

JULIO RODRIGUES

Competitividade das Exportações Brasileiras de Frutas para o Mercado Europeu.

Orientador: Prof. Dr. Tales Wanderley Vital

Recife- 2012

Universidade Federal Rural de Pernambuco
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação - PRPPG
Departamento de Letras e Ciências Humanas - DLCH
Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural - PADR

Competitividade das Exportações Brasileiras de Frutas para o Mercado Europeu.

JULIO RODRIGUES

A dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração e Desenvolvimento Rural (PADR) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), como um dos requisitos parciais para a obtenção do grau de Mestre em Administração e Desenvolvimento Rural sob a orientação do **Prof. Dr. Tales Wanderley Vital**.

Recife, fevereiro de 2012.

JULIO RODRIGUES

COMPETITIVIDADE DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE FRUTAS PARA O
MERCADO EUROPEU.

Dissertação apresentada para a obtenção do título de Mestre em Administração e
Desenvolvimento Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Aprovado em 24 de fevereiro de 2012.

Orientador:

Prof. Dr. Tales Wanderley Vital
Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

Examinadores:

Prof. Dr. Horst Dieter Möller
Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

Prof. Dr. Almir Silveira Menelau
Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

Prof. Dr. Álvaro Barrantes Hidalgo
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE/PIMES)

Este trabalho é dedicado especialmente a quem participou nas ideias iniciais desta dissertação, e com ele aprendi sobre o funcionamento de cadeias produtivas de diferentes produtos agrícolas na disciplina mercado agrícolas e agroindustriais, e pelo ensinamento e contribuição em meu aprendizado na disciplina estágio docente. Dedico este trabalho ao grande mestre Prof. Luiz Andrea Favero (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela saúde e disposição de realizar este trabalho e conseguir vencer mais uma etapa.

A toda minha família em especial para o meu pai Domingos Rodrigues, Por todo apoio.

A todos os meus amigos irmãos Eduardo Lourenço Mendes, Ansumane Sambú, Monica João Imbana, Emoni Imbana Mendes, Lamine Cisse e em especial para minha madrinha Josélima Tassarotto e Arnaldo Sucuma.

Um agradecimento especial ao meu orientador Prof. Dr. Tales Wanderley Vital, pela orientação e pelo incentivo no momento complexo deste trabalho.

A minha amiga Ariane Danielle, pela ajuda no desenvolvimento do modelo aplicado.

A todas as pessoas que trabalham na secretaria do PADR/UFRPE, a Rafaela, Eliane, Lia, Mario, em especial a Professora Lúcia Maria Góes Moutinho, que luta incansavelmente pela melhoria do curso.

A todos os corpos docentes e discentes da turma 2010 do PADR/UFRPE, em especial para o Prof. Dr. Horst Dieter Möller e Prof. Dr. Luiz Rodrigues Kehrlé, pela disponibilidade de participar na minha pré-banca e dar um grande contribuição para incremento do trabalho, por outro lado, agradecimento especial para professora Dr^a. Vicentina Ramires e o Professor Romilson Marques Cabral e para minha querida amiga Priscila Petrusca e Pollyana Pugas Dias.

Um agradecimento a todos os proprietários e gestores das empresas exportadoras de frutas brasileiras que forneceram os dados primários que são utilizados no presente trabalho, um especial agradecimento ao Sr. Paulo Álvaro Roriz Dantas, proprietário e diretor comercial da empresa AGRODAN, ao Roberto Cavalcante, diretor comercial da empresa Doce Mel, aos funcionários do VALEXPORT e em especial para Josué de Brito, técnico agrícola do PIF e Ana Paulo, gerente administrativo e ao Carlo Porro proprietário da empresa AGRICOLA BFAMOSA LTDA e Luiz Roberto Barcelos, diretor comercial da mesma empresa.

RESUMO

Ao longo dos últimos anos o Brasil vem elevando a sua participação no mercado externo de frutas, apesar deste aumento na participação ela continua sendo insignificante considerando a capacidade produtiva do país. O objetivo do presente trabalho é de analisar a competitividade das exportações brasileiras de frutas para o mercado europeu, identificando assim, os importantes fatores que tem influenciado nessas exportações. Os dados para realizar esse trabalho foram selecionados das culturas manga, uva, mamão e melão. E aplicado os modelos Constant Market Share- (CMS) no período de 1990 a 2009, e, Vantagem Comparativa Revelada- (VCR) no período de 2000 a 2009, dada indisponibilidade de informações, por ultimo foram aplicados questionários em três empresas produtoras e exportadoras de frutas localizadas na região Nordeste do Brasil, com a finalidade de melhor interpretar as informações obtidas os modelos aplicados. O resultado do modelo da VCR mostra que o Brasil apresenta a $VCR > 1$ na produção das frutas selecionadas e por isso, o país gerou excedentes para exportação em todas as frutas analisadas. O bloco da União Européia é o maior importador de frutas brasileiras e em algumas delas as importações deste bloco ultrapassam 90%. Os resultados obtidos através do modelo CMS, mostram que todas as frutas analisadas apresentaram crescimento no primeiro sub-período (1990/91/92) e segundo sub-período (1999/00/01) e no ultimo sub-período (2007/08/09) apresentaram a queda em função da redução da demanda por parte do mercado importador, essa diminuição da demanda foi impulsionada pela crise de 2008 na zona do euro. Outro fator que afetou as exportações de frutas brasileiras foi à desvalorização das moedas estrangeiras como dólar e euros em relação ao real, uma vez que os contratos entre os exportadores brasileiros e importadores europeus são firmados nessas moedas. Além desses, outro fator que também influenciou de forma negativa a competitividade das exportações de frutas brasileira foram os custos gerados pela precariedade das rodovias nacionais e dos portos. Mesmo com todos esses custos, o país ainda se mostra competitivo nas exportações do melão, uva e manga em função da qualidade das frutas produzidas. É valido ressaltar que esta qualidade de frutas se deve ao atendimento pelos produtores das exigências do mercado internacional.

Palavras-Chave: Competitividade; Exportações; Frutas; Constant Market Share; Vantagem Comparativa Revelada.

Abstract

Over the last few years, Brazil has increased its market share on the international market of fruits. Despite this increase, it remains insignificant considering the country's productive capacity. The objective of this study is to analyze the competitiveness of the Brazilian fruit exports to the European market, therefore identifying the important factors that have influenced these exports. The data used for such purpose were selected from the crops of mango, grapes, papaya and melon. To perform the analysis it was applied the following models, namely (i) Constant-Market Share (CMS) from 1990 to 2009 and (ii) the revealed Comparative Advantage-(VCR) for the period 2000 to 2009, and finally we applied surveys on three enterprise to test the results obtained from the models. The results from the VCR have shown that, in the Brazilian case, $VCR > 1$ which means that the country has generated surpluses in the cases analyzed here. The European Union (EU) is the largest importer of Brazilian fruits and some imports exceed 90%. The results obtained from the CMS model has shown that there was an increase for the sub-period (1990/91/92) and sub-period (1999/00/01). The last sub-period (2007/08 / 09) there was a decline due to reduced demand from the import market. The decrease in demand was driven by the 2008 crisis in the euro zone. Another factor that affected the Brazilian fruit's exportation was the devaluation of foreign currencies, e.g., dollar and euro, given that the contracts between Brazilian exporters and European importers are signed in these currencies. Besides these variables, the precariousness of the national highways and ports has influenced negatively the competitiveness of Brazilian exportation sector. Despite these costs, given the high quality of the fruits produced, Brazil still competitive in the exportation of melon, grape and mango.

Keywords: Competitiveness, Exportation, Fruits, Constant Market Share; Revealed Comparative Advantage.

LISTA DE QUADROS

Quadro. 1- Caracterização das empresas.....	77
Quadro.2-Calendário da distribuição nas empresas exportadoras do mamão brasileira.....	78
Quadro. 3- Calendário de distribuição nas exportações do melão brasileiro.....	80
Quadro. 4-Calendário de distribuição da exportação da manga.....	83
Quadro. 5-Calendário de distribuição da exportação da uva.....	85

LISTA DE GRAFICOS

Gráfico 1. As exportações brasileiras da uva, manga, mamão e melão para o mercado mundial em US\$.....	24
Gráfico 2. Exportações brasileiras de uva para os blocos econômicos em 2010.....	27
Gráfico 3. Exportações da manga brasileira para os blocos econômicos, em % 2010.....	30
Gráfico 4. Exportação brasileira do mamão para os blocos econômicos, em % 2010.....	34
Gráfico 5. Exportação do melão brasileira para os blocos econômicos % 2010.....	37
Gráfico 6 As exportações do melão brasileira de 1997 a 2010.....	68
Gráfico 7 As exportações brasileiras da uva no período de 1997 a 2010.....	70
Gráfico 8 As exportações da manga brasileira no período de 1997 a 2009.....	71
Gráfico 9 As exportações do mamão brasileiras no período de 1997 a 2010.....	73
Gráfico 10 Importação mundial de uva em %, no período de 2007 a 2009.....	86
Gráfico 11 Importação mundial do melão em %, no período de 2007 a 2009.....	87
Gráfico 12 Importação mundial da manga em %, no período de 2007 a 2009.....	88
Gráfico 13 Importação mundial do mamão em %, no período de 2007 a 2009.....	89

LISTA DE TABELAS

Tabela. 1- Produção mundial de frutas (por países) em 2008.....	16
Tabela. 2- Principais exportadores mundiais de frutas (por volumes) em 2007.....	18
Tabela. 3- Produção mundial da uva, manga, melão e mamão no período de 2004 – 2008(ton).....	19
Tabela. 4- Exportações mundiais da uva, manga melão e mamão no período de 2004-2008(tons e %)......	20
Tabela. 5- Importação mundial de frutas por países em 2007.....	21
Tabela. 6- Ranking dos principais países produtores da uva (2005 a 2008) em volumes/toneladas.....	25
Tabela. 7- Ranking dos principais países exportadores de uva de 2005 a 2008 (ton).....	26
Tabela. 8- Ranking dos principais países produtores da manga de 2005 a 2008.....	28
Tabela. 9- Ranking dos principais países exportadores da manga de 2005 a 2008 (ton).....	29
Tabela. 10- Ranking dos principais países produtores do mamão de 2005 a 2008(tons).....	31
Tabela. 11- Ranking dos principais países exportadores do mamão de 2005 a 2008.....	33
Tabela. 12- Ranking dos principais países produtores do melão de 2005 a 2008.....	35
Tabela. 13- Ranking dos principais países exportadores do melão de 2005 a 2008.....	36
Tabela. 14- Indicadores de racionalização no uso de agrotóxico em porcentagem de redução.....	46
Tabela. 15- Resultados do Constant Market Share para melão.....	67
Tabela. 16- Resultados do Constant market Share para Uva.....	69
Tabela. 17- Resultados do Constant Market Share para manga.....	71
Tabela. 18- Resultados do Constant Market Share para mamão.....	72
Tabela. 19- Vantagens Comparativas Reveladas (VCR) de todos os produtos 2000-2009.....	74
Tabela 20- Situação macroeconômica da Alemanha, Espanha, Holanda e França de 2008 a 2010.....	76

LISTA DE ABREVEATURAS

AGRODON – Agropecuária Roriz Dantas Ltda
APPCC – Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controle
BA- Bahia
BPA – Boas Práticas Agrícolas
CEAGESP - Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo
CMS- Constant Market Share
DPISNC- Distrito de Irrigação Senador Nilo Coelho
CODEVASF- Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco
COMTRADE- Nações unidas Commodity Trade Statistics
EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EUA- Estados Unidos da America
FAO – Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação
IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPA- Instituto Agrônomo de Pernambuco
IBRAF- Instituto Brasileiro de Frutas
INMETRO- Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
IPEA- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MAPA- Ministério da Agricultura, Abastecimento e Pecuária
MERCOSUL – Mercado Comum do Sul
OCDE- Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OILB – Organização Internacional para Controle Biológico
OMS – Organização Mundial de Saúde
PIF - Produção Integrada de Frutas
PE- Pernambuco
SECEX- Secretaria de Comercio Exterior

SP- São Paulo

UE– União Europeia

UFRPE- Universidade Federal Rural de Pernambuco

VCR – Vantagem Comparativa Revelada

VALEXPOR- Associação dos Produtores e Exportadores de Hortifrutigranjeiros e Derivados do Vale do São Francisco

SUMARIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Contextualização do Problema.....	15
1.1.1 Problema da Pesquisa	22
1.2 Objetivos... ..	22
1.2.1 Objetivo Geral	22
1.2.2 Objetivos Específicos	22
2. A INSERÇÃO DO BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL DE FRUTAS.. ..	23
2.1 A Uva Brasileira no Panorama Mundial.....	24
2.2 A Manga Brasileira no Panorama Mundial.....	27
2.3 O Mamão Brasileiro no Panorama Mundial	31
2.4 O Melão Brasileiro no panorama Mundial.....	34
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	38
3.1 Alguns Enfoques Teóricos Sobre o Comércio Exterior.....	38
3.2 Fatores de Competitividade no Setor Exportadora da Fruticultura.....	41
3.3 A Conceituação da Competitividade.....	41
3.4 Os Fatores Determinantes da Competitividade no Setor Exportador das Frutas Brasileiras.....	43
3.4.1 A qualidade das frutas brasileiras como fator determinante para competitividade no mercado internacional.....	44
3.4.1.1 A Produção Integrada de Frutas – PIF	45
3.4.1.2 A Normas Interna de Classificação de Frutas.....	47
3.4.1.3 GLOBALG.A.P. - Pontos de Controle e Critérios de Cumprimento Sistema Integrado de Garantia da Produção - Módulo Frutas.....	49
3.4.1.4 As Normas da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCD para Produção e Exportadas de Frutas.....	50
3.4.2 A taxa de cambio nominal como fator determinante para competitividade nas Exportações Brasileiras de frutas.....	52
3.4.3 A Infra-estrutura Brasileira como Fator Determinante da competitividade nas Exportações de Frutas	53
3.3.4 A Importância das Instituições Publicas e Privadas na Determinação da Competitividade das Empresas brasileiras Exportadoras Frutas.....	55
4- METODOLOGIA.....	58
4.1- Modelo Constant Market Share.....	58

4.2 - Vantagem Comparativa Revelada.....	62
4.3 Fontes dos Dados Utilizados	63
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	64
5.1 Período de análise.....	64
5.2 Resultados da Aplicação do Modelo Constant Market Share.....	65
5.2.1 Resultado Constant Market Share para melão.....	66
5.2.2 Resultado Constant Market Share para uva.....	67
5.2.3 Resultado Constant Market Share para manga.....	69
5.2.4 Resultado Constant Market Share para mamão.....	70
5.3 Resultados da Aplicação do Modelo de Vantagens Comparativas Reveladas.....	71
5.4 A Situação Macroeconômica dos Países Europeus Importadores de Frutas Brasileiras.....	72
5.5 Análise e Interpretação dos Dados Primários Obtidos em Empresas.....	74
5.5.1 Exportação do mamão.....	75
5.4.2 Exportação do melão.....	77
5.4.3 Exportação de manga.....	78
5.5.4 Exportação da Uva.....	81
5.6 Sínteses dos Resultados	82
6. CONCLUSÕES.....	91
REFERENCIAS.....	94

1. INTRODUÇÃO

Este tópico tem a finalidade de apresentar os principais problemas relacionados ao tema da pesquisa. Ele traz a contextualização da problemática de natureza empírica que envolve o estudo, ou seja, no primeiro capítulo, foi introduzido o tema da pesquisa com destaque para o problema e os objetivos do trabalho; no segundo capítulo, se efetua uma revisão bibliográfica; destacamos a fundamentação teórica no terceiro capítulo no qual discutiu os fatores da competitividade no setor da fruticultura; no capítulo, utilizamos os métodos da pesquisa com intuito de fazer uma análise dos resultados no quinto capítulo.

1.1 Contextualização do Problema

O mercado internacional de frutas assinala para cifras superiores a US\$ 29 bilhões/ano e o crescimento é de 5% ao ano, em grande parte este mercado é constituído por frutas de clima temperado, típicas da produção e do consumo no Hemisfério Norte, embora seja elevado o potencial de mercado para as frutas tropicais, acrescentado os valores das frutas processadas as cifras superam US\$ 100 bilhões de dólares, (ANDRIGUETO, NASSER e TIXEIRA, 2008).

O mercado europeu de frutas se destaca pelo poder aquisitivo do seu consumidor. Este mercado é formado por um dos mais importantes blocos econômico do mundo, a União Européia – que atualmente é constituída por 27 países e em função desta formação, é ultimamente o mercado mais demandante das frutas brasileiras. Convém ressaltar que alguns dos países da União Européia se destacam na produção de frutas de clima temperado.

Ao longo dos últimos anos, o mercado internacional de frutas vem crescendo a taxas significativas e este crescimento do mercado vem sendo acompanhado com um expressivo aumento da produção. Alguns países com vastos territórios como a China, Índia e o Brasil tiveram forte participação produtiva. No caso brasileiro, a região Nordeste se destacou tendo excelente desempenho na produção e exportação de frutas. Apesar disso, a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), constatou que em 2008, a soma da produção da manga, melão, uva e mamão foi de 125.753 toneladas, apresentando assim uma ligeira queda de 0,35% em relação ao ano anterior.

Os três principais países produtores mundiais de frutas a China, Índia e o Brasil detêm mais de 40% de toda produção mundial (Tabela 01). Estes três países se privilegiam de vastos territórios e cada um tem amplo mercado interno, contudo ter um amplo mercado doméstico

não justifica a fraca participação destes países no mercado internacional de frutas, uma vez que as exportações de frutas são condicionadas a vários fatores que serão tratados nos próximos capítulos.

De acordo com os dados da (tabela 01) os EUA se destacam no ranking do quinto maior produtor atrás da China, Índia, Brasil e Indonésia, é importante destacar que este país do América do Norte além de ser um dos maiores produtores de frutas em especial do clima temperado, o país também se destaca como um dos maiores exportadores e importadores de frutas do clima tropical e temperado.

Tabela 01- Produção mundial de frutas (por países)-2008

Países	Volume (Ton.)
China	189.661.295
Índia	74.466.300
Brasil	42.547.344
Indonésia	35.836.926
Estados Unidos	30.941.654
Filipinas	30.853.301
México	19.150.582
Itália	18.702.644
Turquia	18.379.491
Iran	18.184.303
Espanha	17.634.200
Egito	11.844.303
Uganda	10.038.600
Tailândia	10.560.206
França	8.781.892
Argentina	8.313.430
Equador	7.997.988
Outros	203.539.723
Total	757.434.444

Fonte: elaborado por Galvão 2010 a partir de dados da FAO 2009.

Segundo Galvão (2010) ao relacionar aos principais países produtores mundiais de frutas, Equador ocupou a décima sétima colocação em 2008. Em 2007 o Equador foi o primeiro exportador mundial de frutas entre os principais países exportadores. Contudo ser

também o maior exportador não necessariamente o país precisa ser o maior produtor, mas sim, precisa ser bastante competitivo para permanecer no mercado internacional de frutas, tendo outras condições necessárias para exportar.

¹ A participação do Equador se deve a presença das empresas multinacionais que atuam neste país da América do Sul. Os cinco maiores empresas multinacionais (Dole Food Company, Chiquitita Brands International, Del Monte Fresh Produce ou Fresh Del Monte Produce, Fyffes e Noboa) que atuam no Equador e em outros países da América latina inclusive no Brasil e nos países do Continente Africano. Apenas os cinco empresas juntos dominam mais de 70% das exportações mundiais, tais empresas se estabelecem a partir de vantagens locais, em áreas onde a mão-de-obra é bastante barata, (ALBANO, 2009).

O Equador na qualidade de maior exportadora mundial paga um custo bastante alto e este preço se deve em função das várias explorações, neste país a jornada de trabalho é de nove a até treze horas por dia, também entre outras violação consta “o uso de ferramentas perigosas, como machados e facas, levando muitas crianças a se acidentarem com frequência; transporte de peso incompatível com o porte físico infantil, ocasionando com isso dores na região lombar, entre outros problemas” (ALBANO, 2009 pag. 12).

A Costa Rica ocupa a posição de quarto maior exportador mundial de frutas, o desempenho deste país da América Central é impulsionado por estas grandes empresas produtoras e exportadoras a Dole Food Company, a Chiquitita e a Del Monte Fresh Produce.

¹*Dole Food Company Inc.*- Com sede na Califórnia, Estados Unidos, essa empresa foi fundada no Havaí, em 1851, revezando-se com *Chiquitita Brands* como líder mundial na exportação de fruta

Chiquitita Brands International Inc.- tem sua sede em Ohio, Estados Unidos, junto com a *Dole*, revezando-se com esta liderança mundial de exportação de frutas.

Del Monte Fresh Produce ou *Fresh Del Monte Produce*- essa empresa tem sede nas Ilhas Cayman e principal centro administrativo nos Estados Unidos: em Coral Gables, na Flórida.

Fyffes-Com a sede na Irlanda, em Dublin, a *Fyffes* começou a funcionar em 1888, exportando frutas das Ilhas Canárias para Londres. Foi a primeira Companhia a ter navios especialmente construídos para o transporte de frutas, já em 1901.

Noboa- com sede no Equador, na cidade de Guayaquil, a participação dessa empresa vem crescendo de forma significativa no mercado mundial.

Tabela 02- Principais exportadores mundiais de frutas (em volume e %)-2007.

País	Quantidade (Ton.)	% Total
Equador	5.330.868,00	9,24
Espanha	4.851.648,00	8,41
Chile	4.069.311,00	7,05
Costa Rica	3.889.293	6,74
Estados Unidos	2.902.312,00	5,03
Bélgica	2.333.996,00	4,04
Itália	2.279.046,00	3,95
México	2.137.313,00	3,70
África do Sul	2.111.166,00	3,66
China	2.103.559,00	3,65
Filipinas	2.101.040,00	3,64
Holanda	2.045.952,00	3,55
Guatemala	1.894.217,00	3,28
Colômbia	1.652.356,00	2,86
Argentina	1.473.277,00	2,55
França	1.177.084,00	2,04
Turquia	962.376,00	1,67
Brasil	918.307,00	1,59
Honduras	845.754,00	1,47
Panamá	840.946,00	1,46
Outros 153 Países	11.784.105,00	20,42
Total	57.703.926,00	100,00

Fonte: elaborado por Galvão (2010) a partir de dados da FAO 2009.

O setor agrícola brasileiro tem se contribuído de forma positiva para o crescimento da produção e exportação no conjunto da economia nacional e contribuindo com uma parcela significativa no desempenho da balança comercial brasileira, principalmente na geração do emprego no campo e sobre tudo no segmento da fruticultura irrigada, (GALVÃO, 2010).

Em 2008, o Brasil ocupou posição de destaque como um dos maiores produtores de frutas em função da sua extensão territorial e do seu clima tropical: o décimo o lugar entre os vinte maiores produtores mundiais de uva, que, apesar de ser uma fruta de clima temperado, é produzida em várias regiões brasileiras. O Vale do São Francisco dentro do semi-árido

nordestino sobressai como o maior produtor e exportador deste produto no país, o Brasil se destaca na sétima posição em relação à produção mundial de manga, conforme estatísticas da FAO (2010), sendo reconhecido mundialmente como um dos melhores produtores dessa fruta: a manga Tommy Atinks é o tipo mais produzido no Brasil, se destacando Juazeiro (BA) seguido de Petrolina (PE) no nordeste, e São Paulo (SP) no sudeste como os maiores produtores dessa fruta (FAVERO, 2008, p. 34); o país ocupa, ainda, a décima segunda posição na produção do melão. O Brasil é o segundo maior produtor de mamão mundial, perdendo apenas para a Índia.

Entre as frutas que compõe a nossa cesta de análise, a uva em relação às demais é a mais produzida, seguida pela manga, melão e mamão, como ilustra a Tabela 3, a seguir:

Tabela 03: Produção Mundial da uva, manga, melão e mamão no período de 2004-2008(Ton).

TIPOS DE FRUTAS	2004	2005	2006	2007	2008
Uva	59.556.350	59.387.981	59.293.871	57.101.503	59.013.092
Manga	26.900.991	28.932.198	30.636.179	31.459.632	31.934.668
Melão	23.043.606	24.386.028	25.333.705	25.664.112	25.746.395
Mamão	8.260.919	7.724.553	8.566.564	8.846.516	8.723.050

Fonte: elaborada pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

O Brasil é um país em que as “vantagens advindas de aspectos edafo-climáticos e/ou extensão produtiva da base natural [que] são relativizadas enquanto vantagens dinâmicas das atividades frutícolas” (*sic*) (MARTINELLI e CAMARGO, 2002, P. 256) têm a possibilidade de serem efetivadas. Haja vista que o país cultiva vários tipos de frutas, inclusive espécies de clima temperado, e detém as tecnologias necessárias para uma produção de qualidade, atendendo assim as exigências do mercado internacional de frutas.

