacaxicultura, além de atender ao mercado interno, abastece também mercados como o Mercosul (Argentina). Todavia, a conquista de novos mercados e sua permanência tem exigido uma padronização tecnológica que conduza ao aumento da produtividade, redução de custos e qualidade do fruto (O CULTIVO, 2007).

As exportações brasileiras do abacaxi, na forma de fruto fresco, seco ou processado, estão concentradas em poucos Estados, apresentando-se, também, igualmente concentradas quanto aos países de destino e às empresas exportadoras. Os principais destinos das exportações brasileiras de abacaxi no período de 1997 a 2006 foram: Argentina, Holanda, Itália, Alemanha, Uruguai, Espanha, Portugal, Reino Unido, França e Estados Unidos.

Conforme Almeida (2003, p. 28), as exigências no mercado internacional de frutas são crescentes e, em algumas situações, os preços médios chegam a apresentar uma tendência de queda. Neste caso, as consequências são a redução da lucratividade e a ampliação de dificuldades de acesso aos mercados. Portanto, ser o maior produtor de frutas não constitui uma condição suficiente, tampouco necessária, para promover o comércio com o mercado internacional do produto. Antes de ser o maior produtor é necessário que o País tenha condições de atender às exigências dos principais mercados importadores. A mesma regra vale para o mercado internacional de abacaxi, com

destaque para a Costa Rica que, mesmo sendo o maior exportador mundial, ocupa apenas a sétima posição na produção de abacaxi, conforme a Tabela 3. No caso da Costa Rica, vale ressaltar que toda a produção desse país é destinada aos Estados Unidos, isso porque as empresas americanas são responsáveis pela produção do abacaxi nesse país.

Ainda de acordo com a Tabela 3, observa-se que, em 2006, a Tailândia, mesmo sendo o maior produtor mundial, ocupa apenas a 26^a posição no *ranking* dos exportadores e o Brasil a 19^a posição. É importante ressaltar que o Brasil, mesmo sendo um grande produtor, participou do mercado de importação, registrando algumas importações durante o período de 1997 a 2006.

TABELA 3 – *Ranking* comparativo dos principais produtores mundiais de abacaxi em 2006.

Países	Quantidade (t)	Ranking	Valor Exportado (1.000 \$)	Ranking
Tailândia	2.705.179	1º	2.121	26º
Brasil	2.560.632	2º	7.239	19º
Filipinas	1.833.910	3º	127.233	4º
Indonésia	1.427.781	4º	82	58º
China	1.391.588	5º	2.438	23º
India	1.353.100	6º	797	36º
Costa Rica	1.200.000	7º	440.264	1º
Nigéria	895.000	8º	0	119º
México	633.747	9º	11.610	15º
Quênia	600.000	10º	135	50º

Fonte: Elaborada pela autora, a partir de dados da FAO

Almeida (2003 p. 24) argumenta que a fruticultura brasileira, inclusive o abacaxi, enfrenta uma série de dificuldades na fase de comercialização, como: a falta de transferência na formação de preços, isso porque a produção agrícola depende da natureza; critério de classificação pouco utilizado ou indefinido, embalagem imprópria ou inexistente; refrigeração inadequada e elevadas perdas pós-colheita.

Para promover a ampliação do mercado de frutas, é indispensável que os produtores obtenham informações sobre os mercados interno e externo, podendo tomar decisões concretas e importantes no que diz respeito a quando produzir; o que produzir; como produzir e para quem produzir. Neste caso, a demanda orienta a produção. Isso pode gerar ganhos de mercado e sua sustentabilidade, gerando benefícios para todos os que fazem parte deste setor.

2.3 Conhecendo o mercado brasileiro de melancia

Segundo Toda Fruta (2006), a melancia, nos últimos anos, vem ganhando destaque no agronegócio brasileiro. Sua comercialização ocorreu desde o início da década de 1970, com o surgimento das Centrais de Abastecimento (CEASAS), que foram construídas com o objetivo de promover a organização da produção e da comercialização das frutas e hortaliças, contribuindo para a expansão da olericultura nacional, incluindo a melancia, que, favorecida pelo clima tropical, espalhou-se por todo o território nacional. A produção brasileira de melancia está distribuída em todo país, de acordo com os seguintes percentuais: região Sul (34,3%); Nordeste (30,1%); Sudeste (14,9%) e Norte (11,9%). Com base em dados da produção no período de 2001 a 2005, os principais produtores são: o Rio Grande do Sul, seguido por São Paulo, Bahia, Goiás, Rio Grande do Norte e Tocantins (VILELA *et al.*, 2006). Sua comercialização é realizada por pequenas, médias e grandes propriedades, com o modelo de agricultura familiar e/ou empresarial. (QUEIROZ (1997); ROMÃO *et al.* (1999) *apud* VILELA *et al.* (2006, p. 2).

Segundo o mesmo autor, a cultura da melancia é uma fonte geradora de emprego e renda, principalmente para a agricultura familiar. Além de seu caráter socioeconômico, essa cultura gera de 3 a 5 empregos diretos por hectare e o mesmo número de empregos indiretos. É responsável pela interação de diversos setores da economia, tais como o setor de produção de insumos (corretivos de solos, fertilizantes e defensivos), as indústrias produtoras de embalagens, o setor de transporte, o mercado atacadista e varejista. Outro ponto positivo é sua alta rentabilidade, que varia de acordo com o nível tecnológico empregado nas lavouras. Em geral, os negócios com melancia são lucrativos, o que explica a persistência dos produtores nessa arriscada atividade, principalmente no que se refere às estiagens ou ataques de pragas e doenças.

No mercado internacional, a melancia brasileira vem obtendo bom desempenho. Enquanto as exportações totais de hortaliças brasileiras (incluindo a melancia), no período de 2000 a 2006, cresceram em volume (12,2%) e valor (32,2%), o fluxo comercial dessa fruta para o mercado externo foi extremamente maior nesse período, tanto no volume (35,3%) como em valor (94,6%), respectivamente (VILELA *et al.*, 2006).

A Tabela 4 apresenta o desempenho das exportações dos principais Estados exportadores do Brasil. Verifica-se que o agronegócio da melancia começou a ganhar espaço no Ceará a partir do ano 2000, com crescimento significativo nos anos 2005 e 2006. Esse bom desempenho pode ser atribuído à diversificação do formato da melancia, com a produção de melancia quadrada e da melancia sem semente, para atender a uma exigência do mercado externo, sobretudo pelos benefícios que esta fruta possui para seus consumidores, como facilidade de transporte e ocupação de pouco espaço.

TABELA 4 - Valor das exportações (US\$ MIL FOB) de melancia nos principais Estados brasileiros (1997 a 2006).

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	0	0	10.501	12.630	657.777	1.176.453	1.078.560	1.150.332	2.548.978	4.136.440
Rio Grande do Norte	78.663	125.899	538.132	749.922	847.570	1.325.106	2.041.744	2.627.301	4.246.448	5.403.778
São Paulo	274.256	228.926	286.285	172.737	157.813	23.858	604	6.582	23.389	19.924
Minas Gerais	24.016	162.146	26.697	50.765	91.226	73.560	110.930	218.938	89.613	42.009
Paraná	76.435	155.868	233.867	84.350	63.196	12.780	0	0	0	0
Rio Grande do Sul	39.675	94.858	56.959	121.668	67.767	5.849	1.693	0	1.120	0
Goiás	59.459	9.576	213.564	48.230	56.656	0	0	0	0	96.586
Bahia	0	64.815	1.200	1.404	8.965	20.148	27.497	0	0	15.384
Santa Catarina	10.264	9.320	22.957	13.855	0	0	0	0	0	0
Pernambuco	0	14.000	10.344	11.071	5.190	0	0	0	0	0

Fonte: Elaborada pela autora, a partir de dados da SECEX/MDIC

O Ceará é seguido pelo estado do Rio Grande do Norte, que também se consagra pela exportação de melancia, e pelos estados de São Paulo e Minas Gerais. Observa-se um aumento das exportações de melancia no Paraná, no período de 1998 e

1999, acompanhado de uma queda nos anos seguintes, até a ausência das exportações a partir de 2003. As exportações do Rio Grande do Sul apresentaram oscilações de alta e baixa ao longo de todo período e ausência nos anos de 2004 e 2006. Em situação semelhante, encontram-se os estados de Goiás, Bahia, Santa Catarina e Pernambuco.

O Rio Grande do Norte, mesmo não sendo um grande produtor de melancia, se destaca entre os principais estados exportadores desta fruta. O clima quente do semiárido nordestino favorece a ótima qualidade da melancia, atribuindo maior competitividade do produto no mercado interno e sua diferenciação no mercado externo. Os estados do Rio Grande do Norte e Ceará destacam-se como maiores exportadores de dessa fruta. O Ceará sobressaiu-se na produção de melancia quadrada tendo como principal destino o Reino Unido (Inglaterra), Alemanha, Holanda e Bélgica. Assim, do total desta fruta produzido no Estado, 70% são enviados ao comércio externo, uma vez que, na maioria dos casos, as áreas são cultivadas mediante contratos de exportação definidos (VILELA *et al.*, 2006).

As medidas tomadas pelo Governo, como a redução da alíquota do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), a licitação para o início das obras de ampliação do Porto do Pecém e a conclusão das demais fases do canal da Integração podem explicar o excelente desempenho do Ceará em relação às exportações de melancia, bem como do melão e do abacaxi. Essas ações estimulam os empresários a investir no segmento competitivo da Fruticultura. (FRUTAS, 2009).

A melancia em 2006 ocupou o segundo lugar na pauta de exportação brasileira de hortaliças, perdendo posição, em volume, apenas para o melão (VILELA *et al.*, 2006). De acordo com Tabela 5, os principais importadores de melancia brasileira foram Holanda, Reino Unido, Espanha, Alemanha, Estados Unidos, Argentina e Itália. Observa-se que a Holanda e o Reino Unido são os principais parceiros comerciais do Brasil e adquirem em conjunto mais de 74% do volume da melancia brasileira destinada ao exterior em 2006.

Mesmo sendo a Holanda e o Reino Unido os principais consumidores da melancia brasileira, nota-se que países como Alemanha, Estados Unidos, Itália, Argentina estão expandindo suas importações de melancia. Além disso, a Polônia entrou para lista dos compradores de melancia brasileira.

TABELA 5 - Valor das exportações dos principais destinos da melancia brasileira em 2006.

Países	Valor das exportações (1.000\$)	Participação (%)
Holanda (Países Baixos)	3.653.312	37,59
Reino Unido	3.640.773	37,46
Uruguai	8.111	0,08
Argentina	155.702	1,60
Espanha	912.720	9,39
Alemanha	554.749	5,71
Estados Unidos	388.499	4,00
Itália	223.123	2,30
Polônia	100.584	1,04

Fonte: Elaborada pela autora, a partir de dados da SECEX/MDIC

Outra ação importante e com impactos positivos para o setor foram as campanhas de promoção e divulgação da fruticultura brasileira que tiveram início em 1998 com o Programa *Brazilian Fruit*, que foi responsável pelo sucesso e incremento das exportações do país, cujo faturamento em divisas com frutas frescas passou de US\$ 115 milhões em 1998 para US\$ 345,6 milhões em 2003, apresentando crescimento de 205%. Esta estratégia de criação de imagem e marca brasileira no mercado mundial de frutas tem como objetivo a divulgação da qualidade e respeito à segurança alimentar, apoiando-se em programas como a Produção Integrada de Frutas (PIN), que igualam o padrão de frutas brasileiras às normas internacionais e garantem que as frutas brasileiras foram produzidas de acordo com as exigências nacionais e internacionais, de maneira sustentável, protegida no controle fitossanitário e sem contaminação residual e biológica (NEVES; RODRIGUES, 2005).

2.4 Aspectos Gerais da Fruticultura Cearense

As frutas estão entre os principais produtos do agronegócio cearense, ocupando a 4^a posição no *ranking* dos principais produtos exportados, à frente da lagosta no ano de 2005, conforme observado na Tabela 6. O valor das exportações de frutas chegou US\$ 49,5 milhões em 2006, com crescimento de 10,8% em comparação com 2005. O bom desempenho do setor, nos últimos anos, colocou o Estado na rota das exportações de frutas brasileiras, que espera exportar US\$ 100 milhões de frutas em 2010 (MAGALHÃES, 2006).

TABELA 6 - Ceará – Exportações dos principais agronegócios (2006).

Principais produtos	US\$ Milhões	Participação (%)	2006/2005 (%)	CE / NE (*)	CE / BR (*)
1º Castanha de Caju	136,2	30,1	-0,3	1º	1º
2º Peles e Couros	127,9	28,3	9,2	1º	3º
3º Camarões	51,2	11,3	-19,2	1º	1º
4º Frutas	49,5	10,9	10,8	4º	5º
5º Lagostas	37,6	8,3	-14,9	1º	1º
6º Cera de Carnaúba	24,9	5,5	16,9	1º	1º
7º Sucos de Frutas	9,2	2,0	32,7	2º	7º
8º Mel de Abelhas	4,6	1,0	33,2	1º	2º
9º Extrato Vegetais (LCC)	4,4	1,0	-15,4	1º	1º
10º Flores (1)	4,2	0,8	50,0	1º	2º
11º Peixes	2,6	0,6	29,2	3º	10º
12º Hortícolas	0,3	0,1	-39,2	5º	13º
Principais Agronegócios Ceará	452,5	100,0	1,0		

Fonte: SECEX/MDIC/MAPA

Elaboração: SDA/ IACE.

(*) Classificação do Ceará perante o Nordeste e o Brasil

(1) Fonte VIGIAGRO/SFA/MAPA (projeção)

Os indicadores da agricultura irrigada e da fruticultura no Ceará se expandiram significativamente a partir de 1999. A área cultivada passou de 18 mil hectares em 1999 para 27,8 mil hectares em 2004, um crescimento de 54%, ampliando em 9,7 hectares a área irrigada de frutas, com projeção para mais de 51 mil hectares até 2010, o que equivale a um aumento de 183% no período. Os números de empregos diretos gerados na agricultura chegaram a 9,9 mil em 1999, atingiram 17,8 mil em 2004 e espera-se alcançar 35 mil empregos em 2010 (CEARÁ, 2009b).

As exportações de frutas frescas no Ceará passaram da marca de US\$ 835 mil em 1998 para US\$ 24,8 milhões em 2004, um crescimento de 3.000% no período,

como observado na Tabela 7. A principal fruta de destaque foi o melão, no entanto outras variedades destacaram-se, como o abacaxi e a melancia. A fruticultura cearense ampliou sua participação na pauta de exportação de frutas fresca do País que, em 1999, era de 1,2% e subiu para 6,7% em 2004. Na pauta das exportações do Ceará, a participação das frutas subiu de 6,7% em 2007 para 10,3% em 2008. Isso mostra a tendência de crescimento da participação da fruticultura na economia brasileira e cearense, de forma que se estima que o Brasil exporte US\$ 1 milhão em frutas em 2010; para o Ceará, a previsão é de US\$ 130 mil, o que corresponde a 13% das exportações nacionais.

TABELA 7 - Comparaçao das exportações de frutas Brasil e Ceará.

Ano	BRASIL		CEARA		CE / BR
	Valor US\$ 1.000	CRESC. %	Valor US\$ 1.000	CRESC. %	
1998	119.033		835		0,7
1999	162.473	36,5	1.935	131,7	1,2
2000	169.867	4,6	3.224	66,6	1,9
2001	214.590	26,3	12.666	292,9	5,9
2002	241.042	12,3	15.623	23,3	6,5
2003	335.000	39,0	21.561	38,0	6,4
2004	369.756	10,4	24.829	15,2	6,7
2005 (*)	410.000	10,9	35.000	41,0	8,5
2010 (*)	1.000.000		130.000		13,0

(*) Previsão

Fonte: SECEX/MDIC

Elaboração: SEAGRI/ADINS/SIGA

É dentro desse cenário que a fruticultura cearense vem tentando se adequar aos novos padrões de comércio e ganhar a tão almejada competitividade. Para isto, o setor vem apoiando-se em três pilares, quais sejam: tecnologia, atração de investimento e suporte à infraestrutura (MAGALHÃES, 2006).

2.5 Políticas de desenvolvimento no estado do Ceará

O Ceará tem potencial para o cultivo de frutas, pois é privilegiado pelas multiplicidades de climas, larga oferta de terra, água disponível nos distritos irrigados e umidade relativa do ar e luminosidade, fatores apropriados para se produzir em grande quantidade. Dessa forma, mostra possibilidade de consolidar-se nos mercados interno e externo e desenvolver vantagens comparativas naturais. Essas vantagens são reforçadas por outros fatores, tais como: proximidade com os principais países importadores;

existência de vários ecossistemas: litoral, sertão e serras úmidas, favorecendo o cultivo de diversas espécies, disponibilidade de mão de obra barata e abundante e infraestrutura: rodovias, aeroporto internacional e abastecimento de água (COSTA, 2003).

Para melhorar as vantagens comparativas cearenses, o Governo implantou um imenso projeto de preservação e gerenciamento dos recursos hídricos, perenização de rios e transposição de bacias, visando a aperfeiçoar o uso da água, com reservatórios para armazenamento de água de cerca de 17,5 bilhões de metros cúbicos em 125 grandes reservatórios, que dão suporte aos projetos de irrigação implantados. A construção do Castanhão associado ao Canal da Integração expandiu em 40% a disponibilidade de água para a agricultura irrigada (MAGALHÃES, 2006).

O Governo do Estado, no intuito de tornar o Estado uma referência internacional e nacional em agricultura irrigada competitiva e sustentável, criou a 1^a secretaria de agricultura irrigada do Brasil, com o objetivo de articular parcerias entre o setor público e privado e facilitar a atração de investimento no setor agrícola. Associada a essa iniciativa, surgiu o PROCEAGRI (Programa Cearense de Agricultura Irrigada), que procurou utilizar a tecnologia da irrigação e a agroindústria como elementos de agregação de valor, modernização, diversificação, dinamização e estabilização da atividade, com a finalidade destacar o Ceará na produção e comercialização de produtos *in natura* e processados, de qualidade e valor agregado para diversos mercados e na geração de tecnologia, mão de obra qualificada, emprego e renda em todo setor (CEARÁ, 2000).

Outra estratégia importante para o Ceará foi a criação do Instituto Agropolos, em 2002, que tinha como objetivo identificar as oportunidades de mercado, agindo diretamente na atração de investidores e na concretização dos negócios, procurando persuadir os produtores sobre as vantagens de plantar e colher no Estado, além do suporte tecnológico para o desenvolvimento dos sistemas de produção e na comercialização dos produtos no mercado interno e externo (MAGALHÃES, 2006). A Tabela 8 mostra as principais características dos seis agropolos com grande potencial para a agricultura irrigada no Ceará. O Baixo Jaguaribe é a principal área de produção do Ceará, possuindo a maior área irrigada e desenvolvimento de frutas do Estado,

tendo como polo a cidade de Limoeiro do Norte, mas outras regiões merecem destaque, como a Metropolitana, o Centro Sul, o Baixo Acaraú e a Serra de Ibiapaba. Todas essas regiões contribuem para o dinamismo da fruticultura no Ceará.

TABELA 8 - Principais características dos Agropolos do Ceará.

AGROPOLO	Nº MUNICÍPIOS	ÁREA IRRIGÁVEL	ÁREA IRRIGADA	PRINCIPAIS CADEIAS PRODUTIVAS
Baixo Jaguaribe	15	60.000	24.299	Abacaxi, Coco, Goiaba, Mamão, Manga, Maracajú, Melão, Pimenta, Uva, Bulbo de Amarylis e Abacaxi Ornamental
Metropolitano	14	20.000	17.772	Abacaxi, Ata, Banana, Goiaba, Graviola, Mamão, Manga, Melão, Melancia, Uva, Hortaliças
Ibiapaba	9	10.000	9.171	Banana, Flores, Goiaba, Manga, Uva, Hortaliças
Centro Sul	4	30.000	6.711	Banana nanica, Goiaba, Spondias
Cariri	8	20.000	3.461	Flores tropicais, rosas, Acerola, Maracujá e Hortaliças
Baixo Acaraú	14	20.000	2.521	Flores tropicais, Ata, Banana, Coco, Graviola, Mamão
Extra Agropolos		20.000	9.883	Abacaxi, Banana, Mamão, Manga, Melão, Melancia sem sementes, Uva e Flores
Total Ceará	184	180.000	73.818	

Fonte e Elaboração: SDA/ IACE

A divulgação de produtos é uma das ferramentas usadas para a atração de investimentos, sendo utilizada para conquistar e garantir a participação do Ceará nas principais feiras internacionais voltadas para o agronegócio, particularmente para a fruticultura cearense. Pode-se citar como exemplo a *Fruit Logística*, que se apresenta como uma oportunidade de realização de negócios com empresas interessadas em importar, exportar e estabelecer parcerias no setor de frutas. Neste evento participam empresas de outros setores, como embalagem, armazenamento, transporte, soluções tecnológicas, etc. (FRUTAS, 2009).

A construção do Porto do Pecém foi uma iniciativa estratégica para o Ceará, pois é considerado moderno e com custo operacional competitivo, além de estar próximo dos principais mercados consumidores mundiais (Europa e Estados Unidos), sendo o principal ponto de embarque de frutas do Brasil. Isso porque os Portos do Ceará são a última parada dos navios de todas as grandes companhias que fazem transporte das exportações de frutas do Brasil, melhorando a logística dos produtos locais, como mostra na Figura 1 (CEARÁ, 2009b).

Para a formação de profissionais qualificados e prestação de serviços de apoio técnico aos produtores e exportadores, foram criados os CENTECs (Centro de

Formação Tecnológica), com unidades distribuídas no interior do Estado, compostos por uma rede de 43 unidades.



FIGURA 1 - Localização estratégica do Ceará com relação aos principais centros consumidores

Fonte: SEINFRA, 2006

A utilização de financiamento e apoio técnico tem contribuído para impulsionar a fruticultura no Ceará. A expansão da produção deste ramo do agronegócio tem acompanhado o incremento no volume de recursos desembolsados e a diversificação de projetos de apoio. Um exemplo disso é o Banco do Nordeste (BNB) que, no período de 2002 a 2008, apresentou crescimento nos valores contratados pelos produtores cearenses de frutas na ordem de 162,6%. Além do financiamento, o banco investe em pesquisa, eventos e centrais de comercialização. Essas ações são necessárias para o desenvolvimento de um ambiente com condições para receber um financiamento sustentável (FRUTAS, 2009).

Outra ação que merece destaque foi o reconhecimento pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, em 2003, da Área livre de mosca das frutas, abrangendo sete municípios da Região do Baixo Jaguaribe (Aracati, Icapuí, Itaiçaba, Jaguaruana, Russas, Quixeré e Limoeiro do Norte), considerada a maior região produtora de frutas do Ceará. Esta certificação foi essencial para melhorar a competitividade das exportações de frutas cearenses, principalmente no que se refere à inserção no exigente mercado norte-americano (CEARÁ, 2004).

Essa vantagem comparativa e competitiva permitiu a ascensão da fruticultura cearense e o aperfeiçoamento de suas técnicas, fazendo algumas culturas se sobressaírem, como foi o caso do abacaxi e da melancia.

2.6 O Ceará e seu potencial para a produção e comercialização de abacaxi

As medidas adotadas pelo Governo do Estado contribuíram para crescimento da participação do Ceará nas exportações de frutas do País que, em 2005, alcançou 10,4%, com reflexo direto sobre o cultivo de abacaxi, visto que o Estado tornou-se o principal exportador do Brasil, acompanhado dos estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio Grande do Norte e Bahia. Esses Estados representaram, respectivamente, 62%, 22%, 6%, 5% e 3% do volume de abacaxis frescos negociados no mercado internacional pelo Brasil em 2005 (SOUZA, 2006). Diante disso, o Governo do Ceará tem buscado solucionar os principais problemas, como infraestrutura ligada à produção, atendimento às reivindicações da Câmara de Fruticultura, proporcionando maior confiança aos investidores. Essas iniciativas têm contribuído para a atração de empresas estrangeiras com vultosos investimentos no cultivo de abacaxi, melão, mamão, banana e melancia (FRUTAS, 2009).

O Ceará ocupa o 7º lugar no *ranking* da produção de abacaxi entre os Estados da região Nordeste. No entanto, o abacaxi é a segunda fruta em valor mais exportada pelo Estado e com imenso potencial de crescimento da produção e de ampliação do mercado consumidor (SOUZA, 2006). Essa perspectiva pode estimular investimentos no cultivo do abacaxi por parte dos produtores e empresas, devido tanto à expansão comercial, quanto ao aumento da demanda do comércio internacional de frutas.

Um fator favorável às exportações cearenses de abacaxi é sua forma de consumo que, além do consumo *in natura*, pode ser industrializado na forma de sucos, preparados e conservados, podendo tornar-se uma oportunidade de negócio para os produtores, especialmente para os pequenos, que podem se organizar em grupos para obter ganhos de escala e redução de custos para industrialização e comercialização (SOUZA, 2006). Essas ações diferenciadas contribuem para agregar valor aos produtos e gerar emprego, já que o cultivo do abacaxi chega a criar 1,17 empregos diretos por hectare (MAGALHÃES, 2006).

A Tabela 9 mostra que o ápice das exportações de abacaxi no Ceará ocorreu em 2004, tornando o Estado o maior exportador do País e o único exportador regular para a Europa na atualidade. Essas exportações são da variedade MD2 *Gold* (o abacaxi amarelo), recém-plantado no Ceará pela empresa Del Monte que, em 2004, tinha aproximadamente 1.000 hectares plantados no município de Limoeiro do Norte. O destino das exportações foi a União Europeia, mais precisamente a Itália, Alemanha, Holanda e Reino Unido. (CEARÁ, 2009b).

TABELA 9 - Valor das exportações (US\$ MIL FOB) de abacaxi dos principais países importadores do Ceará 1997 a 2006.

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Holanda	-	-	-	-	-	-	-	1.159.245	2.124.267	1.447.049
(Países Baixos)										-
Itália	-	-	-	-	-	-	-	1.253.324	1.255.611	2.175.880
Alemanha	-	-	-	-	-	25.082	-	648.165	193.812	1.471.603
Espanha	-	-	-	-	-	-	-	372.286	522.459	673.656
Portugal	-	-	-	-	-	-	-	-	120.729	92.463
Argentina	-	-	-	-	-	-	4.322	72.511	47.873	-
Reino Unido	-	-	-	-	-	-	175	23.492	20.350	37.784
Estados Unidos	-	-	-	-	11.554	-	12.180	-	-	-
Chile	-	-	-	-	-	-	-	15.962	-	-

Fonte: Elaborada pela autora, a partir de dados da SECEX/MDIC

A Tabela 10 mostra que o Ceará, em 2006, produziu 45.908 toneladas de abacaxi, cultivado numa área de 725 hectares. O principal município cearense no cultivo de abacaxi foi Limoeiro do Norte, seguido por Santana do Cariri, Marco, Bela

Cruz, Marco, Nova Olinda e Acaraú. Vale ressaltar que grande parte desta produção esteve voltada para o mercado externo.

Nestes municípios, o cultivo do abacaxi é realizado por pequenos produtores e empresas de grande porte que são responsáveis pelo desenvolvimento de novas técnicas produtivas e das transferências de tecnologia entre produtores, como as empresas Del Monte e a Agrícola FAMOSA (SOUZA, 2006).

TABELA 10 - Área plantada, área colhida e quantidade produzida dos produtos das lavaouras temporárias do abacaxi, segundo os municípios do Ceará – 2006.

Municípios	Produtos das lavaouras temporárias				Valor R\$ MIL
	Area (ha)	Destinada à colheita/ Plantada	Colhida	Quantidade Produzida (t)	
				Abacaxi (1)	
Ceará	725		725	45.908	54.072
Acaraú	6		6	168	168
Bela Cruz	8		8	200	194
Icapuí	12		12	804	450
Limoeiro do Norte	630		630	42.840	51.408
Marco	12		12	756	1.134
Nova Olinda	7		7	140	90
Santana do Cariri	50		50	1.000	629

Fonte: IPECE, segundo dados do IBGE. Levantamento Sistemático da Produção Agrícola 2006

Elaborada pela autora, segundo dados do IPECE

(1) Quantidade produzida expressa em mil frutos.

Mesmo assim, o apoio técnico e financeiro não se estende à totalidade dos pequenos produtores, mostrando-se muitas vezes ineficiente para atender ao setor privado. Para minimizar essas ineficiências, os governos organizam sistemas de apoio à atividade privada, atuando na geração e difusão de informações sobre mercados, financiamento à exportação, pesquisa de variedades e sistemas de defesa sanitária. O

Estado deve agir de forma complementar, visto que o setor privado não consegue prover os serviços ou porque a oferta da iniciativa privada é insuficiente.

Apesar dos benefícios econômicos e sociais, o cultivo do abacaxi vem passando por oscilações em seu desenvolvimento e produção, decorrentes de fatores ambientais, problema fitossanitários e de instabilidade de mercado. O desafio será ampliar sua área de produção e participação no mercado externo, além de atender às exigências do mercado internacional, assim como explorar novas janelas de mercados (SOUZA, 2006).

2.7 A importância da produção e exportações de melancia no Ceará

Em 2008 o Ceará foi o maior exportador brasileiro de melão, melancia sem semente, abacaxi e castanha de caju. As exportações de frutas passaram dos US\$ 100 milhões previstos para 2008, pelo governo e exportadores, para US\$ 131,6 milhões. Pela primeira vez a fruticultura ocupa o quarto lugar na pauta das exportações do Estado, superando os tradicionais produtos têxteis. As frutas que tiveram maior crescimento nas exportações foram a melancia, com 132,8%, seguida do melão, com 104,3%, e a banana, com 77,9% (CEARA, 2009a). Esses bons resultados contribuíram para colocar o Ceará na terceira posição no ranking dos Estados brasileiros exportadores de frutas.

O cultivo da melancia é feito tradicionalmente por pequenos produtores em todo o Estado, destacando-se apenas duas regiões: o Baixo Jaguaribe, onde são plantados aproximadamente 62% da área do Estado, parte plantada pelos grandes produtores de melão, que também cultivam melancia sem semente para exportação. A outra área importante é o Baixo Acaraú, cujos produtores estão plantando melancia devido ao prejuízo do melão, tendo sua produção voltada principalmente para o mercado interno (MAGALHÃES, 2006).

Conforme o mesmo autor, a produção de melancia sem semente foi considerada a revelação nas exportações cearenses de frutas. Mesmo não sendo prioridade no Programa Cearense de Agricultura Irrigada, esta fruta está em 3º lugar entre as frutas exportadas, tendo como destino principal a Europa. Das frutas produzidas e exportadas

pelo Ceará em 2008, o melão participou com 65,1%, seguido pelo abacaxi, com 10,9%, e a melancia sem semente, com 9,3% (CEARÁ, 2009b).

Observando a Tabela 11, nota-se que os países de destino das exportações de melancia cearense atenderam principalmente à demanda da Europa, tendo como consumidores a Holanda, Reino Unido (Inglaterra), Alemanha e Espanha. Já os Estados Unidos, embora timidamente, vêm ganhando importância na pauta das exportações nos últimos dois anos.

TABELA 11 - Valor das exportações (US\$ MIL FOB) de melancia do Ceará para os principais países de destino (1997 a 2006).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Holanda (Países Baixos)	-	-	10.501	-	375.244	712.805	515.918	651.578	1.605.596	1.399.387
Reino Unido	-	-	-	4.950	128.347	312.940	364.246	196.780	722.823	1.232.654
Alemanha	-	-	-	-	-	-	105.463	218.238	30.694	554.749
Espanha	-	-	-	-	67.797	115.506	77.339	64.890	65.971	474.205
Itália	-	-	-	-	50.301	35.154	10.044	9.270	45.090	200.283
Polônia	-	-	-	-	-	-	-	-	100.584	100.584
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	-	-	24.063	114.384
Irlanda	-	-	-	-	-	-	-	-	11.759	54.704
Argentina	-	-	-	7.680	36.088	-	-	-	-	-
Bélgica	-	-	-	-	-	-	-	-	35.990	5.490

Fonte: Elaborada pela autora, a partir de dados da SECEX/MDIC

A produção de melancia quadrada, Figura 2, surgiu como um nicho de mercado para o Ceará. Atualmente o Estado é o único produtor de melancia quadrada do país, sendo cultivada no município de Icapuí e voltada exclusivamente para o mercado internacional. A técnica já utilizada pelos japoneses foi implantada no Ceará para atender à demanda externa, pois o Japão não produz em quantidade suficiente para atender a todo mercado consumidor. Esse formato, apesar de requerer maiores investimentos e cuidados redobrados no controle de água e adubo, possui benefícios, como o fácil transporte, armazenamento e consumo. Esse formato não se popularizou no mercado interno devido aos elevados custos de produção, considerando que seu preço unitário poderia chegar a R\$ 20,00 enquanto o preço da unidade da melancia

tradicional é em média R\$ 5,00. Cada unidade da fruta é comercializada no exterior a US\$ 50 (CEARÁ, 2007).

Essa nova prática de produção possibilitou a agregação de valor ao produto, bem como a conquista de novos mercados, além de contribuir para expansão de investimentos, podendo aumentar o número de emprego e renda para a região.



FIGURA 2 - Melancia quadrada e sem semente produzida no Ceará
Fonte: G1 (globo.com)

Assim como o abacaxi, a melancia usufrui de todas as vantagens comparativas e competitivas do Estado, como: clima favorável, localização estratégica, infraestrutura, mão de obra qualificada, investimentos na produção e comercialização, *marketing* e outros. Todos os elementos tornam-se relevante para impulsionar a atividade econômica e se constitui como fonte de vantagem competitiva para o setor de fruticultura cearense.

O presente estudo busca fornecer informações referentes à competitividade da fruticultura no mercado internacional. Assim sendo, com a finalidade de proporcionar uma melhor compreensão dos conceitos utilizados, o próximo capítulo apresenta um sucinto referencial teórico sobre a teoria do comércio internacional.

3 REFERENCIAL TÉORICO

3.1 Abordagem conceitual das Teorias do Comércio Internacional

Os alicerces teóricos em que se baseiam estas análises apoiam-se nas abordagens do comércio internacional e da competitividade. Conforme Krugman; Obstfeld (2001, p. 7), as diferenças entre os países e as possibilidades de obtenção de economias de escala na produção são consideradas argumentos básicos que justificam a participação dos países no comércio internacional.

O mercantilismo foi a primeira escola que tratou diretamente sobre o comércio internacional, entre os séculos XVI e XVIII. Para eles, o principal objetivo de uma nação ao se engajar no comércio externo era aquisição e reserva de ouro, utilizado para obter e preservar o poder. Para isso, as nações eram estimuladas a exportar especialmente ouro e desfavoreciam as importações, já que implicavam a perda de ouro com intuito de manter o saldo da balança comercial da nação superavitária. Portanto, a ideia mercantilista era contrária ao livre comércio, onde só haveria nação exportadora de produtos e nenhum importador. (VIANA, 2004). Extinguiam-se as relações de comércio entre as nações.

Em virtude das inconsistências das ideias dos mercantilistas, surgiu, no final do século XVIII, a economia clássica, a qual, contrária aos mercantilistas, pregava o livre comércio entre as nações e tinha como principais representantes Adam Smith e David Ricardo. Adam Smith, na *Riqueza das Nações*, 1776, preconizava que a riqueza de uma nação devia ser medida pelo aumento da produtividade do trabalho, e o trabalho era o único fator que determinava o preço dos produtos, ou seja, quanto mais trabalho utilizado na produção de um bem, maior seria o preço desse bem. A teoria da vantagem absoluta defendia que um país deveria especializar-se na produção de bens e serviços que faria com maior eficiência, utilizando menos horas de trabalho, e reduziria a produção daqueles que não tivesse uma elevada eficiência. Assim, o livre comércio permitiria a interação benéfica e obtenção de ganhos entre as nações que participassem do processo de troca (SILVA, 2006).

Aperfeiçoando a teoria de Smith, de acordo com Krugman; Obstfeld (2001, p. 22), David Ricardo criou a Teoria das Vantagens Comparativas, que foi uma peça fundamental para o entendimento da existência do comércio e os efeitos do comércio internacional sobre o bem-estar nacional, embora o processo de troca seja esclarecido por diferenças na produtividade de mão de obra e, também, entre os recursos das nações.