O Brasil é, ainda, o maior exportador da manga para o mercado europeu, e nas exportações de mamão o país perde, apenas, para o México que detém a posição de maior exportador mundial desta fruta tropical. As exportações mundiais de frutas sofreram flutuações ao longo dos últimos anos, no caso da uva, no período de 2003 a 2004 a queda nas exportações mundiais foi de -3,51%, de 2004 para 2005, foi registrada a maior elevação nas exportações desta fruta de clima temperado com 11,35% de aumento (Tabela 4).

Tabela 04: Exportações Mundiais da uva, melão, manga e mamão no período de 2004-2008(Tons e %).

FRUTAS	2004	TC (%)	2005	TC (%)	2006	TC (%)	2007	TC (%)	2008	TC (%)
Uva	2.943.284	-3,51	3.277.400	11,35	3.232.115	-1,38	3.375.286	4,42	3.615.820	7,12
Melão	1.776.221	-4,00	1.933.053	8,82	1.933.302	0,01	2.083.007	7,74	1.986.220	-4,64
Manga	869.703	-1,78	905.365	4,10	1.083.544	19,68	1.106.149	2,08	1.145.623	3,56
Mamão	271,773	8,49	250,463	-7,84	267,815	6,92	271,687	1,44	241,012	-11,29

Fonte: elaborada pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Em 2010, a soma das quantidades das frutas (manga, uva, mamão e melão) comercializada no mercado mundial atingiu US\$ 408.006.235,00 (milhões de dólares), num crescimento acumulado de 9,44%, com relação ao ano anterior, conforme Nações Unidas Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE). Diferentemente da manga, mamão e melão, a uva, fruto de clima temperado, é tradicionalmente comercializada em todo mundo. Por este motivo, o volume das exportações é maior com relação às outras frutas, mas os valores são extremamente altos.

Os Estados Unidos se destaca na lista de grandes produtores de frutas e ao mesmo tempo um dos maiores exportadores. Com relação à importação este país ocupa a primeira colocação na classificação dos principais países importadores de frutas, também a Espanha se privilegia da mesma situação, de ser o maior produtor do continente europeu e um dos maiores produtores mundiais e o segundo maior exportador mundial de frutas, ao mesmo tempo se destacando no décimo primeiro lugar dentro do grupo dos principais países importadores.

Em termos regionais, no ano de 2007, os 08 principais países importadores de frutas da União Européia são Alemanha, Holanda, Bélgica, França, Rússia, Itália, Espanha e Polónia juntas controlam 41,40% das importações mundiais de fruta (Tabela 5). A Holanda e a Espanha, apesar das importantes participações, representam um entreposto concentrador e distribuidor de frutas provenientes de vários países e destinadas principalmente aos países da Europa Ocidental.

Tabela 05- Importação mundial de frutas por países em 2007.

Países	Total (Ton.)
Estados Unidos	5.107.293,00
Alemanha	4.424.458,00
Reino Unido	3.959.090,00
Holanda	3.089.257,00
Bélgica	2.933.387,00
França	2.867.805,00
Rússia	2.842.891,00
Canadá	1.985.180,00
Itália	1.376.679,00
Japão	1.300.844,00
Espanha	1.128.643,00
Polônia	841.683,00
Suécia	718.630,00
China	559.033,00
China, Hong Kong	559.033,00
Áustria	548.260,00
México	529.829,00
Outros 178 Países	10.190.107
Total	45.078.555

Fonte: Elaborado por Galvão (2010) a partir de dados da FAO 2009.

Os dados da FAO (2010) e COMTRADE (2011) mostram um crescimento do mercado internacional de frutas frescas, dando assim possibilidades de inclusão neste mercado, de países com extensos territórios. O Brasil se insere nesse contexto com a possibilidade de aumentar a sua participação e produtividade. A região Nordeste do país tem um papel fundamental, sendo que esta ao longo dos últimos anos vem buscando articular políticas públicas regionais no sentido de desenvolver esforços produtivos e comerciais, com intuito de ampliar a sua inserção no mercado internacional de frutas (MARTINELLI e CAMARGO, 2002).

No entanto, se inserir comercialmente no mercado europeu, que importa frutas de todos os continentes, sendo esse mercado fortemente exigente e altamente competitivo, não é uma tarefa banal essa inserção. Este mercado internacional de frutas esta longe de ser um

mercado de fácil domínio em função de barreiras fitossanitárias, preferências comerciais, e com mudanças significativas relacionadas à produção, comercialização, legislação e logísticas.

1.1.1 Problema da Pesquisa

O trabalho efetua a análise da competitividade das exportações brasileiras de frutas, buscando responder a seguinte questão: em decorrência do dinamismo do mercado internacional de frutas, como empresas brasileiras produtoras e exportadoras de frutas se posicionam para competir no mercado internacional?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral:

Analisar a competitividade das exportações brasileiras de frutas para o Mercado Europeu.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- a) Avaliar a competitividade das exportações brasileiras de frutas com base nos indicadores Constant Market Share e da Vantagem Comparativa Revelada;
- b) Identificar as formas de coordenação local para acesso ao mercado europeu de frutas.

2. A INSERÇÃO DO BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL DE FRUTAS.

É válido salientar que o presente trabalho está baseado numa cesta com, apenas, quatro frutas que apresentam importância considerável, tanto no mercado interno quanto externo onde o Brasil se destaca entre os vinte principais países produtores e exportadores destes produtos, são eles: uva, manga, melão e mamão.

Segundo Souza e Neto (2006) no Nordeste do Brasil, a região do Vale do São Francisco, especificamente o Submédio do São Francisco, é uma das mais importantes regiões exportadoras de frutas frescas. Até o período de 2005, a área irrigada com predominância de frutas nessa região, estendia-se por 120 mil hectares e entre as principais culturas, se destacavam a uva e manga, duas das frutas analisadas. Os maiores produtores da manga e uva do país estão concentrados nos pólos Agroindustriais de Petrolina/PE e Juazeiro/BA e a participação dos dois pólos, é praticamente 100% dos volumes da manga e uva exportados pelo Brasil para o mercado internacional. O desempenho da região resulta primordialmente de condições climáticas favoráveis tem baixa precipitação pluviométrica e não apresenta oscilações consideráveis de temperatura e por essa razão, consegue produzir frutas o ano todo. Com toda essa capacidade produtiva, estima-se que o setor gera dois empregos diretos para cada hectare irrigado na região, o que significa dizer que o total do emprego direto gerado é de 240.000, havendo, ainda, a geração de 960.000 empregos indiretos, afirmam (Souza e Neto, 2006).

Ainda para estes autores, do grosso modo as exportações brasileiras de frutas cresceram exponencialmente ao longo dos últimos anos. Essa comercialização para o mercado externo foi influenciada por fatores como a qualidade das frutas, a produção das variedades globalizadas e o câmbio nominal, que conseqüentemente resultou em preço mais favorável às exportadoras brasileiras.

De acordo com o COMTRADE (2011) entre as frutas exportadas que compõe a cesta de análise, a uva compareceu com o maior volume de receita em 2010, gerando assim um crescimento de 19% com relação ao ano anterior, seguida pelo melão que sofreu uma ligeira queda de -0,10% nas exportações de 2010, quando relacionados ao ano 2009. E as exportações da manga cresceram 18,77% no período de 2010 comparativamente ao ano anterior, enquanto o mamão teve um pequeno crescimento de 1,92% nas exportações desse período.

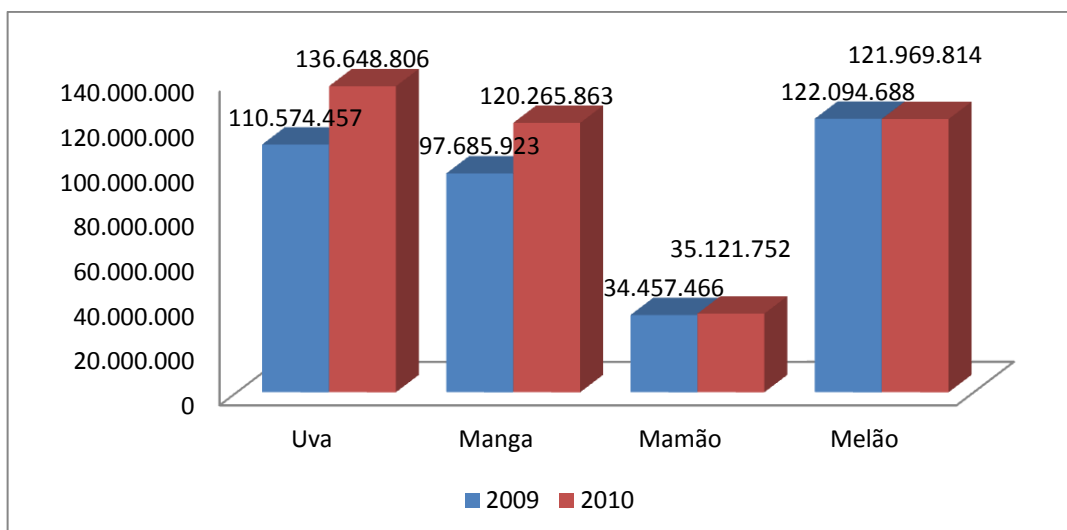


Gráfico 1- As exportações brasileiras da uva, manga, mamão e melão para o mercado mundial em US\$.

Fonte: elaborada pelo autor a partir de dados do COMTRADE (2011).

2.1 A Uva Brasileira no Panorama Mundial

A uva é uma fruta tradicional das mais comercializadas e o Brasil figura como um dos principais países produtores desta fruta, o país apresenta uma boa participação no mercado nacional e internacional, lembrando que a uva é uma fruta bastante apreciada em todo o mundo. No ano de 2005, a produção mundial da uva chegou a 59.387.981 milhões de toneladas, em 2006 a produção mundial foi de 59.293.871 milhões de toneladas apresentando assim uma ligeira queda de - 0,99% com relação ao ano anterior (FAO 2010).

Segundo os dados da FAO (2010) a Itália é o maior produtor da uva, seguido dos Estados Unidos, França Espanha e China. Em 2008 os cinco países juntos tiveram uma participação de 57%, na produção mundial de uva. O Brasil ocupou o décimo quinto lugar com mais de um milhão de tonelada produzidas (Tabela 06).

A média da participação de alguns países que constituem vinte principais produtores da uva classificado pela FAO, a Itália apresenta uma média de participação 13,49%, na produção mundial da uva, contra uma média de 10,79% dos Estados Unidos, na mesma sequencia a França apresenta uma média de 8,94% contra uma média brasileira de 2,23% na produção mundial. Em media a produção brasileira cresceu a 4,91% ao ano. A China é o país que mais cresceu na produção mundial de uva, com taxa media é de 11% do crescimento a cada ano e em 2007, este país passou a ocupar a segunda colocada no *ranking* do maior produtor da uva (FAO), apesar desse posicionamento, ainda o país não se configura entre os dez principais exportadores mundiais por razão da sua demanda interna que vem crescendo ao

longo dos últimos anos. Por essa razão, a maior parte da sua oferta é absorvida no mercado interno.

Tabela 06- Ranking dos principais países produtores da uva (2005 a 2008)-(Tons).

Países	2005	2006	2007	2008
Itália	8.553.580	8.326.690	7.392.540	7.793.300
EUA	7.088.470	5.757.270	6.402.280	6.639.960
França	6.790.220	6.776.880	6.019.060	6.019.150
Espanha	6.062.500	6.595.060	5.962.640	5.951.580
China	5.865.515	6.373.291	6.786.891	7.236.136
Turquia	3.850.000	4.000.060	3.612.780	3.918.440
Irã	2.963.760	2.500.000	2.000.000	2.255.670
Argentina	2.829.710	2.880.930	3.092.510	2.821.700
Chile	2.250.000	2.300.000	2.350.000	2.400.000
Austrália	2.026.500	1.981.200	1.530.440	1.956.790
África do Sul	2.026.500	1.757.360	1.812.410	1.865.280
Índia	1.564.700	1.649.600	1.685.300	1.735.000
Alemanha	1.449.000	1.294.710	1.480.680	1.428.800
Egito	1.391.750	1.431.970	1.485.010	1.531.420
Brasil	1.232.560	1.257.060	1.371.560	1.421.430
Outros	3.786.906	4.411.790	4.117.402	4.038.436
Total	59.387.981	59.293.871	57.101.503	59.013.092

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

A uva é uma das frutas do clima temperado que é produzida e comercializada em todos os continentes, o seu preço é bastante elevada comparando com outras frutas. No que concerne às exportações desta fruta, ela é bastante consumida em todos continentes.