David Ricardo (1897) argumentava que seria possível haver comércio entre dois países ainda que um deles tivesse vantagem absoluta na produção de todos os bens, e mesmo assim o comércio seria benéfico para os países. Sustentava a ideia de que um país que não tivesse vantagem absoluta deveria especializar-se na produção e exportação do bem em que possua vantagens comparativas, já que considerava apenas o fator trabalho como elemento essencial para a determinação dos custos de produção. (SILVA, 2006).

Como essas teorias não explicaram os efeitos do comércio internacional, surgiu no século XX a Teoria das Proporções dos Fatores, desenvolvida por Elin Hercksher e Bertl Ohlin, com o propósito de analisar a distribuição de renda entre os proprietários dos fatores de produção. Para esses autores (MAIA, 1998 *apud* SEREIA *et al.*, 2008 p. 559), as diferenças de custos de produção de um mesmo produto de uma nação para outra são resultados das seguintes circunstâncias: custos dos insumos, proporção dos fatores de produção (natureza, trabalho e capital), imobilidade da mão de obra e dificuldades na transferência dos fatores de produção entre países.

Essa teoria trata o comércio como resultado dessas diferenças de dotações de fatores de produção entre os países. A hipótese evidencia que os proprietários de fatores abundantes ganham com o comércio, ao passo que os proprietários que detêm fatores escassos são prejudicados, uma vez que as nações exportam bens intensivos em fatores abundantes e importam bens intensivos em fatores escassos (Krugman; Obstfeld, 2001).

Conforme Salvatore (2000 *apud* Sereia *et al.*, 2008, p. 560), o equilíbrio geral da teoria de Hercksher e Ohlin (H-O) é preconizado pela interação dos gostos e preferências e a distribuição da renda que determina a demanda das mercadorias. A

demandas e a oferta aos fatores que determinam o preço dos fatores de produção em concorrência perfeita. Esse preço combinado à tecnologia gera o preço das mercadorias finais. A diferença nos preços relativos das mercadorias entre os países determina a vantagem comparativa e o padrão de comércio. Destarte, o comércio de mercadorias tornou-se uma maneira indireta de comercializar os fatores de produção.

O modelo de comércio internacional proposto por Hercksher e Ohlin foi criticado devido ao caráter restrito de suas pressuposições. Alguns autores alegavam que a maior parte do comércio mundial não tem ocorrido entre países que se especializaram na produção de produtos de distintos conteúdos tecnológicos. Acontecendo o inverso, a grande parte do comércio mundial ocorre em ambiente de competição imperfeita, entre países desenvolvidos, comercializando entre si produtos com elevado grau tecnológico, enquanto os países em desenvolvimento exportam bens primários e importam produtos tecnológicos. (VIANA, 2004).

Os atuais estudos sobre comércio internacional, como Krugman (1979, 1981), Lancaster (1980), Helpman (1981), Ethier (1982), Thorstensen *et al.* (1994) *apud* Viana (2004 p. 17), denominado de a “Nova Teoria do Comércio Internacional”, explicam a existência do comércio pelos rendimentos crescentes de escala, concorrência imperfeita, padrões de demanda e produtos diferenciados. Nesse contexto, o país que se especializar na produção de bens com custos decrescentes de escala será competitivo no mercado internacional.

Outros autores têm ajudado significativamente para a compreensão da competitividade no comércio internacional, como Bela Balassa (1965), que criou o conceito de Vantagem Comparativa Revelada (VCR). Esse método surgiu como alternativa para identificar os setores os quais possuem vantagem na produção e, por sua vez, na exportação. Neste método, a vantagem comparativa é tida como revelada, visto que sua quantificação se baseia em dados pós-comércio. (FIGUEIREDO; SANTOS, 2005).

É importante que se apontem algumas limitações que podem aparecer, quando se utiliza a vantagem comparativa revelada, devido ao protecionismo próprio das relações comerciais, como tarifas sobre importações, subsídios às exportações,

poder de mercado, alterações cambiais e outras, que podem atingir os resultados desse indicador. Essas limitações surgem porque a definição de vantagem comparativa está atrelada às pressuposições clássicas da concorrência perfeita, dentre as quais a inexistência de barreiras comerciais e o protecionismo. (FONTES, 1992 *apud* FIGUEIREDO; SANTOS, 2005, p. 11).

Conforme Figueiredo e Santos (2005, p.11), mesmo com limitações nas análises do comércio internacional, verificadas em indicadores de vantagem comparativa revelada, são utilizados por causa da facilidade de construção e pela adequação às bases de dados de comércio internacional. O emprego desses indicadores permitiu acompanhar a evolução do fluxo de comércio, ao longo do tempo, por serem diretrizes importantes na detecção de impactos positivos e/ou negativos de políticas realizadas.

3.2 Compreendendo a competitividade e seus indicadores

As últimas décadas foram marcadas pela aceleração da globalização da economia, pelo crescimento do regionalismo econômico e pela especialização, fenômenos que afetaram a evolução do comércio internacional, com representação direta sobre a competitividade entre as nações. (SILVA, 2001).

Isto remete à globalização, que é um processo de integração econômica entre os países sob vários aspectos: comercial, produtivo e financeiro. Através deste processo, muitas empresas buscam conquistar novos mercados consumidores. A concorrência fez com que as empresas ampliassem a utilização de recursos tecnológicos para baratear os preços e estabelecer contratos comerciais e financeiros de maneira rápida e eficiente. (VASCONCELLOS; GARCIA, 2004).

Porter desenvolveu uma análise sobre os padrões de concorrência empresarial e as estratégias adotadas pelas empresas para atuação no mercado e para aquisição de vantagem competitiva. Para Porter (1986 *apud* Oliveira 2005, não paginado), a estrutura industrial é regulada por cinco forças competitivas: ameaça dos fornecedores, ameaça dos compradores, grau de rivalidade dos concorrentes existentes, ameaça dos concorrentes potenciais e dos produtos substitutos.

A primeira força trata do poder de barganha junto aos fornecedores que se estabelecem quando se evidencia o grau de concentração e oligopolização, a presença ou não de produtos substitutos na venda para a indústria, o grau de importância do produto fornecido para o negócio do comprador, o grau de diferenciação ou de custos de alteração nos produtos fornecidos e ameaça de integração para frente por parte dos fornecedores. Assim, os fornecedores influenciam uma indústria na proporção que detenham poder de negociação suficiente para, através de uma elevação no nível de preços ou diminuição da qualidade dos bens e serviços fornecidos, afetar negativamente a rentabilidade da indústria.

A segunda força mostra que os compradores pressionam a indústria ao impor uma redução dos preços, ao exigir qualidade e ao estimular a competição entre as mesmas. No entanto, o poder dos compradores depende diretamente do grau de concentração ou do volume adquirido em relação às vendas do vendedor, da facilidade de troca de fornecedor, da ameaça de integração para trás por parte dos compradores, do grau de conhecimento das condições de mercado por parte dos compradores e do baixo nível de influência do produto da indústria na qualidade dos produtos ou serviços do comprador.

A terceira força responsabiliza os concorrentes existentes por alterarem a estrutura industrial ao competirem por uma posição mais privilegiada no mercado. O grau de rivalidade da concorrência existente está relacionado com a quantidade de concorrentes, com custos fixos ou de armazenamento elevados; com barreiras de saída altas e com a ausência de diferenciação ou custos de mudanças. A quarta força relata que os concorrentes potenciais alteram a estrutura industrial, isso porque, ao tentar entrar no mercado, podem forçar uma redução dos preços ou um aumento dos custos dos participantes. Com isso, as barreiras elevadas implicam uma intensa retaliação por parte dos concorrentes estabelecidos. Por último, têm-se os produtos substitutos que influenciam a indústria, proporcionando uma alternativa de preço-desempenho capaz de atingir o nível de lucratividade das empresas participantes.

É importante ressaltar que as alianças surgem de necessidades comuns das empresas envolvidas, apresentando-se como alternativa para reduzir custo e/ou estimular a diferenciação de seus produtos (PORTER, 1990 *apud* OLIVEIRA, 2005).

Conforme Carbaugh (2004 *apud* Silva 2006, p. 41), através das novas oportunidades de negócios, um país pode especializar-se na produção de um bem que produza com qualidade e direcionar as receitas advindas desta negociação para obter de outras regiões produtoras aquelas mercadorias cujo custo de produção é alto, possibilitando, assim, o aumento da produtividade do país, uma vez que se torna possível adquirir de outro, bens e serviços nos quais as empresas internas são pouco produtivas. Isso faz com que os recursos sejam direcionados para a produção, elevando o nível médio de produtividade da economia, que é condição necessária para a melhoria dos níveis de renda.

Dessa forma, tornar-se mais competitivo no cenário internacional resulta em benefícios internos que podem advir tanto da elevação das exportações como da redução das importações. Nestas duas situações, é aconselhável que a melhoria no desempenho comercial seja decorrente da eficiência produtiva, com redução dos custos e aumento da produtividade, já que no âmbito da política comercial, as decisões resultam em práticas protecionistas, que são fontes de conflitos internacionais na área de comércio. (SILVA, 2001).

Segundo Porter (1986) *apud* Sereia *et al.*, (2008, p. 563), a sustentabilidade da posição competitiva depende da implementação de estratégias genéricas de competitividade de três dimensões: a) liderança no custo total: custo baixo em relação aos concorrentes é a principal ação de toda estratégia; b) diferenciação: diz respeito à criação de projetos ou imagem da marca, tecnologia, peculiaridades, serviços sob encomenda, rede de fornecedores, ou outras dimensões que sejam consideradas únicas; c) enfoque: corresponde à capacidade de atender seu objetivo estratégico de forma efetiva e eficiente do que os concorrentes que estão competindo de maneira mais ampla.

No agronegócio, o controle nos custos é fundamental, visto que é necessário um grande volume de operações para adquirir ganhos de economias de

escala e de escopo, como forma de reduzir os custos unitários de produção e distribuição. A diferenciação de produtos e serviços através da pesquisa e desenvolvimento, tecnologia, inovação e ações de marketing, vendas e distribuição devem aumentar a oferta de novos produtos e agregando valor a esses e aos produtos já existentes. (WEDECKIN, 2002).

Fajnzylber *apud* Viana (2004, p. 19) relaciona competitividade principalmente à produtividade. Explica que qualquer indústria de um país pode tornar-se mais competitiva internacionalmente à medida que sua produtividade cresça em relação à alcançada pelos seus competidores. Essa elevação na produtividade está associada ao ritmo de investimento, à incorporação do processo técnico e à pesquisa e desenvolvimento.

Para Gonçalves (1987), Haguenauer (1989), Horta (1993), Medeiros e Fontes (1994) e Gasques e Conceição (2002), *apud* Cunha Filho (2005, p. 25) *apud* Silva (2006, p. 44), a competitividade de um produto ou setor pode ser analisada pelo desempenho de suas exportações, sendo então competitivos os produtos que expandirem sua oferta internacional de um determinado segmento.

De acordo com Ferraz *et al* (1995) *apud* Viana (2004, p. 19), os fatores analíticos centrais de compreensão do termo competitividade devem ser buscados no processo de decisão das estratégias empresariais. Sendo conceituada como a capacidade da empresa de formular e delinear estratégias de concorrência, que lhe permitam ampliar ou conservar uma posição sustentável no mercado.

Ainda segundo esse autor, o processo produtivo de qualquer empresa é estudado sob dois aspectos: o da competitividade revelada e o da competitividade potencial. A primeira é vista pelo lado da demanda, ou seja, as exigências do mercado pelos diversificados produtos motivam as empresas por maior eficiência. A competitividade é uma variável “*ex-post*” que sintetiza os fatores preço e não preço (qualidade dos produtos e fabricação, habilidade de servir o mercado, capacidade de diferenciação de produtos).

A competitividade potencial é avaliada pelo lado da oferta, em que o produtor escolhe a tecnologia, os métodos e os processos de organização da produção que sejam mais eficientes para conquistar a competitividade. A competitividade é fenômeno “*ex ante*”, ou seja, o desempenho obtido pelas firmas no mercado internacional seria consequência de sua capacitação.

Os indicadores de competitividade internacional são classificados segundo três óticas: desempenho, eficiência e capacitação. Os indicadores de desempenho focalizam as formas com que a competitividade internacional se manifesta, voltada ao mercado nacional e particularmente ao comércio internacional. Já o indicador de eficiência necessita da 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. Por fim, os indicadores de capacitação se referem aos determinantes do sucesso competitivo associado 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, contendo os investimentos feitos em capital humano (COUTINHO; FERRAZ, 1993).

Esses indicadores podem ser relacionados de acordo com o seu caráter absoluto e relativo. Os indicadores conhecidos como absolutos se referem à comparação do desempenho competitivo de determinado país com o de seus concorrentes no comércio mundial dos produtos respectivos. Agora, os indicadores do tipo relativo são denominados “indicadores de vantagem comparativa revelada” e medem a relação entre o desempenho do setor em questão e o desempenho dos demais setores do mesmo país. (SILVA, 2006).

Apesar da existência de vários autores que trabalharam na edificação dos indicadores de desempenho, o mais relevante foi Balassa que, em 1965, desenvolveu os indicadores de Vantagem Comparativa Revelada (VCR), para facilitar a quantificação dos fatores responsáveis pelas vantagens comparativas dos países. Com isso, o autor sugere que a ideia desse índice configura-se no fato de que o comércio “revela” vantagens comparativas, já que o resultado e sua análise estão baseados em

dados obtidos depois de verificada a ocorrência do comércio (COUTINHO e FERRAZ, 1993).

Hidalgo (1998) *apud* Silva (2006, p. 43) define a competitividade, baseados na abordagem de Lafay (1990), como “a comparação de custos entre diferentes produtos para um determinado país”, convicto de que a competitividade também estava determinada pela conjuntura macroeconômica e pela taxa de câmbio, principalmente no que se refere aos produtos não diferenciados.

Devido às inúmeras interpretações dadas ao termo competitividade, Silva e Batalha (1999) *apud* Silva (2006, p. 43) exprimiram o conceito de competitividade em duas vertentes: a primeira avalia a competitividade como desempenho de uma empresa ou produto. Neste caso, os resultados avaliados decompõem-se na determinação de competitividade revelada. O indicador de competitividade nesta ótica diz respeito à participação de um produto em um mercado específico (*market share*). Esse indicador é considerado, para a economia neoclássica, eficaz para analisar a participação das exportações de um setor no mercado internacional. Crêem que a competitividade de um país ou setor seja resultado das competitividades individuais que compõem um país, região ou setor.

Na segunda vertente, a competitividade é compreendida pela eficiência que visa a mensurar o potencial da competitividade de um setor ou empresa. Aqui, o potencial competitivo poderia ser adquirido através da identificação e estudo das opções estratégicas adotadas pelos agentes econômicos, dadas às restrições gerenciais, financeiras, tecnológicas e organizacionais, existindo uma relação eventual entre o comportamento estratégico da firma e o seu desempenho eficiente.

Para Horta (1983) *apud* Coelho; Berger (2004, p. 57), a competitividade está diretamente relacionada ao desempenho das exportações industriais, sendo competitivas as indústrias que expandem sua participação no mercado mundial de determinados produtos. Essa definição mostra, além das condições de produção, fatores que inibem e estimulam as exportações.

Conforme esses autores, com base na ideia de Haguener (1989), Pinheiro; Horta (1992) e Kupfer (1993), a competitividade das exportações pode ser compreendida através de três visões diferentes, que adotam critérios também diferenciados: a visão desempenho, a visão macro e a visão eficiência.

A visão desempenho analisa a competitividade, com base no desempenho comercial de um país ou mercado internacional. Quanto maior for a participação no mercado internacional, mais competitivas se tornarão as exportações do país. O indicador utilizado nesta visão é o *constant-market-share*.

A visão macro avalia a competitividade das exportações levando em conta as decisões políticas, sendo de grande importância para o resultado. As variáveis de política econômica cambial (taxa de câmbio) e fiscal (subsídio) podem ser utilizadas como mecanismos de ampliação da competitividade das exportações. Nesta ótica, os referidos autores em comunhão com o estudo de Ângelo (1997), Horta (1983), consideram a taxa de câmbio real o método mais adequado para medir a competitividade.

Por último, a visão eficiência agrega à competitividade das exportações a capacidade de um país produzir bens com níveis de eficiência e qualidade superiores aos seus competidores no mercado. Aqui, o instrumento usado para mensurar a competitividade é a rentabilidade das exportações.

Leamer; Stern (1970) e Rigauz (1971) *apud* Coronel (2008, p. 61) fazem críticas ao modelo *Constant-Market-Share* por tratar somente os determinantes do lado da demanda nas relações mundiais de comércio, não levando em conta os fatores da oferta, sendo que as relações econômicas de comércio são determinadas pela influência mútua da oferta e da demanda. Essa visão unilateral do modelo é minimizada pelo o efeito competitividade, devido aos preços que são determinados pela interação da oferta e da demanda. A utilização desse modelo, no entanto, possibilita a visualização da tendência e as perspectivas dos mercados importadores, proporcionando ao governo e ao setor produtivo subsídios para articular estratégias nas questões referentes à política comercial. (CARVALHO, 1995 *apud* CORONEL, 2008, p. 61).

Esta análise limita-se aos indicadores de desempenho, os quais têm sido largamente utilizados como indicadores de competitividade das exportações brasileiras, já que se caracteriza por demonstrar as formas pelas quais a competitividade internacional se manifesta, apresentando a participação de um setor ou país estudado no mercado nacional e, principalmente, no comércio internacional.

4 METODOLOGIA

4.1 Áreas de Estudo

O setor de fruticultura tem mostrado sinais crescentes da vocação exportadora para algumas frutas, como, por exemplo, o abacaxi e a melancia. Essas frutas contribuíram para a ampliação da participação do Brasil e do Ceará no mercado internacional de frutas. Com isso, foram analisados os principais países exportadores e importadores de abacaxi e melancia do Brasil e do Ceará, no período de 1997 a 2006.

Os principais destinos das exportações brasileiras de abacaxi, no período analisado, foram: Holanda (Países Baixos), Itália, Alemanha, Portugal, Reino Unido, França, Espanha, Estados Unidos, Argentina e Uruguai.

O Ceará vem expandindo seu mercado com as exportações de abacaxi para o exterior, tendo a Europa como seu principal parceiro comercial. Os principais destinos das exportações cearenses de abacaxi no período de 1997 a 2006 foram: Holanda (Países Baixos), Itália, Alemanha, Portugal, Reino Unido, Espanha, Estados Unidos, Argentina e Chile.

Os principais países importadores de melancia do Brasil, considerando o período analisado, foram Holanda (Países Baixos), Itália, Alemanha, Reino Unido, Espanha, Suécia, Polônia, Argentina e Uruguai.

Com o grande potencial de desenvolvimento regional da fruticultura, o Ceará vem se destacando também na exportação de melancia, principalmente com o formato quadrado e da melancia sem semente, conquistando o mercado internacional tão exigente e competitivo. Os principais países importadores da melancia cearense foram: Holanda (Países Baixos), Itália, Alemanha, Reino Unido, Espanha, Bélgica, Irlanda, Polônia e Argentina, durante o período estudado.

4.2 Fontes de Dados

No presente estudo foram analisadas as seguintes variáveis: o valor das exportações e importações de abacaxi e melancia do Brasil e do Ceará, que foi utilizado para a construção do Indicador de Vantagem Comparativa Revelada, Taxa de Cobertura, Desempenho das Exportações e *Constant Market Share*. As informações necessárias para a determinação dos indicadores a serem utilizados neste trabalho foram de origem secundária, obtidos na Secretaria do Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), no sistema *Aliceweb*, referente ao período de 1997 a 2006, do qual foram pesquisados dados sobre as exportações e importações brasileiras e cearenses de abacaxi e melancia. As informações sobre a balança comercial dos produtos agrícolas brasileiros e cearenses foram obtidas na Secretaria de Produção e Comercialização (SPC) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Já os dados referentes ao comércio mundial de produtos agrícolas e as exportações e importações de abacaxi e melancia dos países selecionados foram retirados da *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO).

4.3 Métodos de análise

4.3.1 Análise tabular e descritiva

Na análise dos resultados apresentados foram empregados os métodos de análise tabular e gráfica, a fim de atender a todos os objetivos deste trabalho. Esta técnica permite relatar as características relativas ao objeto estudado e mostrar dados, de maneira sistemática, permitindo uma visão globalizada do que será avaliado (GIL, 1997).

4.3.2 Indicadores de desempenho

Os indicadores de Vantagem Comparativa Revelada, Taxa de Cobertura, Indicador de desempenho das exportações e Modelo *Constant Market Share* foram utilizados para avaliar o desempenho do abacaxi e da melancia na pauta das

exportações brasileiras e cearenses (HAGUENAUER, 1989; COUTINHO e FERRAZ, 1993; HIDALGO, 2000; VIANA, 2004 e SILVA, 2006).

4.3.2.1 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 produto e permite comparar a participação relativa das exportações de um produto de diversas regiões/países.

Os indicadores de Vantagem Comparativa Revelada (VCR) foram desenvolvidos por Balassa, em 1965, como uma necessidade de resolver a dificuldade de quantificação dos fatores responsáveis pelas vantagens comparativas dos países, incluindo custos relativos e diferenças em “fatores não ligados a preços”. Neste sentido, o autor sugere que o estudo das vantagens seja feito de maneira que essas vantagens sejam “reveladas” nos padrões de comércio, os quais a teoria neoclássica seria determinada pelas vantagens comparativas reveladas (COUTINHO; FERRAZ, 1993).

Desta maneira, o indicador de VCR 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 dos principais países exportadores do mundo.

Com isso, o indicador de vantagem comparativa revelada para uma região *j* em um produto ou grupo de produtos *i* pode ser definido da seguinte forma:

$$\mathbf{VCR}_{ij} = (\mathbf{X}_{ij} / \mathbf{X}_{ik}) / (\mathbf{X}_j / \mathbf{X}_k) \quad (1)$$

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_{ik} = é o valor das exportações do produto *i* do país ou zona de referência *k*.

X_j = é o valor total das exportações de produtos agrícolas da região ou país *j*.

X_k = é o valor total das exportações de produtos agrícolas do país ou zona de referência *k*.

Neste estudo:

i = abacaxi e melancia.

j = Ceará e Brasil

k= Principais países exportadores do mundo

Quando a $VCR_{ij} > 1$, conclui-se que o produto *i* apresenta vantagem comparativa revelada. Se a $VCR_{ij} < 1$, então o produto *i* apresenta desvantagem comparativa revelada. Obtendo-se $VCR_{ij} = 1$, a região *j* não terá vantagem, nem desvantagem na exportação do produto *i*: a produção local supre as necessidades internas de consumo, não havendo excedente para ser exportado.

4.3.2.2 Taxa de Cobertura

A Taxa de Cobertura (TC) é adquirida pela relação entre exportações/importações do produto *i*, ou grupo de produtos agrícolas da região ou país *j*. Além disso, as informações obtidas auxiliam no estudo da competitividade. A taxa de cobertura é representada da seguinte forma:

$$TC_{ij} = X_i / M_i \quad (2)$$

Onde:

TC_{ij} = Taxa de cobertura do produto *i* da região ou país *j*.

X_i = é o valor das exportações do produto *i* da região ou país *j*.

M_i = é o valor das importações do produto *i* da região ou país *j*.

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

Quando $TC_{ij} > 1$, diz-se que ocorreu uma vantagem comparativa em termos de cobertura das importações, ou seja, as exportações do produto *i* são maiores quando comparadas às importações do mesmo produto. Isto é, existe um saldo positivo na balança comercial dessa região ou país, referente a esse produto.

Segundo Gutman; Miotti (1996) *apud* Hidalgo (1998, p. 494), os produtos que ao mesmo tempo apresentam vantagem comparativa revelada e taxa de cobertura maior

que a unidade constituem os “pontos fortes” de uma economia. O contrário, isto é, os produtos que apresentam simultaneamente desvantagem comparativa revelada e taxa de cobertura inferior à unidade são tidos como “pontos fracos” de uma economia.

Com base na comparação desses pontos, é possível distinguir o grau de aproveitamento e adaptação da oferta dos produtos de um país ou região à demanda internacional. Vale ressaltar que o não aproveitamento de oportunidades comerciais pode estar relacionado à existência de barreiras tarifárias e não tarifárias ou à presença de acordos e sistemas de preferências comerciais entre as nações (HIDALGO, 1998).

4.3.2.3 Indicador de Desempenho das Exportações

O indicador de desempenho das exportações exprime a evolução comercial de um país em um determinado período (t) de um setor ou produto (i) específico, ou seja, se o país reduziu ou aumentou suas exportações para o mercado (k) em determinado período. Esse indicador procura expressar o desvio entre as exportações do produto (i) de uma região ou país (j), no período (t), de um determinado país para o outro (k), e o que eles teriam sido se o país tivesse permanecido com a mesma participação no mercado, registrado no período t_0 . (SILVA; ANEFALOS; REIS FILHO, 2001 *apud* SILVA, 2006, p. 49).

O indicador de desempenho avalia o comportamento do comércio de um produto i entre dois países ou regiões. A fórmula utilizada para este indicador é:

$$\mathbf{DES}^{it}{}_{jk} = X^{it}{}_{jk} - (X^{ito}{}_{jk} \times M^t{}_{jk} / M^{to}{}_{jk}) \quad (3)$$

Onde:

$\mathbf{DES}^{it}{}_{jk}$ = Indicador de Desempenho das exportações do produto i do país/ região j para o país/região k no período t .

$X^{it}{}_{jk}$ = valor das exportações do produto i no ano t do país/ região j para o país/região k .

$X^{ito}{}_{jk}$ = valor das exportações do produto i no ano t_0 do país/região j para o país/região k .

$M^t{}_{jk}$ = valor das importações totais do produto i no ano t realizado pelo país/região k .

$M^{to}{}_{jk}$ = valor das importações totais do produto i no ano t_0 realizado pelo país/região k .

Indicador positivo ($DES>0$) demonstra que o país/região aumentou sua participação no mercado do país importador em relação ao período inicial, no que diz respeito ao produto analisado, se o valor negativo ($DES<0$) indica que o país/região perdeu participação no mercado em relação ao período inicial.

4.3.2.4 Constant Market Share (CMS)

O método permitiu identificar as causas do crescimento das exportações do abacaxi e da melancia. Esta análise enfatiza o desempenho do mercado exportador em relação ao mercado importador. O modelo CMS atribui o crescimento das exportações, favorável ou desfavorável das exportações ao setor exportador, tanto no que se refere à estrutura das exportações do país quanto a sua competitividade. A suposição do modelo é que, mantida a parcela de exportação do país, a variação apresentada ocorre devido à competitividade (LEAMER e STERN, 1970 *apud* SEREIA *et al.*, 2008, p. 570).

Observa-se uma distinção entre este modelo e o indicador VCR, na qual o primeiro considera que a competitividade absoluta de um país é refletida pelo desempenho das exportações de um setor e/ou país no comércio internacional. Já o segundo indicador analisa o desempenho de um setor relacionando somente as exportações do país, isolando da avaliação o desempenho desse setor no mercado mundial. (SILVA, 2006).

Para este modelo, a decomposição do crescimento das exportações, ou seja, as variações na participação das exportações de um país no comércio mundial procedem dos seguintes fatores: crescimento do comércio mundial; destino das exportações e competitividade.

Descrição do modelo:

$$\sum_j (\bar{V}_{ij} - \bar{V}_{ij}) = \sum_j (r_i \bar{V}_{ij}) + \sum_j (r_{ij} - r_i) \bar{V}_{ij} + \sum_j (\bar{V}_{ij} - \bar{V}_{ij} - r_i \bar{V}_{ij}) \quad (4)$$

Onde:

$\sum(V'_{ij} - V_{ij})$ = corresponde ao crescimento efetivo total do valor das exportações do produto i do estado/país em análise para o mercado j .

V'_{ij} = valor das exportações do produto i do estado/país em análise para o mercado j no período 2.

V_{ij} = valor das exportações do produto i do estado/país em análise para o mercado j no período 1.

r_i = incremento das exportações mundiais do produto i , do período 1 para o período 2.

r_{ij} = incremento das exportações do produto i para o país j , do período 1 para o período 2.

Desta forma, comprehende-se o crescimento das exportações do produto i do estado/país em análise, a partir dos seguintes fatores:

i) **Efeito crescimento do comércio mundial** = $\sum_j (r_i V_{ij})$

Efeito do crescimento do comércio do produto i , ou seja, incremento das exportações do país em função de um aumento geral do comércio. Representa a porcentagem de crescimento observada se as exportações do país tivessem crescido à mesma taxa de comércio internacional.

ii) **Efeito destino das exportações** = $\sum_j (r_{ij} - r_i) V_{ij}$

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. Expõe os ganhos ou perdas decorrentes da venda do produto para mercados externos mais ou menos dinâmicos.

iii) **Efeito competitividade** = $\sum_j (V'_{ij} - V_{ij} - r_i V_{ij})$

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 preço e/ou custos, seja em virtude da melhoria na qualidade do produto e/ou condições de financiamento. Se este efeito for negativo, o país deixa de manter sua parcela no mercado, o que aponta aumento de preços para o país em questão.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Comportamentos do mercado internacional de abacaxi

No mercado internacional, um grande produtor nem sempre é um grande exportador. O tímido desempenho de alguns países no mercado externo do abacaxi é uma prova disso. No período de 1997 a 2006, os principais produtores, na ordem, foram: Tailândia, Brasil, Filipinas, China, Índia, Costa Rica, Nigéria, México, Indonésia e o Quênia (FAO, 2009). No entanto, apenas o Brasil, Filipinas e Costa Rica se destacaram, também, nas exportações do abacaxi.

Essa realidade ocorre devido ao fato de o mercado internacional de frutas ser extremamente exigente e competitivo. Vários são os obstáculos comerciais utilizados por importadores, e o abacaxi não foge a essa realidade. Mesmo assim, nota-se um dinamismo no *ranking* dos exportadores de abacaxi ao longo do período analisado. Observa-se na Tabela 12 que países como Holanda, Bélgica, França, Costa do Marfim, Estados Unidos, Gana, Honduras e Alemanha figuram entre os principais exportadores, isso porque alguns países são as portas de saída do abacaxi para a Europa, razão pela qual os países geralmente se caracterizam como principais exportadores no continente europeu.

TABELA 12 - Valor das exportações (US\$ MIL) de abacaxi dos principais países exportadores do mundo 1997 a 2006.

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	3.938	3.854	4.290	4.098	3.408	1.791	2.848	6.063	6.097	7.239
Costa Rica	102.848	114.968	128.234	121.550	140.691	174.643	198.889	257.245	328.732	440.264
Bélgica	-	-	-	44.209	75.247	95.571	149.358	211.306	254.836	234.328
França	59.753	55.494	63.926	53.737	60.024	84.815	75.502	67.429	53.744	38.651
Holanda (Países Baixos)	19.524	14.701	19.349	15.888	20.183	28.195	56.421	82.399	116.182	173.865
Costa do Marfim	49.546	37.250	54.549	47.082	45.201	43.534	49.822	53.508	47.389	70.577
Filipinas	27.189	20.841	22.814	24.793	27.407	29.537	38.096	41.133	117.869	127.233
Estados Unidos	15.585	18.202	22.128	28.017	32.716	40.661	54.070	68.433	81.429	16.470
Gana	9.998	11.676	11.593	11.513	7.933	15.520	33.403	68.343	15.644	51.367
Honduras	5.645	18.500	19.200	6.330	17.559	8.674	16.594	22.767	20.695	19.026
Alemanha	3.074	3.695	6.284	5.916	7.086	9.871	16.661	22.252	33.223	29.907
Outros	72.023	77.925	85.653	41.621	60.914	87.854	114.383	139.646	152.395	178.586
Mundo	369.123	377.106	438.020	404.754	498.369	620.666	806.047	1.040.524	1.228.235	1.387.513

Fonte: Elaboração pela autora, a partir de dados da SECEX/ MDIC e da FAO

Ainda segundo a tabela 12, observa-se que a Costa Rica lidera a exportação de abacaxi no período, seguida, na sequência, da Bélgica, Holanda (Países Baixos), Filipinas, Costa do Marfim, Gana, França, Alemanha, Estados Unidos e Honduras. Como pode ser analisado, alguns destes países ora apresentam aumento nas exportações, como é o caso da Costa Rica, Holanda (Países Baixos), Filipinas e Gana; ora apresentam queda das exportações ao longo dos anos analisados, como Bélgica, França, Estados Unidos e Alemanha.

Por outro lado, somente alguns países se destacam também como importadores potenciais da fruta em análise. Os referidos dados estão apresentados na Tabela 13. Os Estados Unidos se destacam como o maior importador, seguido da Bélgica e Holanda. Dos países em destaque, o Brasil, assim como a Costa Rica, Costa do Marfim, Filipinas, Gana e Honduras são o que apresentaram menor valor das importações de abacaxi.

TABELA 13 - Valor das importações (US\$ MIL) de abacaxi dos principais exportadores do mundo 1997 a 2006.

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	142	1	9	26	0	0	2	5	12	13
Costa Rica	155	387	991	6	2	50	12	3	0	76
Bélgica	0	0	0	57.934	68.556	108.441	170.912	224.827	258.863	204.166
França	95.146	89.693	89.588	93.524	98.778	95.689	119.599	127.218	106.290	96.389
Holanda (Países Baixos)	16.348	15.011	16.506	16.225	17.871	24.711	54.222	61.031	80.647	187.239
Costa do Marfim	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
Filipinas	1	7	4	0	0	0	0	5	0	0
Estados Unidos	102.248	103.259	145.206	157.590	185.258	188.171	275.158	266.630	265.615	440.262
Gana	0	0	0	0	0	16	39	0	35	35
Honduras	357	2	14	8	9	48	92	54	175	120
Alemanha	33.657	35.979	45.409	43.925	53.747	68.731	69.922	96.115	117.247	144.555
Outros	311.274	297.216	335.341	302.811	349.867	453.544	548.912	685.924	750.709	882.846
Mundo	525.671	505.576	587.659	628.124	720.341	870.670	1.168.949	1.365.746	1.462.389	1.811.227

Fonte: Elaboração pela autora a partir de dados da SECEX/ MDIC e da FAO

Considerando a pauta de exportação (Tabelas 12 e 13), verifica-se que o Brasil exporta mais que importa, apresentando superávit em todo o período estudado, o que caracteriza o país como potencialmente competitivo, tornando o mercado externo uma alternativa a mais para os produtores brasileiros de abacaxi e para o setor de fruticultura brasileira.

Os Estados brasileiros que se destacaram como principais exportadores nesse período foram: Minas Gerais, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraná, Santa Catarina e Bahia. No entanto, nota-se que alguns Estados apresentaram um comportamento instável ora com tendência crescente, como é o caso do Ceará, ora decrescente, como de Minas Gerais, Bahia e Rio Grande Sul, conforme visto anteriormente.

A partir de 2004, as exportações brasileiras deram um salto expressivo, tendo o Ceará como maior exportador do Brasil e o único exportador regular para a Europa atualmente (CEARÁ, 2004).

5.2 Análises dos indicadores de competitividade para o abacaxi cearense/brasileiro no mercado internacional

O comportamento das exportações de abacaxi evidenciou a existência de uma alternância de países na lista dos principais exportadores e importadores. A seguir, avalia-se o desempenho dos países neste mercado competitivo e exigente, com foco no Brasil e no Ceará.

5.2.1 Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR)

O indicador de vantagem comparativa revelada, como já abordado neste estudo, é uma medida revelada em que seu cálculo está baseado em dados observados após o comércio. Este índice revela se o estado/país, neste caso Ceará/Brasil, possui vantagem comparativa na exportação de abacaxi, confrontando sua participação na pauta exportadora do comércio de produtos agrícolas nos mercados nacional e internacional.

A Tabela 14 apresenta o indicador de vantagem comparativa revelada do abacaxi cearense e dos principais Estados brasileiros exportadores, tendo como região de referência o mundo. Como pode ser observado, entre os anos de 1997 e 2000, o indicador foi nulo porque não houve exportações do referido produto no Estado do Ceará. A partir de 2001, o VCR passa a apresentar ganhos, todavia com uma pequena participação na pauta de exportação dos produtos agrícolas cearenses. De 2002 para 2003, ocorreu uma queda no indicador de 10,43%, isso devido à participação do abacaxi

na pauta de exportação do Estado ter sido menor em relação à participação na pauta de exportação dos produtos agrícolas mundiais.