Segundo os dados da FAO (2010) no total da produção mundial da uva, a cada ano em média apenas 5% é exportado para os mercados internacionais, a participação do Brasil nas exportações mundiais de uvas é de 2,08%, bastante limitada comparando com 24% do Chile, 14,20% da Itália e 11,75% dos Estados Unidos. Em 2008, os cinco principais países exportadores de uva, Chile, Itália, Estados Unidos, África do Sul e México juntos tiveram uma participação de 61,62% no mercado internacional da uva (tabela 07).

No que relaciona a produção brasileira de uva, o Rio Grande do Sul é um dos maiores produtores desta fruta de clima temperado, mais este Estado produz apenas para o mercado interno e a Região Nordeste especificamente Petrolina/PE e Juazeiro/BA, se destacam na produção e exportação desta fruta. De acordo com o IBGE (2011) em 2009 o volume de uva

produzido em Pernambuco foi de 158, 517 mil toneladas enquanto que a Bahia produziu 90.508 mil toneladas.

Tabela 07- Ranking dos principais países exportadores de uva de 2005 a 2008 (Tons).

Países	2005	2006	2007	2008
Chile	738.469	823.198	776.370	820.716
Itália	495.111	417.217	447.282	507.448
Estados Unidos	446.287	290.008	386.677	424.437
África do Sul	229.948	284.903	286.895	261.519
México	189.788	112.319	176.885	156.494
Holanda	160.000	186.261	194.265	252.284
Turquia	155.603	151.136	170.250	202.023
Espanha	110.209	123.391	106.410	136.964
Uzbequistão	108.991	142.719	110.871	58.146
Grécia	90.792	86.346	69.400	75.468
Bélgica	61.314	57.661	-	-
China e Hong	60.925	46.868	44.698	53.748
Índia	53.908	85.563	79.081	118.133
Argentina	51.961	72.963	58.812	69.718
Brasil	51.213	62.251	79.081	82.242
Outros 5 países	183.488	189.605	223.884	252.994
Total	3.188.007	3.132.409	3.299.329	3.522.079

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Em 2008, as exportações da uva registraram um recorde da receita, ultrapassaram US\$ 171.456 milhões, um crescimento de 19%, se comparado com o ano anterior de 2007 (COMTRADE, 2011). “Em 2006 as exportações brasileiras registrou uma receita que ultrapassou US\$ 118 milhões, enquanto que o volume das exportações totalizaram 62.251 mil toneladas, crescimento de 10% e 22%, respectivamente, em comparação com o ano anterior, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), o aumento nas exportações brasileiras de uva deve-se à elevação da temperatura nos países europeus e norte-americanos no segundo semestre de 2006, que impulsionou o consumo da uva, elevando a demanda pela fruta brasileira, por outro lado, a onda de calor antecipou a colheita na Itália, Grécia e Espanha principais concorrente do Brasil naquele período” (VITTI 2007, p. 01).

A Figura 2 ilustra as exportações brasileiras da uva em valores monetários por diferentes blocos econômicos, e, evidentemente, a União Européia é o maior importador da uva brasileira, com 76,54% dos volumes importados. Os principais países da união européia que importam a uva do Brasil são, por ordem de classificação, Holanda, Reino Unido, Bélgica, Noruega, Alemanha, Dinamarca, Suécia, Federação Russa, Irlanda, Itália, Lituânia, Espanha, Finlândia, Letônia e França conforme (Gráfico 2).

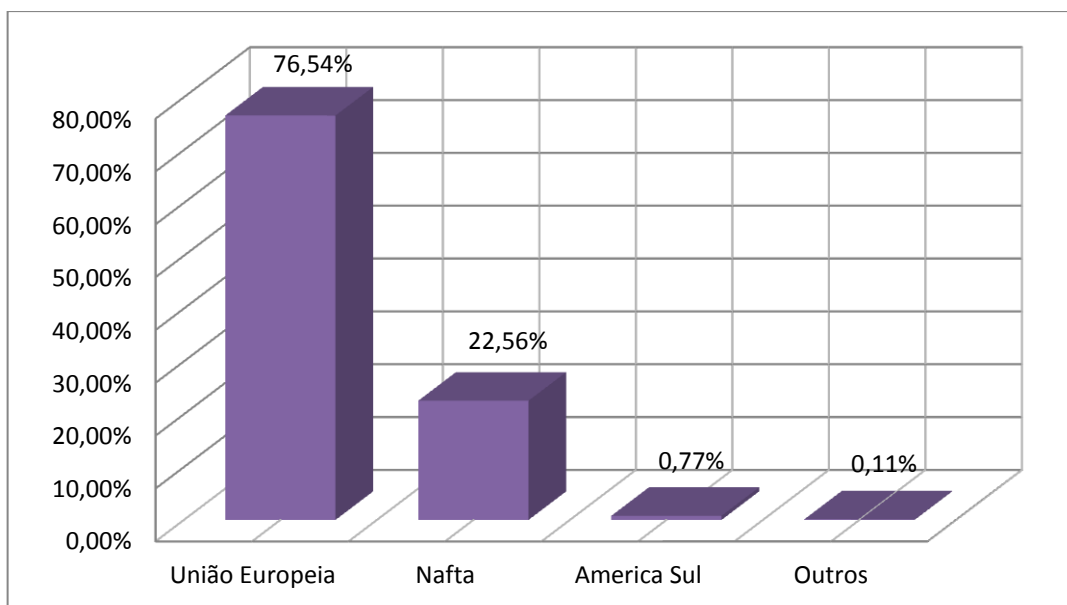


Gráfico 2- Exportações da uva brasileira para os blocos econômicos em 2010, em porcentagem.

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados do COMTRADE (2011).

É importante ressaltar a participação da Itália como o primeiro maior produtor de uva no período de 2005 a 2008, a Espanha e França configuram nas estatísticas da FAO (2010) o quarto e quintos maiores produtores mundiais da uva nos anos de 2007 e 2008, respectivamente. Uma das explicações destes países na importação da uva brasileira é a qualidade oferecida, também o sabor da uva sem sementes é bastante apreciado no mercado europeu, e o Brasil se especializou na produção deste tipo de fruta.

Mello (2005) acredita que a produção da uva sem sementes teve início no Chile, na África do Sul e nos EUA (Califórnia). No Brasil, até o ano de 2005, o cultivo desse tipo de uva estava sendo iniciado, sendo que a produção, na época, abrangia uma pequena área destinada à exportação (2500 ha), concentrada na região do Vale do São Francisco.

2.2 A Manga Brasileira no Panorama Mundial

O Brasil se destaca na produção mundial da manga em função de vários fatores que contribuíram para sua forte participação, “além dos incentivos econômicos e financeiros, os importantes investimentos em tecnologia direcionada para aumentar a competitividade sistêmica do agronegócio da manga, como indução floral que permitiu o manejo da produção de acordo com janela de mercado” (FAVERO, 2008, p. 40).

Em 2005, a produção mundial da manga atingiu um volume de 28.919.171 toneladas (FAO), no período de 2005 a 2008, a produção mundial da manga vem crescendo a uma taxa média de 4,08% ao ano. A participação média do Brasil na produção mundial da manga é de 3,72% por ano, enquanto que a Índia contribuiu nessa produção com uma parcela significativa de 41,33%, a China com 12,91%, a Tailândia com 6,97% e o México com 6%, juntos os quatro principais países produtores concentram mais de 67,23% da produção mundial da manga (Tabela 08).

Tabela 08- Ranking dos principais países produtores da manga de 2005 a 2008 (Tons).

Países	2005	2006	2007	2008
Índia	11.829.700	12.537.900	13.501.000	13.649.400
China	4.249.996	4.091.332	3.715.292	3.976.716
Tailândia	1.800.000	2.230.280	2.302.690	2.374.170
México	1.679.470	2.045.690	1.911.270	1.855.360
Paquistão	1.673.950	1.753.910	1.719.180	1.753.690
Indonésia	1.412.880	1.622.000	1.818.620	2.013.120
Filipinas	1.003.270	919.030	1.023.910	884.011
Brasil	1.002.210	1.217.190	1.272.180	1.154.650
Outros países	4.267.695	7.950.196	8.330.167	4.921.146
Total	28.919.171	31.066.468	32.012.629	32.582.263

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

De acordo com Favero (2008), entre os principais produtores mundiais da manga, o Brasil é o único país no qual apresenta a possibilidade de produção e exportação durante todo o ano, graças às condições edafoclimáticas do Nordeste brasileiro, em especial do Vale do São Francisco.

Segundo Favero (2008) o mercado importador se dividiu em dois grandes blocos: o americano, representado pelos Estados Unidos como o maior importador do bloco e o europeu, representado principalmente por países da Europa Ocidental, como a Espanha, Portugal, Inglaterra, Itália, França e entre outros países do velho continente. Segundo Galvão (2010), no mercado internacional da manga três fluxos de comércio se destacam: América do Sul e Central que exportam para o mercado Norte Americano, Europa e Japão; a Ásia que preferencialmente, fornece para os países da sua própria região e para o Oriente Médio e, a África que fornece parte da sua produção para o mercado Europeu.

No período que abrange 2005 a 2008, do total da produção mundial da manga, apenas 3,74%, foi destinada para comercialização no mercado internacional, a participação média do Brasil no comércio internacional da manga é de 10,62%, comparando com a média de 21,89% da Índia e a média de 19,55% do México (Tabela 09).

Tabela 09- Ranking dos principais países exportadores da manga 2005-2008 (Ton.)

Países	2005	2006	2007	2008
Índia	222.622	256.874	240.858	274.854
México	195.210	232.382	236.004	226.083
Brasil	113.882	114.694	116.271	133.944
Holanda	68.791	69.843	80.598	94.646
Peru	57.618	82.595	82.512	82.696
Paquistão	48.855	105.598	62.057	69.324
Equador	39.965	48.640	41.379	34.615
Filipinas	25.367	32.776	27.068	20.541
Outros países	121.846	140.644	151.356	138.125
Total	894.156	1.548.810	1.099.129	1.136.436

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Para Favero (2008), as exportações brasileiras da manga concentram grandes volumes a partir do segundo semestre do ano, em função das janelas do mercado internacional: nos Estados Unidos da America (EUA) tem inicio as importações no final de setembro seguindo até inicio de novembro e na União Européia (EU) tem começo no mês de outubro e término em dezembro. Por outro lado, a entrada de frutas brasileiras em grande volume no mercado internacional, onde os preços são determinados pela oferta e demanda, especialmente no mercado europeu, resulta na comercialização com preços mais baixos.

De acordo com Souza e Neto (2006) no que se refere ao mercado europeu de frutas, o Brasil é o maior exportador da variedade Tommy Atkins, mas nos últimos anos a preferência dos consumidores europeus vem mudando, principalmente o consumidor inglês e francês que vem demandando mais as variedades da manga Kent e Keitt. Pois, apesar da manga Tommy Atkins apresentar uma excelente aparência, atraindo o consumidor, ela tem casca mais grossa e caroço maior, que diminuem o aproveitamento da fruta.

Para Souza e Neto (2006) as empresas varejistas européias encontraram nas variedades Kent e Keitt a solução para fidelizar os consumidores mais exigentes, pois, apesar destas variedades de manga não possuírem a aparência da Tommy Atkins, elas são mais bem aproveitadas, sendo maior em conteúdo, possuindo casca mais fina e caroço pequeno. E, em função destas razões, os importadores europeus identificaram aumento na percentagem das compras de mangas feitas pelo super mercados.

Com intuito de se tornar mais competitivas perante os seus concorrentes do mercado externo de frutas, as empresas exportadoras brasileiras instalaram algo em torno de 50 *parkings houses* com a capacidade de operar com mangas que se destinam a União Européia e

outros países do bloco econômico europeu. Entre as empresas instaladas no pólo, algumas possuem instalações modernas com uma desenvoltura de beneficiamento que varia de 50 toneladas a 300 toneladas de manga/dia (FAVERO, 2008). A maioria das empresas exportadoras da manga brasileira, no entanto, não possui escritório no exterior, sendo que os seus contratos são fechados diretamente com os importadores, que operam no país.