Percebe-se que o valor do VCR do abacaxi cearense só se apresentou competitivo no mercado internacional a partir de 2004. Esse bom desempenho pode ter ocorrido devido ao direcionamento de políticas do governo e investimentos por parte dos produtores na produção, distribuição e comercialização, que visam atender as exigências do mercado internacional e minimizar os obstáculos presentes no setor de fruticultura. Somado a existência de ecossistemas diversos, que possibilitam o cultivo da fruta e a sua variedade, o clima e baixa incidência de pragas e doenças.

TABELA 14 - Indicador de Vantagem Comparativa Revelada do abacaxi do Ceará e os principais Estados exportadores do Brasil em relação ao comércio mundial (1997 a 2006).

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	0,000	0,000	0,000	0,000	0,022	0,040	0,035	3,120	3,236	4,344
Minas Gerais	1,519	1,231	1,017	1,046	0,770	0,360	0,332	0,181	0,109	0,049
São Paulo	0,132	0,109	0,105	0,140	0,088	0,036	0,040	0,051	0,010	0,009
Rio Grande do Norte	0,000	0,559	0,021	1,997	0,760	0,665	1,175	0,466	0,391	0,518
Paraná	0,013	0,069	0,193	0,063	0,051	0,015	0,001	0,003	0,002	0,012
Santa Catarina	0,037	0,103	0,168	0,057	0,030	0,018	0,048	0,028	0,011	0,019
Bahia	0,000	0,000	0,031	0,041	0,008	0,000	0,119	0,104	0,139	0,000
Rio Grande do Sul	0,047	0,055	0,017	0,015	0,018	0,012	0,008	0,002	0,002	0,001
Tocantins	0,000	0,000	0,000	0,000	19,723	0,964	3,470	0,949	0,153	0,083
Pernambuco	0,000	0,213	0,000	0,000	0,000	0,051	0,390	0,013	0,001	0,046

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

Enquanto o estado de Minas Gerais, que foi considerado um dos maiores exportadores de abacaxi do Brasil, apresentou em 2003 índice decrescente em todo período estudado, passando de 1,519 para 0,049. Esse resultado se deu em função da ínfima participação do abacaxi na pauta de exportação dos produtos agrícolas de Minas Gerais em relação aos produtos agrícolas mundiais. Esse fato fez com que o VCR apresentasse declínio de 97% em todo período.

Essa diminuição nas exportações se deu pela forte redução em 2001 da área plantada do abacaxi no Triângulo Mineiro, que era responsável por cerca de 95% da

oferta da fruta mineira. A pressão de outras culturas, a exemplo da soja e da cana-de-açúcar, diminuiu a oferta de terras nos últimos anos para o abacaxi, que foi realizado principalmente por arrendatários na região (TODA FRUTA, 2005).

Assim como observado em Minas Gerais, o estado de São Paulo apresentou decréscimo nos índices de VCR de 93% em todo período analisado. Conforme Miracelly (2006), seguindo uma tendência observada em todo noroeste paulista, as plantações de abacaxi foram substituídas pela lavoura de cana-de-açúcar. Os produtores rurais não estavam investindo na plantação do abacaxi, haja vista que preferiram arrendar suas terras para as usinas e destilarias. Essa decisão proporcionou sossego ao produtor, que com renda garantida não precisava se preocupar com os efeitos negativos da estiagem, elevação de preço dos insumos, concorrência de outros mercados produtores em outros estados do Brasil, etc.

No Paraná, o desempenho do índice de VCR do abacaxi mostrou-se em queda em todo período analisado. Os índices de VCR no Rio Grande do Norte mostraram-se acima da unidade nos anos de 2000 e 2003, devido ao aumento expressivo da abacaxicultura na participação dos produtos agrícolas potiguar. Nos demais anos estudados, o indicador mostrou-se menor que a unidade também em função do abacaxi apresentar inexpressiva participação na pauta de exportação dos produtos agrícolas do mundo.

Em Tocantins, o VCR nos anos de 1997 a 2000 apresentou-se nulo, porque o Estado não exportou abacaxi. Já nos anos de 2001 e 2003, o VCR mostrou-se acima da unidade, respectivamente 19,723 e 3,470. Esses bons resultados foram obtidos pela participação do abacaxi na pauta de exportação ser maior que o aumento total dos produtos agrícolas. Nos outros anos, o VCR mostrou-se menor que a unidade, queda decorrente da diminuição da participação do abacaxi na pauta de exportação do Estado, ao mesmo tempo que ocorria um aumento no volume de produtos agrícolas exportados, fazendo com que a participação relativa do abacaxi caísse.

Os estados de Santa Catarina, Bahia e Pernambuco apresentaram também VCR abaixo da unidade basicamente em todo período. Nota-se que estes resultados se deram em função da pequena participação do abacaxi na pauta de exportação desses Estados.

Vale resaltar que nos anos de 1997 e 1998, nos estados da Bahia e Pernambuco, o VCR foi nulo devido à ausência de exportação de abacaxi.

A Tabela 15 apresenta a evolução dos indicadores de vantagens comparativas dos principais países exportadores de abacaxi em relação ao mundo. Conforme especificado, verifica-se que o Brasil não se apresenta competitivo no mercado internacional. Os baixíssimos valores de VCR sugerem que as condições climáticas favoráveis, a adoção de tecnologias modernas, a possibilidade de expansão da safra, a disponibilidade de mão de obra e terras, entre os outros pontos, não estão sendo aproveitados eficientemente ou não são o bastante para garantir a inserção do país no circuito internacional do comércio do abacaxi.

TABELA 15 - Indicador de Vantagem Comparativa Revelada do abacaxi dos principais exportadores mundiais (1997 a 2006).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	0,31	0,29	0,30	0,33	0,18	0,08	0,09	0,13	0,11	0,11
Costa Rica	68,83	64,24	67,89	73,12	75,32	78,67	72,69	74,45	79,86	89,78
Belgica	0,00	0,00	0,00	2,62	3,64	3,66	4,31	4,69	4,99	4,14
França	1,92	1,69	1,65	1,66	1,59	1,74	1,17	0,84	0,61	0,40
Costa do Marfim	25,25	16,37	21,30	25,03	17,89	10,32	10,09	9,96	8,36	11,60
Estados Unidos	0,31	0,37	0,40	0,50	0,48	0,52	0,57	0,63	0,66	0,12
Holanda (Países Baixos)	0,76	0,57	0,54	0,58	0,60	0,62	0,88	1,01	1,21	1,64
Filipinas	18,71	14,09	16,00	16,36	15,79	13,95	12,71	11,71	24,81	25,68
Gana	23,80	23,61	20,95	21,58	13,33	17,14	20,65	31,30	7,16	17,20
Honduras	13,15	28,94	41,12	10,57	21,84	11,99	19,32	18,21	13,03	11,85
Alemanha	0,16	0,17	0,25	0,25	0,24	0,27	0,33	0,33	0,42	0,33

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

Percebe-se que não existe uma tendência definida para alteração deste cenário, já que ocorreu uma diminuição das vantagens comparativas das exportações de abacaxi, em relação ao mundo, de 0,31 para 0,11 no período de 1997-2006, correspondendo a uma queda de 64%. Isso se deu em função da baixa participação da exportação do abacaxi na pauta dos produtos agrícolas brasileiro e mundial. Como mencionado, a abacaxicultura sofre a concorrência de outras culturas, como: a soja e a cana-de-açúcar,

que se apresentam mais rentáveis para os produtores. Com isso, o Brasil tem um longo caminho a percorrer caso queira torna-se competitivo e conquistar novos mercados.

A Costa Rica ocupou a primeira posição no *ranking* dos maiores exportadores de abacaxi, posto que se mostrou competitivo em todo o período estudado. Contudo, a França, mesmo estando na terceira posição, apresentou-se competitivo até 2003. A partir de 2004, o índice foi menor que a unidade.

A Costa do Marfim, Filipinas, Gana e Honduras, mesmo não estando no topo dos principais países exportadores, apresentaram VCR acima da unidade em todo o período analisado, sendo competitivos no mercado internacional. Todavia, apenas Filipinas mostrou uma variação positiva de 37% no período de 1997 a 2006; já a Costa do Marfim, Gana e Honduras apresentaram queda na variação do VCR, respectivamente, de 54%, 28% e 10%.

Mesmo sendo grandes exportadores em termos de valores exportados, os Estados Unidos e Alemanha apresentaram índices menores que um, demonstrando a não competitividade desses países. Esses baixos desempenhos no comércio mundial de abacaxi foram decorrentes da pequena participação na pauta dos produtos agrícolas, provocando a queda relativa do indicador.

No caso da Holanda (Países Baixos), ocorreu um aumento da VCR nos anos de 2004 a 2006, em decorrência da elevada participação do abacaxi na pauta de exportação dos produtos agrícolas. Neste caso, o país apresentou crescimento de 117% no valor do VCR em relação ao ano de 1997.

5.2.2 Indicador de Taxa de Cobertura (TC)

A taxa de cobertura é obtida pela relação entre as exportações e importações do abacaxi. Esse indicador aponta os “pontos fortes” e os “pontos fracos” de uma economia. São considerados “pontos fortes” os produtos que apresentam simultaneamente VCR e TC superiores à unidade; o contrário determina os pontos fracos desta economia.

A Tabela 16 revela a taxa de cobertura para o Ceará e os principais Estados brasileiros exportadores de abacaxi no período de 1997 a 2006. Conforme os dados expostos, todos os Estados são caracterizados por serem apenas exportadores, não apresentando registros de importações de abacaxi. Somente os estados de Minas Gerais, em 1999, São Paulo, em 1997, 1998, 2005 e 2006, e Santa Catarina, em 2006, registraram importações de abacaxi, no entanto apresentaram vantagem em termos de cobertura de suas exportações, ou seja, o valor exportado de abacaxi foi superior ao valor importado.

TABELA 16- Indicador de Taxa de Cobertura do abacaxi do Ceará e dos principais Estados exportadores do Brasil em relação ao comércio mundial (1997 a 2006)

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-
Minas Gerais	-	-	228,47	-	-	-	-	-	-	-
São Paulo	4,35	6.218,05	-	-	-	-	-	-	723,65	415,65
Paraná	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio Grand do Norte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Santa Catarina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20,14
Rio Grande do Sul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tocantins	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bahia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pernambuco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

(-) não houve importação do produto no ano de referência

O Ceará iniciou suas exportações somente a partir de 2001 e, em 2000, realizou uma pequena importação originada da Costa Rica. Minas Gerais exportou durante todo o período, importando somente em 1999, da Tailândia. O estado de São Paulo, mesmo exportando em todo período analisado, importou nos anos de 1997, 1998, 2005 e 2006 dos seguintes países: Tailândia, Suiça, Chile e Indonésia. Já Santa Catarina exportou em todo período analisado, e realizou importações nos de 2005 e 2006, da Tailândia.

A Tabela 17 apresenta a análise conjunta do indicador de vantagem comparativa e a taxa de cobertura para os Estados brasileiros em discussão. No período em análise, o Ceará apresentou-se competitivo a partir de 2004, já que a partir deste ano o Estado iniciou suas exportações de abacaxi. O estado de Minas Gerais só demonstrou-se competitivo na exportação de abacaxi nos anos de 1997 a 2000, período durante o qual tanto o VCR quanto a TC foram maiores do que a unidade. O Rio Grande do Norte mostrou-se competitivo em 2000 e 2003. Já Tocantins demonstrou seu potencial competitivo em 2001 e 2003. Do ponto de vista do mercado interno, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Bahia e Pernambuco apresentaram-se como potenciais centros de consumo de abacaxi.

TABELA 17 – Classificação dos principais Estados exportadores de abacaxi do Brasil em relação ao comércio mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006).

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	Fraco	Forte	Forte	Forte						
Minas Gerais	Forte	Forte	Forte	Forte	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco
São Paulo	Fraco									
Paraná	Fraco									
Rio Grande do Norte	Fraco	Fraco	Fraco	Forte	Fraco	Fraco	Forte	Fraco	Fraco	Fraco
Santa Catarina	Fraco									
Rio Grande do Sul	Fraco									
Tocantins	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Forte	Fraco	Forte	Fraco	Fraco	Fraco
Bahia	Fraco									
Pernambuco	Fraco									

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

A Tabela 18 apresenta a taxa de cobertura do abacaxi para os principais países exportadores em relação ao mundo. Como pode ser observado, Bélgica, França, Estados Unidos e Alemanha apresentaram TC menor que um, o que demonstra que as importações desse países foram maiores que as exportações no período 1997-2006. No entanto, a Bélgica, em 2001 e 2006, obteve exportações maiores que as importações de abacaxi.

TABELA 18 - Indicador de Taxa de Cobertura do abacaxi dos principais exportadores mundiais (1997 a 2006)

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	27,73	3.854,00	476,67	157,62	-	-	1.424,00	1.212,60	508,08	556,85
Costa Rica	663,54	297,07	129,40	20.258,33	70.345,50	3.492,86	16.574,08	85.748,33	-	5.792,95
Bélgica	-	-	-	0,76	1,10	0,88	0,87	0,94	0,98	1,15
França	0,63	0,62	0,71	0,57	0,61	0,89	0,63	0,53	0,51	0,40
Costa do Marfim	-	-	-	-	-	-	49.822,00	53.508,00	-	-
Estados Unidos	0,15	0,18	0,15	0,18	0,18	0,22	0,20	0,26	0,31	0,04
Holanda (Países Baixos)	1,19	0,98	1,17	0,98	1,13	1,14	1,04	1,35	1,44	0,93
Filipinas	27.189,00	2.977,29	5.703,50	-	-	-	-	8.226,60	-	-
Gana	-	-	-	-	-	970,00	856,49	-	446,97	1.467,63
Honduras	15,81	9.250,00	1.371,43	791,25	1.951,00	180,71	180,37	421,61	118,26	158,55
Alemanha	0,09	0,10	0,14	0,13	0,13	0,14	0,24	0,23	0,28	0,21

Fonte: Elaborada pela autora, a partir de dados SECEX/MDI e da FAO

A Costa Rica apresentou a maior vantagem comparativa em termos de cobertura de suas exportações, revelando-se como o mais competitivo país exportador de abacaxi no mercado internacional de produtos agrícolas, juntamente com a Costa do Marfim, Holanda (Países Baixos) são duas províncias da Holanda, Holanda do Norte e Holanda do Sul, que têm 1/4 do seu território abaixo do nível do mar, daí a denominação) Filipinas, Gana e Honduras. No entanto, Holanda (Países Baixos) e Filipinas demonstram tendência de um aumento nas importações mais que proporcional ao crescimento das exportações com quedas de 22,25% e 100%, respectivamente, no valor da taxa de cobertura.

O Brasil apresentou vantagem comparativa em termos de cobertura de suas exportações em todo período analisado, por não ter realizado importação de abacaxi, apenas exportou. Isso comprovou o crescimento das exportações mais que proporcional às importações, com aumento de 1.907,93% no valor da taxa de cobertura, sinalizando investimentos em tecnologia e melhoria dos insumos necessários para o cultivo do abacaxi.

A Tabela 19 apresenta a conclusão comparativa entre o indicador de vantagem comparativa revelada (VCR) e o indicador da taxa de cobertura (TC) com o objetivo de identificar se os países exportadores de abacaxi são forte ou fracamente competitivos. Os dados revelam a alta competitividade do abacaxi da Costa Rica, Costa do Marfim, Filipinas, Gana e Honduras para todo o período estudado. Já a Bélgica apresentou competitividade nos anos de 2001 e 2006, da mesma forma que a Holanda (Países Baixos) apresentou competitividade em relação à taxa de cobertura entre 2004 e 2005.

TABELA 19 - Classificação dos principais países exportadores de abacaxi em relação ao comércio mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	Fraco									
Costa Rica	Forte									
Bélgica	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Forte	Fraco	Fraco	Fraco	Forte	Forte
França	Fraco									
Costa do Marfim	Forte									
Estados Unidos	Fraco									
Holanda (Países Baixos)	Fraco	Forte	Forte	Fraco						
Filipinas	Forte									
Gana	Forte									
Honduras	Forte									
Alemanha	Fraco									

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

Os países como Brasil, Bélgica, França, Estados Unidos, Holanda (Países Baixos) e Alemanha não se apresentaram fortemente competitivos nas exportações de abacaxi no período analisado.

Desta maneira, janelas de oportunidade poderão ser exploradas pelos exportadores brasileiros, em países como França, Estados Unidos, Holanda (Países Baixos) e Alemanha. Para isso, o Brasil deve adotar uma forte estratégia de *marketing* capaz de abrir essas janelas, além de aproveitar melhor as vantagens comparativas que possui, como as condições climáticas nas diferentes regiões produtoras que permitem

abastecer o mercado internacional quando os maiores exportadores se encontrarem na entressafra e exista pouca oferta de abacaxi.

Hidalgo (1998, p. 501) argumentou que a comparação entre os pontos fortes de um país e os pontos fracos dos parceiros comerciais pode revelar o grau de aproveitamento e adaptação da oferta dos produtos de um país, de acordo com a demanda nacional. No entanto, a existência de barreiras tarifárias, não tarifárias e a presença de acordos e preferências comerciais entre as nações podem dificultar as relações comerciais entre os países, tendo como consequência o não aproveitamento dos nichos de mercados.

5.2.3 Indicador de desempenho das exportações

Esse indicador analisa o desempenho do comércio cearense e brasileiro do abacaxi em relação aos seus parceiros comerciais, tomando por base um ano zero. Se os resultado forem positivos, significa que o país exportador ganhou espaço em relação ao ano inicial, no mercado do país importador, para o produto estudado. Já os valores negativos mostram que o país de origem da exportação perdeu espaço no mercado do país importador (GASQUES; CONCEIÇÃO, 2002). Neste estudo, o ano tido como referência foi 1997 e o indicador foi calculado para os anos de 1998 a 2006, como revelado na Tabela 20.

Verifica-se que a evolução do desempenho das exportações de abacaxi do Ceará, no período de 1997 a 2006, nos anos que o Estado exportou, foi positivo quanto à Holanda em quase todo o período, com exceção de 2006, ano durante o qual o Ceará perdeu participação para o Rio Grande do Norte e Pernambuco. O Estado ganhou participação no mercado italiano em todo período analisado. Na Alemanha, o Ceará ganhou mercado em quase todo período analisado, com exceção dos anos de 2003 e 2005, quando apresentou desempenho negativo, perdendo mercado para o estados de Santa Catarina, por ter diminuído as exportações. A Espanha e a Itália foram os únicos países que apresentaram desempenho positivo durante todo o período em que o Ceará exportou abacaxi.