A União Européia é o principal importador de manga do Brasil, sendo responsável no ano de 2010 por 78% das exportações brasileiras (Gráfico 3). As exigências básicas desse mercado para importação de frutas são análise de resíduos com certificados públicos e privados. No que concerne a certificação privada, o mais importante é do GLOBALG.A.P (SOUZA e NETO , 2007). Estas exigências serão tratadas adiante com mais detalhamento.

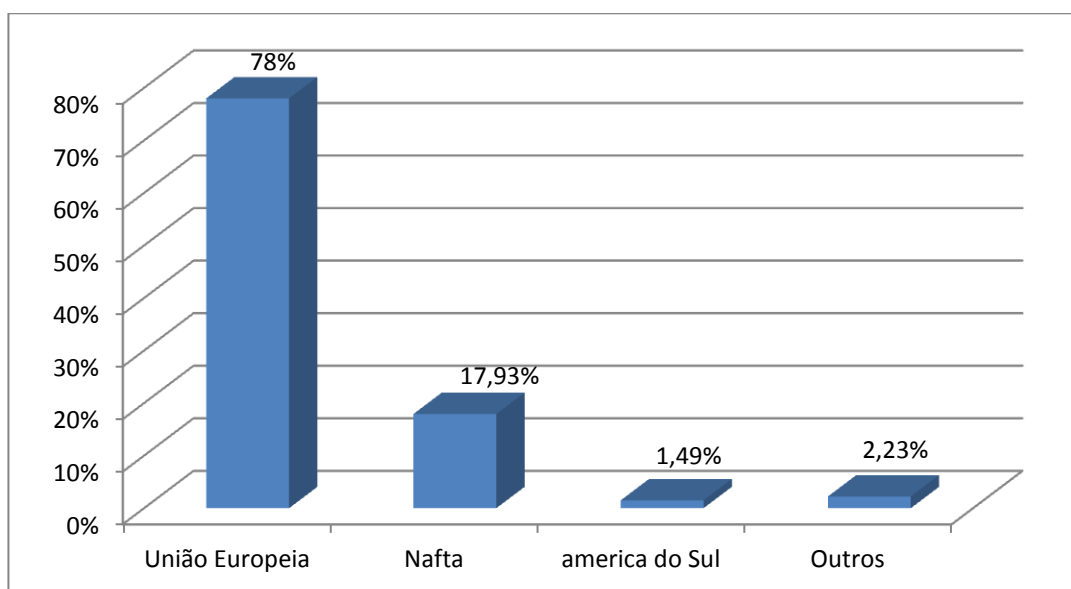


Gráfico 3- Exportações da Manga brasileira para os blocos econômicos, em 2010, Porcentagem.

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados do COMTRADE (2011).

Entre os países da União Européia importadores da manga brasileira se destacam a Holanda, Espanha, Reino Unido, Portugal, França, Alemanha, Luxemburgo, Itália, Federação Russa, Bélgica, Suíça, Lituânia e Dinamarca. É importante lembrar que a Holanda desempenha a dupla função de importador e re-exportador das frutas importadas do Brasil e de outros países, através do porto de Roterdan. Dentro do bloco da Nafta, os países importadores da manga brasileira são EUA e Canadá: a ausência do México se justifica pela sua participação na produção e exportação mundial desta fruta tropical. Com relação aos países da América do Sul, a Argentina se destacou como o maior importador da manga brasileira, seguido do Chile, Uruguai e Paraguai. Estão incluídos ainda no mercado mundial

alguns países do Continente Africano e da Ásia, entre eles: Gana, Angola Marrocos, Líbano, Emirados Unidos, Japão e Ilhas Malvinas.

2.3 O Mamão Brasileiro no Panorama Mundial

Nos últimos anos a produção mundial do mamão vem crescendo a taxas significativas. Em 2005, mundialmente foi produzida 7 milhões de toneladas apresentando um crescimento de 10,57%, em relação ao ano anterior, em termos mundiais o crescimento médio da produção de mamão foi de 7,39% em relação a 2005. A Índia lidera o ranking dos principais países produtores do mamão com uma participação média no mercado mundial de 31%, enquanto o Brasil na posição do segundo maior produtor em média participa dessa produção global com 20,18%. Os dois países juntos chegaram a 51,18% dessa produção (Tabela 10).

Outros países se destacaram na produção do mamão como a Nigéria, México, Indonésia, Etiópia, na entre os outros (tabela 10). A Nigéria apresentou um crescimento médio de 8,40% o maior produtor do mamão de continente Africano. O México no período de 2006 a 2007 teve uma participação na produção de 8,64%, e um acentuado crescimento de 15,13%, e em 2008, registrou uma queda brusca na produção de -30%. A Indonésia foi o quinto maior produtor no período 2005 a 2008, e produziram em média mais de 600 mil toneladas do mamão.

Tabela 10- Ranking dos principais países produtores do mamão de 2005 a 2008 (Tons).

Países	2005	2006	2007	2008
Índia	2.139.300	2.482.100	2.909.000	3.629.000
Brasil	1.573.820	1.897.640	1.811.540	1.890.290
Nigéria	755.500	759.000	765.000	688.782
México	709.477	798.589	919.425	638.237
Indonésia	548.657	643.451	621.524	653.276
Etiópia	302.356	259.174	230.000	250.000
Bangladesh	240.000	105.245	95.785	103.609
R. D. Congo	215.980	217.900	219.840	223.770
Outros países	1.315.938	1.417.071	1.543.535	1.559.450
Total	7.801.028	8.625.642	9.555.329	9.636.414

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Analisando as exportações mundiais de mamão nesse mesmo período apresentaram uma queda de -11,29%, e essa queda se deve a diminuição nas importações dos EUA, sendo este o maior comprador de mamão no mercado internacional. A crise financeira de 2008

afetou as exportações de mamão, mas antes da crise de 2005 a 2007 o mercado mundial experimentou crescimento de 8,47% no período (Tabela 11).

Apesar deste crescimento, do total da produção mundial apenas 2,91% do produto é enviado para o mercado internacional, essa pequena parcela ocorre em função das fortes exigências impostas por países importadores e por conta destas barreiras muitos produtores não conseguem se inserir nestes mercados e acabam comercializando os seus produtos no mercado interno de seus países.

No ranking dos principais países exportadores do mamão o México ocupa a primeira colocação sendo o maior fornecedor desta fruta para o mercado dos Estados Unidos devido a sua localização, o México tem essa facilidade e este país é responsável por 35,84%, do volume total do mamão comercializado no mercado internacional e apresentou no período de 2005 a 2007 um crescimento médio de 3,33% ao ano.

A Malásia é um dos maiores exportadores deste produto, o país ocupou o segundo lugar no ranking dos maiores exportadores, no período de 2005 a 2006 somando 92.553 mil toneladas em dois anos. Em 2007, este país registrou uma queda de quase 50% nas suas exportações, com isso, o Brasil passou a ocupar a segunda posição no ranking dos principais países exportadores. A participação do Brasil no comércio mundial do mamão é de quase 13%, do total exportado, o mercado europeu é o maior importador do mamão brasileiro. Nos últimos anos os produtores exportadores brasileiros de mamão em especial os do estado da Bahia vêm unindo esforços como para entrar no mercado Norte Americano.

Em quatro anos, o Brasil enviou 133.467 mil toneladas para o mercado externo lembrando que o mamão é a sexta fruta mais importada pela União Européia, perdendo apenas por melões, uvas, mangas, maçãs e limões.

A União Européia é o segundo maior importador do mamão a nível mundial, esse bloco só perde para os Estados Unidos na importação desta fruta. Em 2008, este bloco aumentou a sua importação numa proporção menor em relação aos anos anteriores, enquanto que os EUA diminuíram fortemente a importação deste produto em função da crise financeira que abalou o país e isso acarretou numa queda de volume exportado mundialmente (Tabela 11).

Tabela 11- Ranking dos principais países exportadores do mamão de 2005 a 2008(Tons)

Países	2005	2006	2007	2008
México	83.159	94.891	101.306	90.316
Malásia	42.008	50.545	26.938	24.168
Brasil	38.757	32.475	32.267	29.968
Belize	28.635	34.475	33.341	28.967
Estados Unidos	10.704	3.586	9.604	9.031
Holanda	9.402	9.392	8.625	7.596
China	6.793	4.097	10.067	-
Índia	6.434	10.344	10.880	13.834
Outros Países	24.571	22.939	38.659	37.132
Total	250.463	267.815	271.687	241.012

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

No Brasil, o estado da Bahia é o maior produtor do mamão, produzindo em 2009, 891.236 toneladas, sendo, seguido pelo Espírito Santo com 550.057 toneladas produzidas no mesmo ano (IBGE, 2010). De acordo com as informações disponibilizadas *online* no Jornal do Povo (2011), do Estado da Bahia tem suas principais áreas de cultivo localizadas no extremo-Sul e no Oeste do Estado. Em 2010, o município de Luís Eduardo Magalhães se destacou na produção do mamão com apenas três fazendas foi responsável por mais da metade das exportações do estado chegando a (cerca de 4,3 mil toneladas). Por outro lado, entre 2009-2010, o município de Mucuri, na fronteira com o estado do Espírito Santo, se destacou nas exportações do mamão, experimentando um salto de 583% no volume comercializado no mercado externo.

Dos principais blocos econômicos importadores do mamão brasileiro em 2010, a União Européia é o maior importador com 84% do total (Gráfico 4) esta transação é calculada em US\$ 29.623 mil dólares. Os principais países importadores da União Européia são: Portugal, Espanha, Reino Unido, Alemanha, França, Holanda, Itália, Suíça, Bélgica, Luxemburgo, Irlanda e Dinamarca. No bloco da Nafta, os EUA e Canadá são os países importadores com 14%, do valor total, enquanto o México é o maior exportador mundial do mamão. Entre os países da América do Sul, os maiores importadores são Argentina, Uruguai, Paraguai e Malvinas que, juntos, importaram 1% de toda exportação brasileira. No mercado internacional, ainda, houve exportações para a China e Senegal (Gráfico 4).

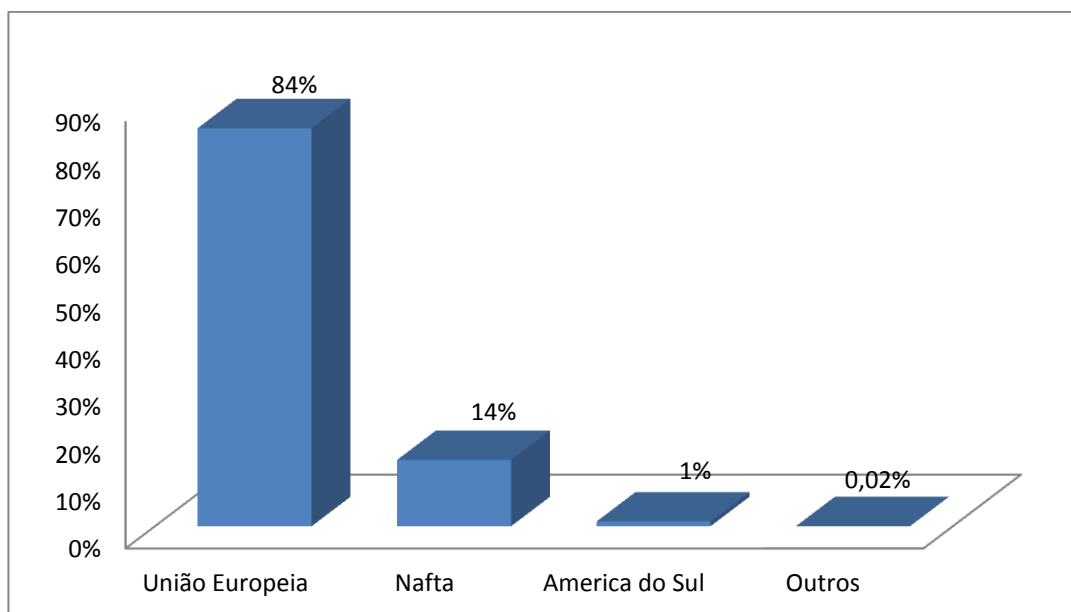


Gráfico 4- Exportação brasileira do mamão para os blocos econômicos, em porcentagem - 2010.

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados do COMTRADE (2011).