TABELA 20- Indicador de Desempenho do comércio de abacaxi do ceará para os principais mercados de destino (1997 a 2006).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Holanda (Países Baixos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.159.245	592.429	-3.484.884
Itália	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.253.324	49.138	750.566
Alemanha	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25.082	-25.517	648.165	-596.860	1.232.650
Espanha	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	372.286	138.471	80.028
Portugal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	120.729	-20.564
Argentina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.322	68.134	-6.659	-49.665
Reino Unido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	175,00	23.189	-7.368	10.859
Estados Unidos	0,00	0,00	0,00	0,00	11.554	-11.736	12.180	-11.803	0,00	0,00
Chile	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15.962	-25.184	0,00

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

Em relação a Portugal, Argentina, Reino Unido, Estados Unidos e Chile, considerando os anos em que houve exportação, o desempenho do Ceará oscilou entre positivo e negativo, ou seja, entre ganhos e perdas de participação de mercado em relação ao ano de referência.

O comportamento do desempenho das exportações brasileiras de abacaxi, de 1997 a 2006, está demonstrado na Tabela 21. Observa-se, de acordo com os dados, que o Brasil apresentou desempenho positivo de suas exportações em quase todo o período e com boa parte de seus parceiros comerciais. O Brasil perdeu participação na Argentina em quase todo o período, no Uruguai apresentou perdas nos anos de 1998, 2000, 2001, 2004 e 2006, Holanda (Países Baixos), em 1999, 2000, 2002 e 2006, Itália só em 2003, Alemanha, em 2001, 2003 e 2005, Portugal, em 2002 e 2006, Espanha, em 2002 e 2006, já o Reino Unido, em 2004 e 2005 e os Estados Unidos, nos anos de 1999, 2000, 2002 e 2004. A única exceção foi a França, onde o Brasil ganhou participação em todo período estudado.

O baixo desempenho das exportações brasileiras nestes países pode ser atribuído ao aumento da participação dos demais países exportadores de abacaxi e à não regularidade das exportações brasileiras, isso porque o Brasil, no período analisado, só

apresentou exportação em todo período para Argentina, Uruguai, Holanda e Portugal. Os demais países tornaram-se parceiros comerciais regulares do abacaxi brasileiro a partir de 2003, com exceção dos Estados Unidos que, a partir de 2005, não realizou importação brasileira de abacaxi. Isso porque os Estados Unidos são um dos principais produtores de abacaxi, principalmente no Havaí, que pertence ao território americano.

TABELA 21 - Indicador de Desempenho das exportações brasileiras de abacaxi para os principais mercados de destino (1997 a 2006).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Argentina	0,00	184.978	-123.855	-563.650	-155.181	175.695	-6.706	-133.584	-245.508	-274.585
Uruguai	0,00	-45.514	76.164	-37.419	-18.402	22.091	6.563	-15.851	11.566	-25.828
Holanda (Países Baixos)	0,00	70.300	-64.701	-9.437	41.011	-26.615	261.244	830.084	641.498	-3.704.257
Itália	0,00	0,00	0,00	0,00	16,00	5.085	-6.209	1.253.324	49.138	750.566
Alemanha	0,00	0,00	0,00	6.750	-8.259	44.206	-32.792	631.422	-596.742	1.232.705
Portugal	0,00	1.780	225,89	3.201	35.021	-58.828	165.411	10.102	147.462	-159.895
Espanha	0,00	0,00	0,00	0,00	6.387	-8.389	14.809	517.552	119.424	-9.763
Reino Unido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.703	120.619	-82.856	-91.292	14.964
França	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.113	6.106	2.482	7.167
Estados Unidos	0,00	5.411	-5.868	-1.889	13.621	-13.835	325,00	-314,93	0,00	0,00

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

Apesar da concentração em relação ao destino das exportações brasileiras de abacaxi, o Brasil tem conseguido, ainda que timidamente, conquistar outros países importadores desta fruta, como Chile, Japão, Angola, Suíça e Cabo Verde. A abertura de janelas para a colocação do abacaxi brasileiro no mercado externo constitui-se o começo de um longo caminho a ser percorrido, em direção a uma presença mais significativa do país no mercado internacional de abacaxi, condizente com sua condição de terceiro produtor mundial (ALMEIDA, 2003).

5.2.4 Modelo Constante *Market Share* (CMS)

Para Coelho; Berger (2004), a mensuração da competitividade, aplicada neste modelo, incide na obtenção por resíduo, retirando-se do crescimento das exportações de

um determinado produto ou país o efeito conjuntura internacional (taxa de crescimento do comércio mundial), o efeito produto (evolução das transações internacionais do produto) e o efeito mercado (evolução das importações dos países de destino).

O modelo CMS foi utilizado com o objetivo de estudar o comportamento e o desempenho das exportações de abacaxi do Ceará e do Brasil no comércio internacional. Para analisar as variações na participação das exportações, este modelo foi descomposto em três componentes: a) crescimento do comércio mundial, que permite analisar se o incremento das exportações ocorreu devido ao crescimento mundial das exportações; b) efeito destino das exportações, mudanças decorrentes das exportações de mercadorias para mercados mais ou menos dinâmicos. Assim, esse efeito será positivo quando o estado/país em análise tiver concentrado suas exportações em mercados que experimentaram maior dinamismo no período estudado, e negativo se concentrado em regiões estagnadas; c) efeito competitividade, que representa os ganhos ou perdas de participação do produto nos diversos mercados. Assim, para uma economia ser competitiva, nas exportações de determinada mercadoria, é necessário que consiga, ao menos, se igualar aos padrões de eficiência predominantes no resto do mundo, no que se refere à utilização de recursos e à qualidade do produto. (SEREIA, NOGUEIRA; CÂMARA, 2002).

A aplicação deste modelo necessita que sejam estabelecidos períodos para realizar a comparação entre os pontos discretos no tempo. A delimitação destes períodos, conforme Sereia, Nogueira e Câmara (2002, p. 52), permite mostrar com maior precisão as influências e as modificações internas direcionadas para os setores exportadores no comércio internacional.

Os períodos para a análise do modelo *Constant Market Share* foram definidos a partir de fatos econômicos marcantes que pudessem ter influência significativa sobre as exportações. Neste caso, selecionou-se o período compreendido entre 1997-2006, quando se observa a participação bastante expressiva da fruticultura brasileira e cearense no mercado internacional, com o Programa de Desenvolvimento da Fruticultura (PROFRUTA). No caso do Ceará, um fato importante foi o reconhecimento pelo MAPA da Área Livre de Mosca das Frutas, que permitiu uma

expansão nas exportações com destino ao mercado externo. Este período foi ainda dividido no subperíodo: 2002 - 2006.

A análise da decomposição das fontes de crescimento das exportações de abacaxi do Ceará, no período de 2002 a 2006, está apresentada na Tabela 22. De acordo com a referida tabela, o Estado mostrou ganhos de mercado decorrentes da comercialização do abacaxi para mercados dinâmicos. Nesse período, o efeito destino das exportações e o efeito competitividade foram responsáveis, respectivamente, por 60,96% e 52,55%, pelo crescimento médio das exportações de abacaxi do Ceará. Isso mostra que o Estado foi competitivo na exportação desse produto e que melhorou a distribuição de mercado de exportação, o que pode ser consequência não apenas do ganho de certificação da área Livre de Mosca, mas também em razão de investimento na produção, comercialização e *marketing*, entre outros.

A análise não foi realizada para o período de 1997 a 2006, em virtude de o Ceará só ter iniciado suas exportações a partir de 2001, com salto a partir de 2003. Se essa análise fosse feita, poder-se-ia observar que a decomposição da fonte de crescimento do abacaxi se daria totalmente em função do efeito competitividade, com participação de 100%, já que o efeito crescimento do comércio mundial e o efeito destino das exportações seriam nulos, sendo inviável sua conclusão. O período de 2002 a 2006 foi escolhido para facilitar a comparação com a análise das fontes de crescimento das exportações do abacaxi brasileiro.

TABELA 22 - Fontes de crescimento das exportações de abacaxi do Ceará (1997 a 2006).

Fonte de crescimento	Crescimento (MIL US\$ FOB)	Participação no Crescimento
		%
	2002-2006	2002-2006
Efeito Crescimento do Comércio Mundial	-794.800	-13,51
Efeito Destino das Exportações	3.586.138	60,96
Efeito Competitividade	3.091.213	52,55
Crescimento Total	5.882.551	100

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

A avaliação da decomposição das fontes de crescimento das exportações brasileiras de abacaxi, no período de 1997 a 2006, encontra-se na Tabela 23 e foi feita também por subperíodos: 1997 a 2001 e 2002 a 2006.

Conforme a Tabela 23, no período de 1997 a 2006, o crescimento médio das exportações brasileiras de abacaxi deveu-se, principalmente, ao efeito competitividade, sendo responsável por 6.570,48% do crescimento total. Os resultados expressos para o Brasil e Ceará podem ser atribuídos aos investimentos em políticas, tais como: a Criação das Câmaras Setoriais da Fruticultura, em 2003; o avanço da Produção Integrada de Fruta (PIN) no país; a instalação da biofábrica Moscamed Brasil, em Juazeiro (Bahia); a expansão do seguro rural para importantes fruteiras; a inclusão do setor de fruticultura no Programa de Aceleração do Crescimento do Governo Federal (PAC); as campanhas de promoção das frutas no exterior sob uma única marca; e a abertura, lentamente, de novas janelas de escoamento da produção nacional de frutas (ALMEIDA, 2008).

TABELA 23 - Fontes de crescimento das exportações de abacaxi do Brasil (1997 a 2006).

Fonte de Crescimento	Crescimento (MIL US\$ FOB)			Participação no Crescimento %		
	1997-2006	1997-2001	2002-2006	1997-2006	1997-2001	2002-2006
Efeito Crescimento do Comércio Mundial	-289.229.959	-102.195.624	-99.394.378	-8.706	19.377	-1.819
Efeito Destino das Exportações	74.266.169	89.373.719	138.094.059	2.235	-16.946	2.527
Efeito Competitividade	218.286.011	12.294.494	-33.235.240	6.570	-2.331	-608
Crescimento Total	3.322.222	-527.411	5.464.441	100	100	100

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

O efeito destino das exportações apresentou aumento de 2.235%, indicando a ampliação de mercado, e, por outro lado, a eficiência de políticas internas direcionadas à conquista de novos mercados e divulgação do abacaxi no exterior. O efeito crescimento do comércio mundial foi negativo, indicando inibição do crescimento das exportações brasileiras de abacaxi.

Os resultados obtidos podem explicar a relevância do efeito competitividade, todavia observa-se que a competitividade do abacaxi, no mercado externo, é ainda desfavorável. No primeiro subperíodo (1997-2001), as fontes de crescimento apresentaram-se de forma similar ao período de 1997 a 2006, porém, no somatório do crescimento total, o *Market Share* foi negativo. No percentual de participação no crescimento, o efeito crescimento do comércio mundial foi responsável por 19.377%, indicando que nesse subperíodo o mercado brasileiro acompanhou o crescimento mundial de abacaxi; já o efeito destino das exportações e o efeito competitividade foram negativos.

O segundo período, por outro lado, apresentou *Market Share* positivo, todavia o efeito crescimento do comércio mundial mostrou-se mais uma vez negativo, demonstrando o decréscimo das exportações de abacaxi do Brasil. O efeito destino das exportações foi positivo e com maior participação no crescimento total, sendo consequência do direcionamento de políticas de incentivo ao abacaxi para o mercado externo, no sentido de ampliação e abertura de novos mercados para o abacaxi brasileiro. Já o efeito competitividade apresentou-se negativo e, nesse caso, percebeu-se que os programas PROFRUTA e *Fruit Logística* não foram significativos. No entanto, é importante ressaltar que, apesar do desempenho relativamente insatisfatório, a exportação brasileira do abacaxi vem ampliando sua participação no mercado internacional, obtendo crescimento de 83,82%, entre os anos de 1997 e 2006.

5.3 Indicadores de competitividade para a melancia cearense/ brasileira no mercado internacional.

A partir do estudo do comportamento das exportações e importações de melancia no âmbito nacional e internacional e diante da forte concorrência e da adoção de políticas protecionistas, torna-se importante a realização de análises que identifiquem até que ponto as vantagens comparativas do Ceará/Brasil são transformadas em competitividade. A seguir, analisa-se o desempenho dos países neste ambiente competitivo, com ênfase para as exportações cearenses e brasileiras de melancia.

5.3.1 Indicador de Vantagem Comparativa Revelada (VCR)

A Tabela 24 apresenta os indicadores de vantagem comparativa da melancia calculados para o Ceará e principais Estados brasileiros exportadores, tendo como região de referência o mundo, no período de 1997 a 2006.

TABELA 24 - Indicador de Vantagem Comparativa Revelada de melancia do Ceará e principais Estados exportadores do Brasil em relação ao comércio mundial (1997 a 2006)

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	0,00	0,00	0,04	0,04	1,71	2,85	1,76	1,68	3,36	4,91
Rio Grande do Norte	1,13	1,46	6,48	6,66	5,63	8,03	8,36	9,43	13,97	14,93
São Paulo	0,06	0,05	0,06	0,04	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Minas Gerais	0,01	0,08	0,02	0,04	0,06	0,05	0,05	0,08	0,02	0,01
Paraná	0,02	0,05	0,09	0,03	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rio Grande Sul	0,01	0,03	0,02	0,04	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Goiás	0,22	0,04	1,28	0,15	0,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04
Bahia	0,00	0,10	0,00	0,00	0,01	0,03	0,03	0,00	0,00	0,01
Santa Catarina	0,01	0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pernambuco	0,00	0,06	0,08	0,08	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

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

Observando os dados, pode-se verificar que no estado do Ceará, entre os anos de 1997/1998, o VCR foi nulo, pois não houve exportação de melancia, isso só ocorreu a partir de 1999. No entanto, com índice abaixo da unidade, mostrou-se a não competitividade do Estado. A partir de 2001, o indicador passou a apresentar ganhos significativos, com VCR acima da unidade, e entre 2001 e 2006, houve um crescimento de 188% no valor do VCR. Em 2006, o índice elevou-se em função da participação significativa da melancia na pauta de exportação dos produtos agrícolas cearenses.

O bom desempenho obtido nos anos de 2001 a 2006 pode ser atribuído a ações de políticas do governo para estimular a produção e investimento em termos de infraestrutura e comercialização, além dos fatores de clima favorável, luminosidade e baixa presença de pragas e doenças. Cabe ressaltar ainda a existência na produção e comercialização de tamanhos e formatos adaptados às exigências internacionais, ultrapassando as fronteiras de obstáculos presentes no setor de fruticultura.

No Rio Grande do Norte, observa-se que os índices em todo o período analisado foram bastante significativos, apresentando-se crescente a cada ano. Esses resultados se deram em função da expressiva participação da melancia na pauta de exportação dos produtos agrícolas do estado Potiguar, que foram, respectivamente, 0,9%, 0,14%, 0,51%, 0,55%, 0,50%, 0,72%, 0,85%, 0,97%, 1,49%, 1,78%, superiores em todo o período à participação da fruta nos produtos agrícolas mundiais (0,02%, 0,03%, 0,13%, 0,18%, 0,20%, 0,30%, 0,39%, 0,43%, 0,65%, 0,75%). A participação das exportações de melancia na pauta de exportação de produtos agrícolas do Estado fez com que o VCR apresentasse crescimento em quase todo o período. Entre 1997/1998, o índice apresentou crescimento de 29,33%, de 1998/1999, 343,02%, de 1999/2000, 2,68%. De 2000/2001 apresentou uma pequena queda de -15,50%, de 2001/2002 mostrou crescimento de 42,69%, 2002/2003 de 4,08%, de 2003/ 2004 de 12,82%, de 2004/ 2005, de 48,17% e de 2005/2006 um acréscimo de 6,87%.

Minas Gerais apresentou VCR abaixo da unidade em todo período. Isso se deu pela decrescente participação da melancia na pauta de produtos agrícolas exportados. O estado de Goiás apresentou VCR abaixo da unidade nos anos de 1997, 1998, 2000, 2001 e 2006, sendo que, em 1999, apresentou VCR acima da unidade, isso em virtude da participação nas exportações de melancia ter sido relativamente maior, uma vez que o volume exportado de produtos agrícolas foi pequeno. Nos demais anos, o valor do VCR foi nulo, devido à ausência de exportação de melancia.

Observa-se que os índices de VCR nos estados de São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul, Bahia, Santa Catarina e Pernambuco foram insignificantes, apresentando-se ora abaixo da unidade, ora nulo em quase todo o período. Esses resultados se deram em função da pífia participação da melancia na pauta de exportação

agrícola dos respectivos Estados com valores inferiores à participação de melancia na pauta de exportação agrícola mundial, além da não exportação desta fruta.

Nesses Estados pode-se explicar o baixo desempenho da melancia pelo mesmo problema enfrentado por qualquer fruta, já que exige um cuidado especial com o plantio, condução, colheita, tratamento, pós-colheita, armazenamento, transporte e exposição nos pontos de venda, tudo isso para garantir a boa qualidade da fruta, devido a sua perecibilidade e fragilidade. (FAVERET FILHO *et al.*, 1999). Eses fatores podem comprometer a competitividade dos estados em relação a seus concorrentes.

Os índices de VCR calculados para Brasil estão presentes na Tabela 25. De acordo com os dados, pode-se verificar que este indicador para o País, em todo período analisado, foi menor que a unidade, demonstrando que o país não possui vantagem comparativa revelada para a melancia. De acordo com os resultados, percebe-se que, de 1997 para 1999, o VCR apresentou crescimento de 181,54%, devido à queda da participação da melancia na pauta dos produtos agrícolas mundiais.