2.4 O melão brasileiro no panorama mundial

No Brasil, a produção do melão está localizada nos Estados do Rio Grande do Norte e Ceará, a coincide safra com o término das chuvas, entre final de maio a junho. No primeiro semestre, é possível visualizar a fruta no campo em todas as suas etapas de maturação, do plantio de sementes e mudas até a colheita.

Em relação às doenças e pragas, a principal preocupação se refere à mosca minadora que é uma das grandes vilãs entre as pragas da região. Existe, ainda, outra espécie de mosca, chamada “mosca branca”, que se constitui num motivo de grande preocupação para os produtores porque provoca “a disseminação do amarelão, doença virótica transmitida pela praga, que reduz de forma considerável o teor de açúcares nos frutos” (SALES, 2008, p.12).

A produção mundial de melão em 2005 alcançou o volume de 27.549 milhões de toneladas (Tabela 12), a de 2006 apresentou uma queda de -7,71% com relação ao ano anterior. No período de 2005 a 2008, a produção mundial de melão apresentou flutuações, isso se deveu ao desempenho de alguns dos principais países produtores como Iran, EUA, México e França que reduziram o volume da produção e aumentaram no ano de 2007. Em 2008, vários países produziram num volume abaixo do ano anterior com exceção da Turquia, Marrocos, Índia e Itália, estes países, aumentaram a produção, mas numa proporção menor com relação à queda dos outros países.

Entre os principais países produtores do melão, a China ocupa a primeira posição este país da Ásia, sozinho contribui com uma parcela significativa de 51,91%, enquanto a Turquia na qualidade do segundo maior produtor, participa com 6,80% na produção mundial do melão, o Brasil é o décimo maior produtor mundial do melão com a participação média de 1,64%, produziu entre os anos de 2005 a 2008, uma média superior a 13 milhões de toneladas (Tabela 12).

Tabela 12- Ranking dos principais países produtores do melão

Países	2005	2006	2007	2008
China	13.051.209	13.915.743	14.210.090	14.322.480
Turquia	1.765.610	1.770.000	1.661.130	1.749.940
Iran	1.583.750	1.367.350	1.660.280	1.230.000
Estados Unidos	1.179.010	1.125.540	1.114.470	1.042.400
Espanha	1.086.720	1.087.920	1.183.150	1.141.900
Marrocos	640.774	648.460	734.265	736.800
Índia	648.774	734.394	789.083	645.000
Itália	611.501	624.959	616.664	653.309
México	579.974	570.188	543.336	582.288
Brasil	352.742	500.021	495.323	510.000
Guatemala	307.334	384.248	519.952	530.657
França	296.974	293.815	234.543	265.576
Outros países	2.893.844	3.048.899	2.811.796	2.336.045
Total	27.549.306	25.423.077	26.159.048	25.746.395

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

No período entre 2003 a 2005, o melão permaneceu com o mesmo volume de produção, que corresponde a um total de 12 mil hectares plantados na região de Mossoró, Baraúna e Açú, municípios localizados no Estado do Rio Grande do Norte. De acordo com o IBGE (2010), o Rio Grande do Norte é o maior produtor de melão do Brasil, isso dado à presença de uma empresa multinacional algumas empresas nacionais, sendo o Estado do Ceará o segundo maior produtor deste fruto.

Os produtores brasileiros do melão defendem o aumento das áreas de produção, mas, antes, precisam ampliar o mercado, ou descobrir uns novos mercados que venham melhorar as vendas do produto, considerado em termos de qualidade, um dos melhores do mundo, comparado apenas com os melões de Israel e Espanha.

De acordo com Paula (2006), a qualidade do melão brasileiro é o resultado de um conjunto de fatores ambientais e tecnológicos: em termos dos recursos naturais, o país dispõe de 3.500 horas de sol por ano e um solo rico, o que possibilita uma produtividade de 44

toneladas/safra/ano. Também existem as tecnologias desenvolvidas especificamente para a produção do melão, considerando os adubos e os defensivos biológicos.

Na totalidade do volume do melão produzido mundialmente no período de 2005 a 2008 soma um pouco mais do que 102 milhões de toneladas, no mesmo período foram exportados um total de 7 milhões de toneladas, correspondendo assim, uma média de 7,69% da produção. A Espanha é o maior exportador mundial do melão (Tabela 13) chegando a 18,12%, do total exportado por mercado mundial sendo, seguido pela Guatemala que participa em média com 13,83%. Costa Rica é o quarto maior exportador mundial o país contribuiu com 11,13%, das exportações. O Brasil é quarto maior exportador do melão detendo 9,77% do mercado mundial, o grande volume das exportações brasileiras de melão é destinado para o mercado europeu, os EUA é o quinto maior exportador e primeiro maior importador, entre 2005 a 2008, este país enviou para o mercado internacional algo em torno de 701 mil toneladas enquanto que no mesmo período os EUA comprou de outros países 2.499 milhões de toneladas do melão.

Tabela 13- Ranking dos principais países exportadores do melão (Toneladas)

Países	2005	2006	2007	2008
Espanha	368.865	367.354	348.199	337.019
Costa Rica	241.900	247.941	226.178	156.149
Guatemala	218.431	275.083	344.110	253.023
Estados Unidos	183.822	114.059	203.320	200.358
Brasil	179.831	172.809	204.502	211.790
Honduras	163.150	172.000	172.767	175.858
México	142.147	132.582	136.513	156.766
Panamá	100.835	98.304	114.259	168.374
Outros Países	312.155	331.836	307.812	314.482
Total	1.911.136	1.911.968	2.057.660	1.973.819

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Segundo Paula (2006) a Região do Nordeste, é a única região da América Latina que não tem a mosca das cucurbitáceas, o que possibilita uma melhor garantia nas transações, pois diminui muito as pulverizações. Como forma de evitar informações inexatas, quanto à qualidade da produção no Rio Grande do Norte as fazendas produtoras são monitoradas, semanalmente, e as informações são repassadas aos importadores de diferentes mercados, em especial do mercado europeu.

Os estados do Rio Grande do Norte e do Ceará são os principais produtores do melão brasileiro, sendo que a produtividade média desses Estados está quase equiparada a dos

principais países produtores desta fruta, a Espanha, Guatemala, Costa Rica e EUA. É importante ressaltar que o grande volume da produção destes países é influenciado pelos investimentos tecnológicos, que inclui o cultivo de híbridos com elevado potencial genético.

Os fatores que restringem o aumento da produção brasileira são as condições climáticas desfavoráveis, ataque da mosca-minadora e utilização de sementes pouco compatíveis com as condições brasileiras (VITTI, 2009).

Em 2010, a União Européia foi o maior importador do melão brasileiro: os países deste bloco econômico importaram mais de 98% do total de volume exportado (Gráfico 5). Entre os países da União Européia, só a Holanda importou 59,68% de todas as exportações do melão brasileiro, levando-se em conta que a maior parte das frutas brasileira entra na Europa pelo porto de Rotterdam, que é um dos maiores, e mais importante porto do Continente Europeu; a Nafta emerge com a participação efetiva dos Estados Unidos e do Canadá na importação dessa fruta, sendo que o México possui capacidade produtiva própria; entre os países da America do Sul, se destacam a Argentina, Uruguai e Paraguai que juntos importaram apenas 0,12% dos volumes das exportações brasileiras do melão.

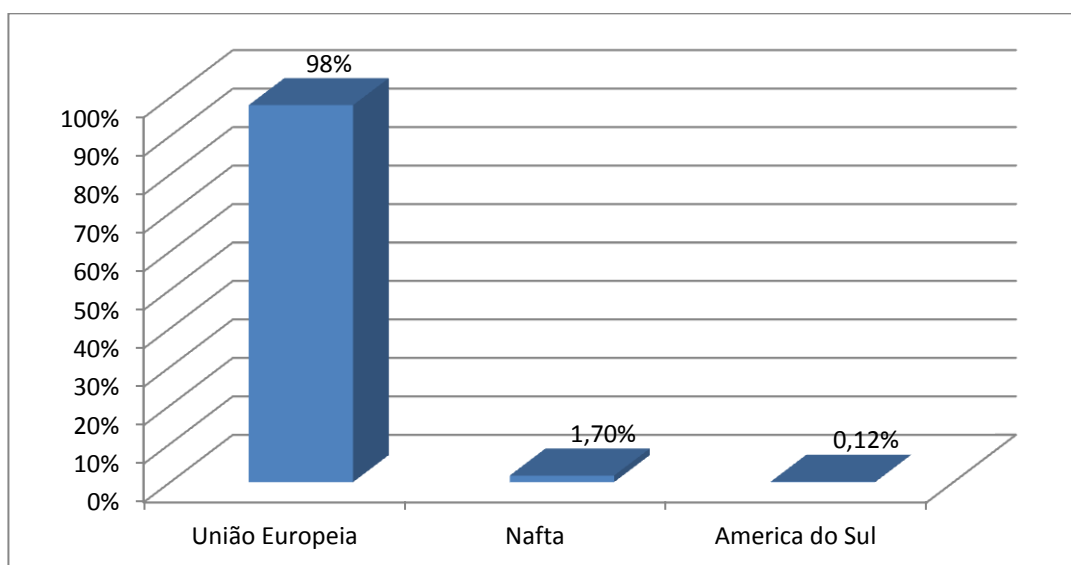


Gráfico 5- Exportação do Melão brasileira para os blocos econômicos em 2010, em porcentagem.

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados do COMTRADE (2011).

3. REFERENCIAL TEORICO.

3.1 Alguns Enfoques Teóricos Sobre o Comércio Exterior.

De acordo com Krugman e Obstfeld (2005) existem dois principais motivos para que os países atuem no comércio internacional e que pode ser resumido no custo de oportunidade: o primeiro motivo são as diferenças entre os países e o segundo está relacionado com possibilidade de obtenção de economia de escala na produção. Diferentemente de vários países e até de alguns continentes, o Brasil usufrui das vantagens comparativas no setor do agronegócio incluindo também a produção das frutas.

Segundo Vazquez (1999) em função da globalização as economias dos países negociam os bens e serviços com mais eficiência, num fluxo que tende a ser cada vez mais ágil e interativo. Dentro dessa linha, são formados os grupos regionais, blocos econômicos estabelecidos com o intuito de que os países atrelados nos mesmos objetivos possam disputar com maiores possibilidades de sucesso no mercado globalizado. Dessa forma, as empresas e os governos precisam se preparar continuamente, para enfrentar o desafio de se tornar em mais competitivo a cada dia.

Para Maia (2001) a abrangência da economia internacional engloba o comércio internacional (exportação e importação), prestação dos serviços e transferência unilateral. Por outro lado, grosso modo, o desenvolvimento da economia internacional foi influenciado pelo progresso dos meios de transportes, que se tornou o sistema mais rápido e eficaz, e também da evolução dos meios de comunicação, transformando atualmente o mundo em uma aldeia global e contribuindo bastante para a eficiência da economia internacional.

Existem motivos que levam as empresas a optarem por atuar no mercado internacional, e esses motivos podem ser listados em: “necessidade de operar em um mercado com volume que garanta uma dimensão industrial a empresa; as dificuldades de vendas no mercado interno; melhor aproveitamento das estações; possibilidade de preços mais rentáveis e melhor programa da produção” (MINERVINI, 2001, p. 5).

As exportações são atividades que também possibilitam a abertura do país para o mundo. Segundo Vazquez (1999) exportar os produtos para o mercado internacional é uma escola de administração, visto que são uma forma de se competir com os demais concorrentes internacionais, e assim o país exportador aprende técnicas e conceitos que não teriam aplicabilidade em seu mercado interno.

Na visão de Jank e Nassar (2000) em função da abertura econômica e da formação de diferentes blocos econômicos e das principais mudanças estruturais, houve a necessidade de elevação da competitividade da fruticultura brasileira, em que a produção de frutas passou a ser realizada em moldes empresariais para satisfazer a crescente demanda doméstica e externa. Dentro desta preocupação e tendo em vista a necessidade de se tornar mais competitivo num mercado fortemente exigente, é que surgiu a obrigação do emprego de tecnologias mais moderna a fim de assegurar a competitividade do setor.

Com similaridade em diferentes aspectos, a maioria dos trabalhos que tratam do problema da fruticultura brasileira e do seu desempenho nas exportações não aborda o tema da fruticultura como um todo, apenas escolhem algumas frutas como estratégia de análise. Por exemplos: Bidjeke (2002) fez uma análise sobre a competitividade entre empresas de exportação da banana no Nordeste brasileiro, investigando apenas uma fruta; Reis (2005) abordou a competitividade das exportações brasileiras de frutas tropicais representadas pelo abacaxi e mamão; Diz (2008) analisou a competitividade internacional das exportações brasileiras de manga e de uva, que são consideradas como frutas brasileiras de grande relevância no mercado interno e internacional; Vitti (2009) analisou a competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas no mercado internacional, incluindo a banana, lima/limão, maçã, mamão, melão, manga e uva. Estes foram alguns dos autores que trabalharam neste tema, que é bastante interessante e desafiador tendo em conta o dinamismo do mercado internacional.

Durante todo o processo de desenvolvimento econômico e social, o Brasil demonstrou uma capacidade incontestável para a agricultura: nos meados da década de 1930, o setor foi fundamentalmente importante na locação e desenvolvimento da indústria, tendo em vista que foram as exportações agrícolas que possibilitaram ao país a obtenção de divisas necessárias para a importação de outras matérias-primas e bens de capital, (ROCHA e MENDONÇA, 2004).

Para Freitas e Costa (2005) o Brasil se beneficia da vantagem comparativa na produção de itens agrícolas e agrícolas processados, e isso ficou provado ao longo da sua formação econômica e social em que assumiu e desenvolveu a vantagem comparativa entre diferentes produtos agrícolas, em especial no cultivo da cana, do café e das frutas.

Conforme argumenta Reis (2005, p. 125) “o setor agrícola brasileiro tem-se apresentando como um dos mais dinâmicos em termos de crescimento, contribuindo decisivamente para um melhor desempenho da balança comercial do país, neste contexto a

fruticultura tem grande peso, principalmente, nessa última década em que apresentou expressivo crescimento em suas exportações”.

De acordo com Freitas e Costa (2005) no que diz respeito à interação do Brasil com relação aos seus parceiros bilaterais, a grande participação do país no mercado agrícola mundial é um elemento em construção: uma boa parceria com a Europa Ocidental, por exemplo, é uma das prioridades da política externa brasileira, e essa parceria se caracteriza tanto pela intensidade do diálogo político como pelo dinamismo do intercâmbio econômico.

Segundo Carvalho e Cunha Filho (2005) ao longo dos últimos anos, a elevação no nível da demanda por frutas *in natura* vem impulsionando o aumento da produção e das exportações dos principais países produtores. O Brasil se destaca na produção e exportação de vários tipos de frutas de clima temperado e tropical, entre elas a uva, manga, mamão e melão que compõe a nossa cesta de análise. Convém ressaltar que o Brasil por ser um país de grande extensão territorial, ainda existe espaço para crescer a sua agricultura e, com isso, tirar proveito da expansão do mercado mundial de frutas.

Para elevar a participação das frutas brasileiras no mercado internacional é imprescindível que haja uma adequação a esse mercado, em termos de especificações fitossanitárias e uma maior eficiência com relação ao canal de distribuição. Faz-se necessário, ainda um estudo de viabilização no mercado importador, identificando assim o perfil do consumidor destes países, com intuito de constatar as melhores épocas para exportação e usar possíveis janelas do mercado, procurando competir na contra-estação, com a finalidade de conseguir melhores preços e eliminar as barreiras tarifárias do principal mercado consumidor, como caracteriza Oliveira Filho et al. (2007).

No que concerne à inserção dos exportadores brasileiros no mercado europeu de frutas, considerando as janelas do mercado, pode-se citar o exemplo do melão, Pelas estatísticas da FAO (2010), no período referente a 2008, a Espanha destacou-se em quarta colocação na produção do melão, enquanto o Brasil ocupou a décima primeira posição, sendo que em relação às exportações desta fruta, a Espanha foi o primeiro dos principais exportadores, e o Brasil que obteve a terceira posição.

De acordo com dados do COMTRADE (2011) em 2010, 97,96% das exportações brasileiras do melão seguem para o mercado europeu de frutas. Para Vitti (2009) os volumes exportados são facilitados pelo período de embarques da frutas brasileiras que ocorrem principalmente no inverno do hemisfério Norte, ocasião em que a Espanha não produz a fruta com qualidade e quantidade suficiente para atender o mercado europeu.

Para Neves (1998, apud DIZ, 2008) entre os fatores que influenciam a elevação da demanda de frutas no mercado externo estão: mudanças de hábitos alimentares dos consumidores, crescimento populacional, aumento da renda nos países importadores e, por último, as mudanças ambientais. No que se refere à elevação da renda nos países importadores, economistas de diferentes correntes do pensamento econômico destacam este fator como uma das variáveis necessária para estimular a exportação de um país. E com relação às mudanças de hábitos, gostos e preferências, estes fatores são gerados pelo aumento da preocupação dos consumidores com as questões da saúde, procurando assim consumir alimentos mais saudáveis. Tudo isso segue em consequência do surgimento do consumidor consciente, que preza pelo atendimento de eventuais exigências na produção e busca por novos sabores. Neste contexto, se destacam as frutas tropicais que são vistas nos países do hemisfério norte como frutas exóticas.

3.2 Fatores de Competitividade no Setor Exportadora da Fruticultura.

Ao longo dos últimos anos, diferentes países vêm se integrando em diversos blocos econômicos como forma de impulsionar o seu comércio (tanto a nível interno quanto externo), em consequência dessas transformações nas relações econômicas mundiais, a competitividade das empresas, tomado no escopo da competência, vem garantindo suas existências.

Este capítulo explora o conceito de competitividade e, analisa como essa competitividade pode ser praticada no setor exportador de fruticultura brasileira, em especial na região do Nordeste, sendo importante frisar que os preços das frutas exportadas do Brasil para o mercado europeu são determinados pela oferta e procura no mercado mundial. Isso implica que a perda do dinamismo pode não estar relacionada à competitividade, mas, sim, a queda ou desaceleração da demanda. Desse modo, deste capítulo em diante, o trabalho procura identificar nos capítulos subsequentes se o país está sendo competitivo no mercado externo perante os seus concorrentes.

3.3 A Conceituação da Competitividade.

A competitividade se destacou, entre meados da década de 1980 e 1990, através dos debates sobre política industrial. De acordo com Farina (1999, pag. 149), a “competitividade

não tem uma definição precisa, pelo contrário, compreendem tantas de um mesmo problema que dificilmente se pode estabelecer uma definição ao mesmo tempo abrangente e útil”. Contudo a autora define competitividade como a capacidade da empresa permanecer no mercado e de preferência, crescer em mercados concorrentes ou em novos mercados. A competitividade significa que o posicionamento da empresa no mercado tem que ser lucrativo.

Existem várias definições para competitividade, conforme pondera Rodrigues (1999 p. 21) “competitividade significa coisas diferentes para pessoas diferentes; achar uma definição única não é uma tarefa fácil”.

Para Haguenaer (1989), competitividade está relacionada ao desempenho das exportações da indústria. Ele considera o conceito *ex-post*, que analisa a competitividade por meio de sua influência sobre o comércio internacional. Assim, são competitivas as empresas que ampliaram sua participação na oferta externa de determinados produtos.

O termo competitividade é aplicado tanto as nações quanto as empresas. Para Porter (1991) o sucesso ou fracasso de qualquer empresa depende da sua vantagem competitiva, a estratégia competitiva é a procura de uma posição competitiva privilegiada em uma empresa, a arena importante onde ocorre a concorrência. Segundo este autor, a estratégia competitiva aponta uma posição lucrativa e sustentável dentro das forças que determinam a concorrência na indústria e com isso, existem dois problemas que embasam a escolha da estratégia competitiva. O primeiro diz respeito à posição das indústrias em termos da rentabilidade no longo prazo e os fatores que determinam esta rentabilidade, enquanto que o segundo problema relacionado à estratégia competitiva são os determinantes da posição competitiva relativa dentro da indústria.

Segundo Benites e Valério (2004), a empresa é competitiva quando apresenta eficiência no desempenho das suas atividades e o valor final criado pode ser medido pela disposição dos consumidores em pagar pelos produtos por ela oferecidos.

Na opinião de Cunha Filho (2005), a competitividade é abordada sob os aspectos dos indicadores de desempenho, eficiência e capacitação, sendo que os indicadores de desempenho avaliam a competitividade das empresas que podem ser nacional ou internacional, enquanto que os indicadores de eficiência e capacitação se relacionam aos fatores explicativos do desempenho econômico das firmas, setores e países: os indicadores de eficiência são ligados aos preços e custos dos bens e serviços comercializados, abrangendo a produtividade dos fatores; e os indicadores de capacitação incorporam os avanços tecnológicos em produtos e processos.

De acordo com Bidjeke (2002), a competitividade relaciona-se a uma medida da performance das empresas individuais, que no entanto, depende das relações sistêmicas, considerando que as estratégias empresarias podem ser impedidas por entradas estreitas de coordenação vertical ou de logística.

Rodrigues (1999), ainda, considera que muitos autores enfatizaram diferentes aspectos da competitividade e que alguns apresentam conceitos totalmente singulares: a escolha se dá entre os aspectos qualitativos e quantitativos que deveriam ter maior relevância.

Em termo abrangente, a competitividade é uma questão de aumentar a qualidade de vida da nação, através das criações dos produtos mais saudáveis, geração dos empregos por parta das empresas. Por outro lado, o conceito de competitividade está intrinsecamente relacionado com a habilidade de uma empresa em competir e negociar com sucesso seus produtos e serviços em escala mundial.

Na visão de Santos (2003), a competitividade relaciona a empresa e o seu mercado. E conceitualmente a competitividade é um resultado positivo desta relação direta, ou seja, a capacidade da empresa de criar e conduzir de forma eficiente as relações que geram resultados favoráveis à empresa. O que significa dizer que uma empresa só é competitiva se tiver a capacidade de produzir produtos e serviços de qualidade superior e a custos mais baixos que os seus concorrentes.

A competitividade, portanto, nada mais é do que um posicionamento estratégico que as empresas adotam ou criam para se sustentarem no mercado, apresentando como vantagens específicas a geração de emprego e a elevação da renda das populações residente em uma determinada cidade ou região.

3.4 Os Fatores Determinantes da Competitividade no Setor Exportador das Frutas Brasileiras.

Na última década (2001/2010), o setor da fruticultura brasileira tem melhorado bastante com a participação de diferentes atores, especialmente o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e outros órgãos estatais, haja vista que ser competitivo no mercado externo exige esforço conjunto e competência. No entanto, apesar dos esforços empreendidos, o país possui gargalos que dificultam a competitividade e afetam o setor, tais como das frutas os elevados custos dos fretes e dos serviços portuárias, e a desvalorização do dólar em relação ao real.

3.4.1 A qualidade das frutas brasileiras como fator determinante para competitividade no mercado internacional.

A preocupação mundial com o tipo de alimento a ser consumido faz com que a qualidade seja um importante fator como determinante da competitividade das empresas produtoras/exportadoras de frutas, em todos os continentes.

Segundo Souza e Neto (2006) a expansão das redes de *fast food*, que comercializam alimentos ricos em gorduras e carboidratos e pobres em frutas, tem gerado sérios problemas de saúde para a população em grande parte dos países desenvolvidos. No caso específico da Inglaterra, estudos comprovaram que a má dieta alimentar está relacionada com as doenças do coração, estima-se que o governo inglês gaste em torno de US\$ 7 bilhões por ano com o tratamento.

Para Souza e Neto (2006) em consequência desses e de outros fatos, tem havido a preocupação das autoridades que a população consuma alimentos saudáveis. Nos países desenvolvidos, os especialistas vêm recomendando a ingestão de no mínimo cinco porções de frutas e também outros vegetais ao dia, para uma dieta equilibrada. A preocupação, no entanto, não diz respeito apenas ao consumo, mas também à qualidade desses alimentos.

No processo de produção de frutas, a questão da qualidade surgiu como atributos que podem ser intrínsecos ou extrínsecos. Conceitualmente, “a qualidade intrínseca relaciona-se fundamentalmente aos danos ao meio ambiente em seu processo produtivo, ausência de aditivos e conservantes, ausência de resíduos químicos, valor nutritivo e confiança do consumidor nos produtos ou empresas. Enquanto que as qualidades extrínsecas são os preços dos produtos, aparência, formato, cor e tamanho” (SOUZA e NETO, 2006, p. 404).