TABELA 25 - Indicador de Vantagem Comparativa Revelada de melancia dos principais exportadores mundiais (1997 a 2006)

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	0,06	0,07	0,16	0,17	0,16	0,18	0,16	0,14	0,21	0,23
Grécia	12,88	12,64	13,01	11,86	10,28	12,17	8,65	7,91	5,79	6,45
Hungria	4,49	3,97	6,44	4,96	6,79	6,50	8,46	16,48	3,44	0,00
Itália	2,25	1,36	1,75	1,57	1,95	1,50	1,61	1,09	0,94	1,28
Cazaquistão	8,30	4,97	6,19	2,92	3,60	5,96	6,38	17,75	14,93	11,93
Malásia	2,41	2,43	2,88	3,31	2,97	2,12	1,13	1,11	1,36	1,02
México	8,22	8,50	12,12	11,33	11,39	9,45	11,15	15,06	13,32	12,93
Holanda (Países Baixos)	0,40	0,38	0,38	0,33	0,40	0,39	0,45	0,43	0,65	0,67
Panamá	0,00	14,84	14,11	16,83	44,19	52,32	76,97	65,88	90,97	123,48
Espanha	7,56	8,54	5,80	7,45	7,36	7,15	7,43	5,46	6,08	6,07
Estados Unidos	0,74	0,76	1,00	0,91	0,80	1,06	0,89	0,89	1,11	0,70

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

Para Vilela *et al.* (2006, p. 10), apesar de os negócios com melancia no Brasil serem bastante lucrativos e os mercados dinâmicos, em plena expansão, de os frutos serem produzidos com qualidade para exportação e de sua importância econômica e social para os agricultores familiares, constata-se a inexistência de investimentos públicos e privados na pesquisa com esta cultura.

Os índices de VCR da Grécia, Hungria, Itália, Cazaquistão, Malásia, México, Panamá e Espanha mostraram-se significativos, apresentando-se acima da unidade a cada ano, com exceção da Hungria que, no ano de 2006, apresentou VCR nulo, por não ter exportado melancia. Os resultados positivos se deram em função da participação elevada da fruta na pauta de exportação dos produtos agrícolas dos respectivos países, com valores superiores à participação da melancia na pauta de exportação agrícola mundial.

A Holanda apresenta VCR menor que a unidade em todo período analisado, indicando que não é competitiva. Constatou-se que seu baixo desempenho no comércio mundial de melancia é proporcionado pela pequena participação da melancia na pauta de produtos agrícolas, provocando a queda relativa do indicador.

Os Estados Unidos mostraram-se competitivo apenas nos anos de 1999, 2002 e 2005, com VCR acima da unidade; nos outros anos apresentaram o índice abaixo da unidade. Essa alta e baixa do índice de VCR foi consequência também da oscilante participação da melancia na pauta agrícola. Neste caso, o país apresentou decréscimo de 4% no valor do VCR no período de 1997 a 2006.

5.3.2 Indicador de Taxa de Cobertura (TC)

A Tabela 26 apresenta a taxa de cobertura para o Ceará e os principais Estados brasileiros exportadores de melancia no período de 1997 a 2006. Conforme os dados expostos na tabela, o Ceará não apresentou valores, isso porque em todo período analisado só realizou exportações. Da mesma forma que o Ceará, os estados do Rio Grande do Norte, Minas Gerais, Goiás, Bahia, Santa Catarina e Pernambuco são

caracterizados como estados somente exportadores, não sendo registrada nenhuma importação de melancia em todo período.

TABELA 26 - Indicador de Taxa de Cobertura de melancia do Ceará e principais Estados exportadores do Brasil em relação ao comércio mundial (1997 a 2006).

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio Grande do Norte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
São Paulo	-	25,87	-	-	-	-	-	-	-	-
Minas Gerais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paraná	-	25,87	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio Grande do Sul	32,13	-	42,10	176,84	-	-	-	-	-	-
Goiás	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bahia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Santa Catarina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pernambuco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

(-) não houve importação do produto no ano de referência

Quanto aos demais Estados, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul apresentaram, em quase todo período analisado, vantagem comparativa em termos de cobertura. Isso significa que as exportações superaram em muito as importações. Nos outros anos, só foram registradas exportações de melancia.

A Tabela 27 apresenta o diagnóstico da comparação do indicador de vantagem comparativa revelada e a taxa de cobertura para os Estados brasileiros em discussão. No período em análise, o Ceará apresentou-se fortemente competitivo na exportação de melancia a partir de 2001, período durante o qual o VCR apresentou-se maior que a unidade e a TC tendeu para o infinito, em virtude da ausência de importação. Da mesma

maneira, o Rio Grande do Norte apresentou-se fortemente competitivo, com VCR acima da unidade em todo período analisado, e a taxa de cobertura tendendo ao infinito.

TABELA 27 – Classificação dos principais Estados exportadores de melancia do Brasil em relação ao comércio mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006)

Estados	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ceará	Fraco	Fraco	Fraco	Fraco	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Rio Grande do Norte	Forte									
São Paulo	Fraco									
Minas Gerais	Fraco									
Paraná	Fraco									
Rio Grande do Sul	Fraco									
Goiás	Fraco	Fraco	Forte	Fraco						
Bahia	Fraco									
Santa Catarina	Fraco									
Pernambuco	Fraco									

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

São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul mostraram pouca competitividade, com VCR abaixo da unidade e com a Taxa de cobertura acima da unidade em alguns anos estudados. Os estados de Minas Gerais, Goiás, Bahia, Santa Catarina e Pernambuco, em todo o período, apresentaram pontos fracos, revelando baixa competitividade da melancia em análise neste estudo. Embora o estado de Goiás tenha apresentado em 1999 pontos fortes, do ponto de vista do mercado interno, os estados de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul, Goiás, Bahia, Santa Catarina e Pernambuco apresentam-se como potenciais centros de consumo da melancia cearense.

A Tabela 28 mostra a taxa de cobertura da melancia para os principais exportadores em relação ao mundo. O Brasil apresentou taxa de cobertura acima da unidade nos anos de 1997 a 1999, o que significa que suas exportações superaram as importações; já a partir de 2000, a TC tendeu ao infinito, sendo registradas apenas as

exportações. Esse indicador se reveste de grande importância, pois mostra os avanços tecnológicos no setor e melhorias na produção da cultura de melancia.

TABELA 28 - Indicador de Taxa de Cobertura de melancia dos principais exportadores mundiais (1997 a 2006)

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	123,33	114,56	1798,00	-	-	-	-	-	-	-
Grécia	28,94	43,86	30,46	56,88	37,25	78,93	8,10	9,28	21,57	13,74
Hungria	10,49	11,39	9,49	6,87	13,07	8,85	11,49	17,39	2,34	-
Itália	1,05	0,65	0,91	0,93	1,57	1,38	1,25	1,60	1,40	2,36
Cazaquistão	108,89	30,83	53,00	70,33	88,16	142,10	681,14	85,77	798,81	536,41
Malásia	63,64	236,50	705,17	658,17	1031,00	518,19	235,53	188,59	160,04	224,10
México	706,02	413,46	197,55	284,30	171,77	39,00	263,48	252,46	329,35	204,45
Holanda (Países Baixos)	0,62	0,75	0,63	0,67	0,69	0,66	1,00	0,99	1,19	1,08
Panamá	-	-	-	-	-	4242,00	-	7248,67	1907,05	2340,87
Espanha	144,70	173,10	78,93	70,66	32,04	17,90	27,51	24,99	25,60	22,12
Estados Unidos	0,71	0,65	0,62	0,70	0,54	0,97	0,74	0,52	0,71	0,43

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

(-) não houve importação do produto no ano de referência

Grécia, Hungria, Cazaquistão, Malásia, México, Panamá e Espanha apresentam vantagens comparativas em termos de cobertura de suas exportações em todo período analisado, com exceção da Hungria que, em 2006, não registrou exportações; já o Panamá, no período de 1997 a 2001 e 2003, não importou melancia. A Itália apresentou taxa de cobertura menor que a unidade no período de 1998 a 2000, revelando que suas importações superam as exportações e que, apesar disso, é um país competitivo na exportação dessa fruta, por apresentar taxa de cobertura maior que a unidade na maior parte do período (1997 a 2006).

Na Tabela 29, está apresentada a análise conjunta do indicador de vantagem comparativa revelada e a taxa de cobertura para os principais exportadores de melancia. A interação desses indicadores, como apresentado anteriormente, mostra os países que possuem alta competitividade ou não no comércio mundial, através da indicação dos pontos fortes e dos pontos fracos. O resultado apresenta a alta competitividade das

exportações de melancia da Grécia, Hungria, Itália, Cazaquistão, Malásia, México, Panamá e Espanha. Para a Itália, há exceção de 1998 a 2000 e 2005. Países como Brasil, Holanda e Estados Unidos não se apresentam competitivos nas exportações de melancia no período em análise.

TABELA 29 – Classificação dos principais exportadores de melancia em relação ao comércio mundial, segundo a sua competitividade (1997 a 2006)

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Brasil	Fraco									
Grécia	Forte									
Hungria	Forte									
Itália	Forte	Fraco	Fraco	Fraco	Forte	Forte	Forte	Forte	Fraco	Forte
Cazaquistão	Forte									
Malásia	Forte									
México	Forte									
Holanda (Países Baixos)	Fraco									
Panamá	-	Forte								
Espanha	Forte									
Estados Unidos	Fraco									

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

(-) tende a infinito porque não houve exportação e importação do produto no ano de referência

Desta maneira, o Brasil possui um longo caminho a ser percorrido para conquistar novos mercados e competitividade sustentável, devido à posição brasileira em comparação aos principais países exportadores, como a Grécia, Hungria, Itália, Cazaquistão, Malásia, México, Panamá e Espanha. No entanto, já se observa um considerável aumento das exportações de melancia brasileira, em virtude, principalmente, das inovações realizadas para atender ao mercado externo, como é o caso da melancia quadrada, cultivada no Ceará.

5.3.3 Indicador de desempenho das exportações

No presente estudo, esse indicador avalia o comportamento do comércio cearense e brasileiro de melancia em relação aos seus parceiros comerciais, tomando

como base o ano de 1997, com o objetivo de mostrar se o Ceará e o Brasil reduziram ou ampliaram suas exportações no período de 1997 a 2006.

A Tabela 30 mostra que a evolução do desempenho das exportações de melancia do Ceará no período de 1997 a 2006 foi positivo para a Argentina em quase todo o período, com exceção de 2002, ano durante o qual o Ceará perdeu participação. O Estado ganhou participação no mercado do Reino Unido nos anos de 2000, 2001, 2002, 2005 e 2006. Na Holanda, o Estado apresentou perda de mercado nos anos 2000, 2003 e 2006. Com relação à Espanha, o Ceará só ganhou mercado nos anos de 2001 e 2006. O Ceará registrou perda no mercado italiano nos anos de 2002 e 2003.

Em relação aos Estados Unidos, assim como à Irlanda, nos anos em que o Ceará exportou melancia, apresentou desempenho positivo. Já para os países como Polônia, Alemanha e Bélgica, o Ceará obteve desempenho negativo nos anos 2005 e 2006 para os respectivos países. Assim, pode-se afirmar que o Ceará perdeu participação de mercado no país parceiro, em relação ao ano de referência.

TABELA 30- Indicador de Desempenho do comércio de melancia do Ceará para os principais mercados de destino (1997 a 2006).

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Argentina	0	0	7.680	31.134	-11.090	0	0	0	0	0
Reino Unido	0	0	4.950	124.356	146.829	-26.599	-310.921	484.932	329.957	
Holanda (Países Baixos)	0	10.501	-7.271	375.244	263.332	-285.485	89.503	683.112	-786.027	
Espanha	0	0	0	67.797	-20.227	-38.757	-6.753	-9.522	383.421	
Itália	0	0	0	50.301	-14.536	-46.197	2.971	35.265	155.223	
Estado Unidos	0	0	0	0	0	0	0	24.063	83.814	
Polônia	0	0	0	0	0	0	0	100.584	-35.031	
Alemanha	0	0	0	0	0	105.463	141.408	-208.611	512.998	
Bélgica	0	0	0	0	0	0	0	35.990	-42.343	
Irlanda	0	0	0	0	0	0	0	11.759	40.756	

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

A evolução do desempenho das exportações brasileiras de melancia, de 1997 a 2006, está apresentada na Tabela 31. Percebe-se, de acordo com os dados, que o Brasil apresentou desempenho positivo de suas exportações em quase todo o período e com

todos os seus parceiros comerciais. A Argentina apresentou ganhos nos anos de 1999, 2000, 2003 e 2006. O Reino Unido apresentou desempenho positivo em quase todo período analisado, com exceção dos anos de 2000 e 2004. O Brasil obteve perdas de mercado na Holanda nos anos 2002, 2003 e 2006, a Itália, em 2002 e 2003, a Alemanha, em 2001 e 2005, o Uruguai, em 1998, 2000-2002 e 2006, e a Suécia em 2006. Pode-se explicar que o baixo desempenho das exportações brasileiras nesses países ocorreu em função do aumento da participação dos demais países exportadores no comércio externo desta fruta. As únicas exceções foram os Estados Unidos e a Polônia que se mostraram importantes consumidores de melancia brasileira.

TABELA 31 - Indicador de Desempenho das exportações Brasileiras de melancia para os principais mercados de destinos (1997 a 2006)

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Argentina	-102.106	102.934	26.841	-34.448	-2.327	30.963	-36.832	-48.311	63.990	
Reino Unido	13.786	103.218	-2.514	233.016	152.875	200.517	-142.517	1.333.693	201.500	
Holanda (Países Baixos)	48.103	307.870	148.049	437.273	478.144	-73.473	-104.479	621.856	-772.087	
Espanha	0	0	0	88.653	-11.989	48.448	106.865	105.868	277.393	
Itália	0	0	0	51.894	-16.032	-39.194	3.769	50.315	157.443	
Estado Unidos	0	0	0	0	0	0	0	24.063	357.929	
Polônia	0	0	0	0	0	0	0	0	100.584	
Alemanha	7.500	-6.926	1.404	-1.820	4.656	103.029	290.306	-317.939	432.736	
Uruguai	-2.941	66.981	-33.732	-13.198	-5.509	6.351	598	6.541.248	-6.138.660	
Suécia	0	0	0	0	20.390	4.190	16	46.072	-103.168	

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

5.3.4 Modelo *Constant Market Share* (CMS)

A aplicação do modelo CMS às exportações cearenses e brasileiras de melancia permitiu avaliar a decomposição e a contribuição dos efeitos relacionados ao crescimento do comércio mundial, destinos das exportações e competitividade no período de 1997 a 2006.

A Tabela 32 apresenta os resultados do modelo CMS, no período de 1997 a 2006, em que o desempenho das exportações cearenses de melancia foi atribuído ao efeito destino das exportações, com 7.343%. Já o efeito crescimento do comércio mundial e efeito competitividade apresentaram-se negativo. Nesse caso, percebeu-se que os investimentos na produção e comercialização da melancia não foram tão significativos. No entanto, é importante ressaltar que, apesar do desempenho aquém do esperado, as exportações cearenses sofreram crescimento de 251,60% entre 2002 e 2006.

A avaliação da decomposição das fontes de crescimento das exportações de melancia do Ceará não foi realizada para o período de 1997 a 2006, em virtude de o Estado ter iniciado suas exportações a partir de 1999, sendo sua participação mais significativa a partir de 2001. Se essa análise fosse realizada, o efeito competitividade seria o único responsável pelo crescimento das exportações dessa fruta, sendo uma conclusão infundada. O período de 2002 a 2006 foi escolhido para facilitar a comparação com a análise das fontes de crescimento das exportações de melancia brasileira.

TABELA 32 - Fontes de crescimento das exportações de melancia do Ceará (1997 a 2006)

Fonte de Crescimento	Crescimento (MIL US\$ FOB)	Participação no Crescimento %
	2002-2006	2002-2006
Efeito Crescimento do Comércio Mundial	-63.542.123	-2.147
Efeito Destino das Exportações	217.356.273	7.343
Efeito Competitividade	-150.854.163	-5.096
Crescimento Total	2.959.987	100

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

A análise da decomposição das fontes de composição de crescimento das exportações brasileiras de melancia, no período de 1997 a 2006, encontra-se na Tabela 34 e foi feita também por subperíodos: 1991 a 2001 e 2002 e 2006.

Conforme a tabela 33, no período de 1997 a 2006, o crescimento médio das exportações brasileiras de melancia deveu-se, principalmente, ao efeito competitividade, sendo responsável por 516,86% do crescimento total. O efeito destino das exportações apresentou aumento de 59,93%, indicando uma ampliação de mercado, ou, por outro aspecto, a eficiência de políticas internas direcionadas à conquista de novos mercados e divulgação da fruta no exterior. O efeito crescimento do comércio mundial foi negativo, indicando inibição do crescimento das exportações de melancia ou, ainda, que as exportações do país sofreram influências de crises internacionais.

TABELA 33 - Fontes de crescimento das exportações de melancia do Brasil (1997 a 2006)

Fonte de Crescimento	Crescimento (MIL US\$ FOB)			Participação no Crescimento %		
	1997-2006	1997-2001	2002-2006	1997-2006	1997-2001	2002-2006
Efeito Crescimento do Comércio Mundial	-42.809.561	-590.490	-148.906.450	-476,79	-37,71	- 2.139,10
Efeito Destino das Exportações	5.381.152	18.822.053	479.077.436	59,93	1.202,02	6.882,14
Efeito Competitividade	46.407.073	-16.665.694	-323.209.815	516,86	- 1.064,31	- 4.643,04
Crescimento Total	8.978.664	1.565.869	6.961.171	100	100	100

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

No primeiro subperíodo (1997 a 2001), o efeito crescimento do comércio mundial apresentou-se mais uma vez negativo, impedindo o crescimento das exportações brasileiras de melancia. O efeito destino das exportações foi o maior responsável pelo resultado positivo no somatório do crescimento total, com participação de 1.202,02%, indicando que as exportações brasileiras estão concentradas em mercados dinâmicos. Com relação ao efeito competitividade, mostrou-se negativo, indicando que os programas de investimento na produção e comercialização da melancia não foram tão significativos.

No segundo subperíodo (1997 a 2001), as fontes de crescimento apresentaram-se de maneira semelhante ao período de 1997 a 2001, porém, no somatório do crescimento total, o *Market Share* foi positivo, só que maior. No percentual de participação no crescimento, tanto o efeito crescimento do comércio mundial quanto o efeito competitivo foram negativos e o efeito destino das exportações foi positivo.

6 CONCLUSÃO

A análise da estrutura do comércio internacional de abacaxi e melancia mostrou que o Brasil e, especialmente, o Ceará possuem grande potencial na produção de frutas, mas enfrentam entraves no escoamento dessa produção para o mercado externo. Isso pode ser verificado pela pífia participação do País no comércio internacional de frutas. Com isso, percebe-se, através da análise dos resultados, que o comércio brasileiro de frutas, apesar do aumento significativo das exportações, ainda é voltado para o mercado interno.

Os resultados para o indicador de vantagem comparativa revelada para o abacaxi mostraram vantagem comparativa para o Ceará no período de 2004 a 2006, obtendo destaque na pauta de exportação de frutas do Estado. Essa mesma medida demonstra desvantagem comparativa revelada para o abacaxi do Brasil ao longo do período de 1997 a 2006. No entanto, o Brasil tem boas perspectivas em relação à fruticultura nacional, especialmente para o abacaxi, devido a fatores como o avanço integrado desse produto no Nordeste.

A análise da taxa de cobertura para o abacaxi na pauta de exportação cearense mostrou vantagem em termos de cobertura de suas exportações, ao longo do período analisado, devido aos registros de exportações e à ausência de importação. Com base na comparação dos indicadores de Vantagem Comparativa Revelada e de Taxa de Cobertura, foi identificada competitividade em favor do abacaxi cearense no período de 2001 a 2006. A avaliação da Taxa de Cobertura para o abacaxi do Brasil apresentou vantagem comparativa somente nos anos de 2001 e 2006. Ao confrontar os indicadores de Vantagem Comparativa Revelada e Taxa de Cobertura, verificou-se a competitividade do abacaxi cearense, durante o período de 2004 a 2006.

Especialmente em relação ao indicador de desempenho, os resultados apontaram que o abacaxi brasileiro ganhou espaço no mercado internacional, principalmente na Holanda, Itália e França; já em relação ao Ceará, os principais destinos foram Holanda, Itália, Portugal e Espanha. Pode-se afirmar que os ganhos do mercado italiano e holandês por parte do Brasil se deram devido ao bom desempenho do Ceará, que se apresenta como o principal Estado exportador desse produto.

A análise das fontes de crescimento, no período de 2002 a 2006, apresentou que o efeito “destinos das exportações” explicou a maior parte do crescimento das exportações cearenses e brasileiras de abacaxi. Esse ganho de mercado por parte do abacaxi cearense pode ser atribuído às ações decorrentes de condições favoráveis, como incentivos governamentais para o desenvolvimento da agricultura irrigada, em especial a fruticultura irrigada, que impulsionou os investimentos nessa atividade, em termos de melhorias tecnológicas, capacitação de produtores, sendo importante ressaltar o efeito positivo proporcionado pela diminuição na carga tributária imposta à fruticultura.

A melancia cearense apresentou vantagem comparativa em termos de cobertura de suas exportações no período de 2001 a 2006, que cresceram aproximadamente 529% nesse período. Esse bom resultado pode ser associado à diferenciação da fruta, com o seu formato quadrado, e também pela produção de melancia sem semente. No entanto, o desempenho apresentado pela melancia brasileira não acompanhou o mesmo ritmo, mostrando-se não competitivo, ao longo de todo o período analisado.

Os números demonstram que a Taxa de Cobertura para a melancia cearense exibiram competitividade em termos de cobertura de suas exportações, em virtude da presença exclusiva de exportações, não sendo realizadas importações durante o período estudado. Essa mesma taxa para a melancia brasileira mostrou vantagem comparativa em termos de cobertura de suas exportações no período de 1997 a 1999, período durante o qual ocorreram pequenas importações, e no restante do período foram realizadas somente exportações. Com base na comparação dos indicadores de Vantagens Comparativas Reveladas e de Taxa de Cobertura, foram identificados os “pontos fortes” da melancia cearense no período de 2001 e 2006 e os pontos fracos para a melancia brasileira em todo o período estudado.

No caso do indicador de desempenho para melancia cearense, verificou-se o bom desempenho em relação ao Reino Unido, Holanda, Estados Unidos e Irlanda, porém a perda do mercado da Argentina a partir de 2002. Já para a melancia brasileira, observou-se que o país apresentou ganhos de mercados no Reino Unido, Espanha, Alemanha e Estados Unidos.

O crescimento das exportações de melancia cearense e brasileira se deu pelo efeito destino das exportações. Esse resultado pode ser atribuído às ações do governo, com políticas de investimento, incentivos à tecnologia, infraestrutura, apoio financeiro, capacitação e divulgação dessa fruta, já que existem janelas para a exportação de melancia, que também favorecem o desempenho dessa fruta no mercado internacional.

Assim, os resultados do trabalho apontam para a necessidade de uma política que permita uma inserção maior no mercado internacional do abacaxi e da melancia, com o intuito de ultrapassar os obstáculos apresentados na literatura especializada como desfavoráveis para a consolidação de novos mercados para as exportações de frutas brasileiras e cearenses no mercado internacional, tais como: alto custo do transporte interno; inadequada infraestrutura de pós-colheita; inadequado sistema de comercialização; custos de transação onerosos; e inexistência de regulamentações que desestimulam a competição e aumentam o custo de produção. Nesse sentido, poder-se-ia melhorar a qualidade e a produtividade do setor de fruticultura, além de desenvolver uma estratégia comercial mais eficiente voltada para a exportação. Dessa forma, as empresas teriam a possibilidade de se adaptar às exigências dos mercados internacionais. Tais ações permitiriam a aquisição de vantagens competitivas e, com isso, melhorariam a competitividade desses produtos no mercado internacional.

É importante ressaltar que o aprofundamento da análise de competitividade da fruticultura brasileira e, especialmente, cearense torna-se essencial para direcionar estratégias de políticas comerciais e de planejamento do setor, em um cenário internacional tão competitivo e exigente, onde o neoprotecionismo, como suas barreiras tarifárias e não tarifárias, impede o fluxo comercial entre as nações. Portanto, uma sugestão para estudos futuros, é que seja realizada uma análise dos entraves que afetam as exportações de abacaxi e da melancia do Ceará e do Brasil, no âmbito do comércio internacional. Também, sugere-se que sejam feitos estudos que permitam o estabelecimento de políticas públicas visando ao fortalecimento do consumo interno de frutas.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ABACAXI. Portal São Francisco. Disponível: <<http://www.colegiosaofrancisco.com.br/alfa/abacaxi/abacaxi-1.php>>. Acesso em: 03 fev. 2009.

ALMEIDA, C. O. Fruticultura brasileira: de abacaxi em abacaxi chegamos lá! **Bahia Agrícola**, Bahia, v.6, n.1, p. 23-30, nov. 2003.

ALMEIDA, C. O. Fruticultura brasileira em análise. **Porta do Agronegócio**. 2008. Disponível em: <<http://www.portaldoagronegocio.com.br/conteudo.php?id=24830>> Acesso em: 16 mar. 2009.

ALMEIDA, L. J. Q.; PEREIRA, J. M. A. K. ; SILVA, N. M.; REIS, F. P. Hábitos de consumo de frutas entre estudantes da Universidade Federal de Viçosa. **Revista Ceres**, p. 366-373. ma/ jun 2006.

ANDRIGUETO, J. R.; KOSOSKI, A. R. Desenvolvimento e conquistas da produção integrada de frutas no Brasil. In: SIMPÓSIO NACIONAL DO MORANGO, 2. ENCONTRO DE PEQUENAS FRUTAS E FRUTAS NATIVAS DO MERCOSUL,1. Pelotas-RS, jun. 2004, 56-68p. Disponível em: <<http://www.cpact.embrapa.br/publicacoes/download/documentos/documento124.pdf#page=56>>. Acesso em: 06 fev. 2009.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Agronegócio Brasileiro: uma Oportunidade de Investimento. 2004. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/portal/page?_pageid=33,968707&_dad=portal&_schema=PORTAL>. Acesso em: 19 mar. 2009.

CARTILHA. **Promoção do consumo de frutas, legumes e verduras**: Programa “5 ao dia”. maio 2005. Disponível em: <<http://www.5aodia.com.br/upload/cartilha1.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2009.

CAVALCANTI, F. M.; MOREIRA, I. T. As exportações brasileiras de frutas durante a segunda metade do século XX. In: CONGRESSO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41, 2003. Minas Gerais. **Anais...**, Minas Gerais, 2003, 17p. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/d086c43daf01071b03256ebe004897a0/1100c2b2cac140b003257012004d2198/\\$FILE/NT000A89B6.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/d086c43daf01071b03256ebe004897a0/1100c2b2cac140b003257012004d2198/$FILE/NT000A89B6.pdf)> Acesso em: 10 de mar. 2007.

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

CEARÁ. Agência de desenvolvimento do Estado do Ceará. Informações e análise das exportações do Ceará no ano de 2008 com foco no agronegócio da agricultura irrigada.

Fortaleza. Jan. 2009. Disponível em: <www.adece.ce.gov.br/downloads/balancoExportacao.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2009a.

CEARÁ. Associação Científica de Estudos Agrários. **Tendência do mercado internacional de uvas e mamão**. Fortaleza, 2006a. 172 p. Relatório técnico.

CEARÁ. Instituto Agropolos do. **Exportações da fruticultura cresceram 62,2% no primeiro semestre de 2008**. Fortaleza, 20 jul. 2008. Disponível em: <<http://www.institutoagropolos.org.br/sis.interna.asp?pasta=1&pagina=89&categoria=4¬ic...>>. Acesso em: 08 mar. 2009.

CEARÁ. IPECE – Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do. Anuário 2006. 2006b. Disponível em: <http://www2.ipece.ce.gov.br/publicacoes/anuario/anuario2006/atividades_agropecuaria.htm>. Acesso em: 19 mar. 2009.

CEARÁ produz melancia quadrada e sem sementes. G1. São Paulo, 20 out. 2007. Disponível: <<http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL152675-5598,00.html>>. Acesso em: 20 de jan. 2008.

CEARÁ. Secretaria da Agricultura e Pecuária. **Irrigando para a competitividade: PROCEAGRI**. Programa Cearense de Agricultura Irrigada. Fortaleza, SEAGRI, 2000. 79 p.

CEARÁ. Secretaria da Agricultura e Pecuária. **O agronegócio da agricultura irrigada no Ceará (1999-2003)**: Frutas do Ceará. Brasil. Ago. 2003. Disponível em: <<http://www.seagri.ce.gov.br/siga.htm>>. Acesso em: 03 out. 2006.

CEARÁ. Secretaria da Agricultura e Pecuária. **As exportações do agronegócio cearense em 2003**. Fortaleza, 2004. 20 p.

CEARÁ. Secretaria da Agricultura e Pecuária. **Fruticultura irrigada grande potencial do Ceará**. [200-]. Disponível em: <www.seagri.gov.br/siga/fruticultura_irrigada_gde_potencial_ceara.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2008.

CEARÁ. Secretaria da Agricultura e Pecuária. **A Fruticultura Cearense e o Porto do Pecém**. Fortaleza, [200-]. 41 p. Disponível em: <www.seagri.ce.gov.br/siga/fruticultura_cearense_porto_pecem.pdf>. Acesso em: jan. 2009b.

COELHO, M. R. F.; BERGER, R. Competitividade das exportações brasileiras de móveis no mercado internacional: uma análise segundo a visão desempenho. **Revista FAE**, Curitiba, v. 7, n.1, p. 51-65, jan. / jun. 2004.

CORONEL, D. A. **Fontes de crescimento e orientação regional das exportações brasileiras do Complexo Soja**. 2008. 114 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócio. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

COSTA, M. P. B. **Uma análise dos fatores determinantes da competitividade do setor de flores no estado do Ceará**. 2003. 205f. Dissertação (Mestrado em Negócios Internacionais)-Centro de Ciências Administrativas, Fundação Edson Queiroz – UNIFOR, Fortaleza, 2003.

CUNHA FILHO, M. H. **Competitividade da fruticultura brasileira no mercado internacional**. 2005. 106 f. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.

FAO. Quantidade produzida, valor das exportações e importações de abacaxi e melancia e consumo de frutas. Disponível em:<<http://www.fao.org/>>. Acesso: em 19 mar. 2009.

FAVERET FILHO, P. ; ORMOND, J. G. P.; PAULA, S. R. L.. Fruticultura Brasileira: A busca de um Modelo Exportador. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro n.9, p. 191-24, Mar. 1999.

FIGUEIREDO, A. M.; SANTOS, M. L. Evolução das vantagens comparativas do Brasil no comércio mundial de soja. **Revista de Política Agrícola**, ano 14, n. 1, jan./mar. 2005.

FRUTAS do Ceará: Sabor e oportunidade. Caderno Especial. **Diário do Nordeste**. Fortaleza. 1- 15p. 04 fev. 2009.

GASQUES, J. S, *et al.* **Indicadores de competitividade e de comércio exterior da agropecuária brasileira**. Brasília, DF, 2002. (Texto para discussão n. 908).

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

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.

HILDALGO, Á. B. Especialização e competitividade do Nordeste no mercado internacional. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 29, n. esp. p. 491-515, jul. 1998.

_____. Exportações do Nordeste do Brasil: crescimento e mudança na estrutura. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 31, n. especial, p. 560-574, nov. 2000.

IBRAF. Instituto Brasileiro de Frutas. Anuário brasileiro da fruticultura 2008. Sílvio Corrêa... *et al.* Santa Cruz do Sul: Editora Gazeta Santa Cruz, 2008. 136p. :il

KRUGMAN, P. R.; OBSTFEELD, M. **Economia Internacional:** teoria e política. 5. ed. São Paulo: Pearson do Brasil, 2004.

LACERDA, M. D. ; LACERDA, R. D. ; ASSIS, P. C. . A participação da fruticultura no agronegócio brasileiro. **Revista de Biologia e Ciências da Terra**. Paraíba, V.4, n. 1, 2004

MAGALHÃES, S. B. Análise econômica e mercadológica das frutas irrigadas do Ceará. **Agropolis**. Fortaleza, dez. 2006. 46 p.

MIRACELLY Karenine. Abacaxi perde espaço para a cana em Guaraçáí. Folha da Região On line. Araçatuba, 28 fev. 2006. Disponível: <http://www.folhadaregiao.com.br/noticia?51258&PHPSESSID=9978f02dabb4f8be8441dc2d4c5e48f1#> Acesso em 31 jan. 2009.

NEVES, E. M., RODRIGUES, L. O mapa da exportação. Cultivar HF. Dez. 2004/ jan. 2005. Disponível em: <http://www.grupocultivar.com.br/arquivos/hf29_mapa.pdf> Acesso em: 01 maio. 2007.

O CULTIVO de abacaxi nas condições subtropicais do Paraná. **Abanorte Notícias**. 21 de nov. 2007. Disponível: <<http://www.abanorte.com.br/noticias/noticias/principal/ocultivo-de-abacaxi-nas-condicoes-subtropicais-do-parana/>>. Acesso em: 31 jan. 2009.

OLIVEIRA, L. A. G., Obtenção de Vantagem Competitiva e Criação de Valor Através de Alianças Estratégicas. **Revista de administração e contabilidade**. Faculdade 7 de Setembro, v. 2, n. 1, 2005, não paginado. Disponível em: <<http://www.fa7.edu.br/rea7/artigos/volume2/index.php>>. Acesso em: 19 mar. 2009.

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

p. 1- 10. Disponível em:
<<http://www.cepea.esalq.usp.br/pdf/2006%20Exportacao.pdf>>. Acesso em: 8 fev. 2009.

ROCHA, D. Exportações impulsionam certificação de frutas. Abr. 2007. Disponível em: <www.ambienteemfoco.com.br/?p=3545>. Acesso em: 01 maio. 2008.

SALVATORE, D. **Economia Internacional**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1998. (Coleção Schaum).

SANTOS, J. A. N. *et al.* **Fruticultura nordestina: Desempenho e possibilidades de políticas**. Fortaleza: Banco do Nordeste. n. 15, p. 304. 2007. Séries de documentos do ETENE.

SATO, G. S. Análise do consumo de uva para mesa no Brasil. **Informações Econômicas**. São Paulo, v. 34, n.7, p. 50-53, jul. 2004. Disponível em: <<ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/seto3-0704.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2009.

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

SEREIA, V. J. ; CAMARA, M. R. G.; CINTRA, M. V. Competitividade internacional do complexo cafeeiro brasileiro e paranaense. **Semina: Ciências Agrárias**, Londrina, v. 29, n. 3, p. 557-578, jul./ set. 2008.

SILVA, E. A. **Competitividade das exportações de plantas vivas e produtos de floricultura do Ceará e do Brasil no período de 1998 a 2004**. 2006. 71f. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Centro de Ciências Agrárias. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

SILVA, V. *et. al.* Indicadores de competitividade internacional de produtos agrícolas e agroindustriais brasileiros, 1986-1998. In: **Revista agricultura**. São Paulo, SP, p. 69-87, 2001.

SOUZA, R. A. P. A promoção comercial como instrumento para aumentar as exportações do Brasil. **Revista de política agrícola**, ano 13, n. 1, p. 86-90, jan./mar. 2004.

SOUZA, D. L. R. Análise das vantagens competitivas do abacaxi no Ceará. **Instituto Agropolis do Ceará**. Fortaleza, out. 2006. 46p.

TEIXEIRA, J. Q. *et al.* Hábitos de consumo de frutas entre estudantes da Universidade Federal de Viçosa. **Revistas Ceres**. v.53, n.307, p. 355-373. 2006.

TODA FRUTA. Agronegócio de abacaxi em MG- I. **Toda Fruta**, 22 ago. 2005. Disponível em:
<http://www.todafruta.com.br/todafruta/mostra_conteudo.asp?conteudo=9993#>. Acesso em: 03 fev. 2009.

VASCONCELLOS, M. A. S; GARCIA, M. E. **Fundamentos de economia**. São Paulo: Saraiva, 2 ed., 2004.

VIANA, S. S. A. **Competitividade do agronegócio cearense no mercado internacional: O caso da amêndoaa da castanha de caju, do melão e do camarão**. 2004. 82f. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Centro de Ciências Agrárias. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004.

VILELA, N. J. ; ÁVILA, A. C. ; VIEIRA, J. V. **Dinâmica do agronegócio brasileiro da melancia: produção, consumo e comercialização**. Brasília: Dez. 2006. 12p. Circula Técnica Embrapa.

WEDECKIN, I. Os agricultores e a construção da competitividade local. In: CONGRESSO DE AGRIBUSINESS, 1., 2002, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ABAG, 2002, p. 43-55.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.