O selo de certificação entra justamente na qualidade intrínseca, que é uma qualidade que não pode ser visualizada pelos consumidores. Por meio da certificação, no entanto, é possível dar a conhecer determinados atributos do produto, garantindo, assim, a sua qualidade. Para Souza e Neto (2006), os principais padrões de certificação, exigidos pelo mercado importador das frutas frescas, são os globais e os privados.

“atualmente os consumidores estão cada vez mais preocupados em consumir alimentos saudáveis e respeitando o meio ambiente e o bem estar dos trabalhadores” (FAO 2010, p. 22). Dentro desta preocupação, foram criadas as Boas Práticas Agrícolas (BPA) e a Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), sendo esta última um sistema recomendado por organismos internacionais, como a “OMC (Organização Mundial do

Comercio), OMS (Organização Mundial de Saúde) e pelo MERCOSUL e é exigido pela Comunidade Européia e pelos Estados Unidos. No caso do Brasil, o Ministério da Saúde e o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, já têm ações com objetivos de adoção do Sistema APPCC” (MAPA, 2011, p.13).

No que se relaciona ao padrão privado, se destaca a GLOBALG.A.P. (Eurogap): uma organização privada que define as normas voluntárias para a certificação dos produtos agrícolas em todos os continentes e que atua em mais de 80 países. As normas GLOBALG. A.P. estão sujeitas a revisão de três em três anos e o selo GLOBALG. A.P. é uma marca comercial, utilizadas por empresas associadas.

A certificação dos alimentos neste caso para as das frutas é bastante positiva sob o ponto de vista do consumidor, pois certifica a qualidade em termos de processo e de produto. Por outro lado, os certificados constituem barreiras à entrada de produtores concorrentes que não disponham de capacidade tecnológica, financeira e organizacional. Convém ressaltar, que a manutenção do processo de certificação é a etapa mais cara: os produtores arcam com um custo elevado para pagar as auditorias e inspeções. Nessa situação, os pequenos e médios produtores, com escala menor de produção, ficam de fora (SOUZA e NETO, 2006, p. 409).

3.4.1.1 A Produção Integrada de Frutas – PIF

A Produção Integrada (PI) é uma forma de exploração agrícola que produz diversos tipos de alimentos, incluindo as frutas de alta qualidade, com o uso de recursos naturais, estabelecendo mecanismos que minimizam a utilização de insumos e contaminantes e assegura uma produção agrícola sustentável. Conceitualmente, a PI surgiu em meados da década de 1970, instituída pela Organização Internacional para Controle Biológico e Integrado Contra os Animais e Plantas Nocivas (OILB) houve, em 1976 na Suíça, o debate sobre o manejo das culturas de fruteiras e a proteção integrada dessas plantas. Nessa época, tornou-se explícita a necessidade de adoção de um sistema de produção que acolhesse as particularidades do agroecossistema (TITI et al, 1995 apud ANDRIGUETO, NASSER e TEIXEIRA, 2008).

Alguns países da União Européia (Espanha, França, Itália, entre outros) apoiados nos preceitos da OILB e influenciados pelas ações de órgãos de defesa dos consumidores, desenvolveram o conceito de PI em meados da década de 1980, com o objetivo de atender as exigências dos consumidores e das cadeias de distribuidores e supermercados, na procura por

alimentos saudáveis, com ausência de resíduos de agrotóxicos, ambientalmente corretos e socialmente justos.

Segundo Genú e Pinto (2002), uma produção integrada é constituída pela agregação de práticas agronômicas selecionadas, cuja produção assegura a qualidade e produtividade das culturas numa base de sustentabilidade, considerando, também, as exigências dos consumidores, a viabilidade econômica da atividade e a proteção ao meio ambiente, no uso de diversos tipos de métodos biológicos e químicos que são cuidadosamente aplicados.

O principal objetivo da PI é estabelecer uma relação de confiança entre o produtor e o consumidor, por meio de um selo de certificação que indica que o produto está de acordo com os requisitos especificados nas normas técnicas, concernentes a cada espécie frutífera.

No Brasil, a PI tomou força no ano de 1998 com a implantação das normas específicas para a maçã que na época enfrentava dificuldades nas exportações, em função da produção de má qualidade. Posteriormente, em 1999 estas normas foram ampliadas para frutas de caroço como a uva de mesa e manga, por exemplo, e, atualmente, contempla 17 espécies frutíferas (NOMURA et al. 2010).

A Produção Integrada de Frutas (PIF) no Brasil conseguiu racionalizar o uso de agrotóxicos, com valores percentuais reduzidos na sua utilização, conforme mostra a (Tabela 14).

Tabela 14. Indicadores de racionalização no uso de agrotóxico em percentagem de redução.

Produtos	Manga (%)	Uva (%)	Mamão (%)	Melão (%)
Inseticidas	70,0	89,0	35,7	20,0
Fungicidas	31,0	42,0	30,0	10,0
Herbicidas	95,0	100,0	78,0	-
Acaricidas	72,0	100,0	35,7	20,0

Fonte: Adaptado pelo autor a partir do Sobrinho et al.(2006).

É importante ressaltar que após a implantação do PIF houve uma redução significativa no nível do agrotóxico na nossa cesta de frutas, o que mais apresentou a redução foi à cultura da uva com 82,75%, seguida pela cultura da manga com 67%, o mamão com 44,85% e finalmente o melão apresentou uma redução de 22%, bastante inferior se comparando com outras frutas.

A redução no nível de agrotóxico acarreta uma produção de qualidade, em consequência, melhora a comercialização de frutas tanto no mercado interno como no

mercado externo. No período de 2005, houve uma elevação de 5.446ha de frutas produzidas no regime PIF, incremento que elevou de 35.000ha para 40.446ha da área PIF total, com 1.280 produtores envolvidos diretamente com uma produção de 1.140.326 toneladas de frutas (ANDRIGUETO, NASSER e TEIXEIRA, 2008).

De acordo com Genú e Pinto (2002), entre as vantagens econômicas da PI se destaca, de forma direta a minimização dos custos de produção decorrentes de desperdícios com o uso de insumos agrícolas, e tem como benefício indireto, a crescente exposição da mídia em busca de produtos “saudáveis”, identificados pela sociedade através dos selos de certificação de qualidade.

3.4.1.2 A Normas Interna de Classificação de Frutas

De acordo com Donadio (2004) com a finalidade de atender a demanda externa e enfrentar a competitividade do mercado global de frutas, o governo federal através do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, fez uma parceria com órgãos como CEAGESP e outros através do Programa Brasileiro para a Modernização da Horticultura para elaborar as normas de classificação de frutas, pertinentes ao objetivo de gerar uma produção de qualidade.

A classificação implica na separação da manga ou de quaisquer outras frutas, segundo Donadio (2004), essa classificação é feita em lotes homogêneos, com padrões específicos de qualidade o que permite uma caracterização mensurável do lote. O tamanho da fruta não é considerado qualidade. A qualidade é caracterizada separadamente: o lote da manga é classificado, uniformizado em tamanho e coloração, apresentando quatro (4) categorias bem definidas de atributos e a garantia de um padrão mínimo de qualidade.

O Governo Federal regulamentou, ainda, o uso obrigatório de um rótulo que tem a função de expor o produto com base nas regras estabelecidas pelas normas de classificação. Essa rotulagem faz a identificação do fruto, da sua origem e do responsável pelo produto.

A qualidade dá a entender a ausência de defeitos, sendo estabelecidas tolerâncias diferentes para os defeitos graves e leves. Por essa razão, o produtor deve eliminar os frutos com defeitos graves antes do processo de embalagem, pois esses defeitos depreciam a aparência e o valor do produto e inviabilizam o seu consumo (DONADIO, 2004).

Convém ressaltar que a classificação do produto para a garantia de transparência na comercialização é considerada uma qualidade extrínseca, porque os consumidores conseguem

visualizar esta qualidade, ao contrario dos atributos intrínsecos cuja garantia de qualidade é fornecida pela certificação (Souza e Neto 2006).

No que se refere à qualidade na produção de mamão, Ruggiero (2003) afirma que, ao longo dos últimos anos, ocorreram mudanças expressivas, principalmente na área de tecnologia de colheita e pós-colheita e, com isso, o país vem apresentando excelentes pontos de classificação. O que possibilitou um grande volume nas exportações e ao mesmo tempo, uma referência de padrão mundial de qualidade.

As normas de classificação de mamão são estabelecidas com base na determinação da categoria de qualidade de acordo com o percentual (%) de tolerância aos defeitos leves que podem depreciar o valor do produto, mas não impedem a sua comercialização. Os defeitos leves são caracterizados em duas formas: uma deformação leve onde o dano patológico é caracterizado pela decomposição, desintegração ou fermentação dos tecidos, ou uma coloração irregular que agrupa as manchas da fruta e com algumas alterações que possibilitam a visualização da cor da casca de fruta; Os defeitos graves são aqueles que inviabilizam o consumo da fruta, ou seja, deprecia muito a aparência do produto: danos patológicos que são caracterizados pela decomposição da fruta e qualquer outro dano que possa atingir a polpa (dano mecânico, imaturo) (RUGGIERO, 2003).

Na cultura da uva fina in natura para comercialização no mercado interno ou externo, a classificação que garante a transparência é feita de forma separada, em lotes homogêneos, seguindo, assim, os padrões mínimos de qualidade e homogeneidade pré-determinados. Portanto, os lotes de uva fina são caracterizados por seu grupo independentemente da ‘presença ou ausência de sementes’, subgrupo ‘coloração’, classe ‘tamanho’ e categoria ‘qualidade’ (DONADIO 2004).

O rótulo, que dá a garantia do responsável pelo produto, descreve o processo de produção com base nas normas estabelecidas pelos órgãos competentes. E, a inclusão do código de barra no rótulo não é obrigatória para os produtores.

Na organização dos cultivares, a divisão das variedades de uva fina de mesa em dois grupos é determinada pela presença ou ausência de sementes. Um dos fatores que define a qualidade desta fruta é a categoria: cada categoria deve corresponder ao seu limite de tolerância a defeitos graves e leves, e “a presença de uma baga com defeito caracteriza o cacho como defeituoso” (DONADIO, 2004, p.1).

Por ultimo, segundo Vecchia (2005), a classificação implica a separação do produto em lotes homogêneos, perante os padrões mínimos de qualidade e descrever o lote por meio

de características mensuráveis. A classificação do lote do melão é uniformizada em tamanho e apresenta qualidade bem definida, em quatro divisões.

Não diferente das outras culturas, nas normas de classificação do melão, o rótulo é obrigatório para identificação do responsável pela produção com o código de barra opcional. A classe que garante a homogeneidade do aspecto de tamanho no lote é determinada pelo peso médio do fruto na embalagem, cotado em *Kg*, com isso, o maior fruto poderá pesar no máximo 40% mais que o menor fruto da embalagem.

Os defeitos graves que podem impedir o consumo do melão são podridão, passado, imaturo, dano profundo, desidratado, dano por frio, deformado e virose. Por outro lado, existem defeitos variáveis em que a desvalorização deste produto depende da sua intensidade. Por exemplo, “a lesão e mancha, alteração na coloração e/ou textura da casca pode constituir defeito grave ou leve, dependendo da área ocupada no fruto (maior ou menor que 15%) e seu potencial de evolução” (VECCHIA, 2005, p.1).

3.4.1.3 GLOBALG.A.P. - Pontos de Controle e Critérios de Cumprimento Sistema Integrado de Garantia da Produção - Módulo Frutas.

De acordo com as informações disponibilizadas pela organização GLOBALG. A. P (2011) o módulo da GLOBALG. A. P, para produção de frutas começa pela gestão do solo e substrato: este ponto do critério de cumprimento destaca a desinfecção do solo, mediante o uso de fumigantes e deve ser registrado o intervalo de pré-plantação. No ponto substratos é recomendado que o produtor mantenha os registros, documentando as quantidades recicladas e as respectivas datas.

No que se refere à pré-colheita, ressalta-se a qualidade da água usada nos tratamentos fitossanitários, sendo extremamente importante identificar a origem da água e os tipos de produtos fitossanitários (inseticidas, herbicidas), os períodos de execução (fase de crescimento da cultura) e a localização da aplicação (parte comestível da cultura, outras partes da cultura, solo entre as culturas).

Em relação aos substratos, ainda a aplicação de fertilizantes orgânicos e qual o intervalo entre a aplicação e a colheita são levados em conta para não comprometer a segurança alimentar. Na verificação da pré-colheita, são consideradas as medidas adequadas para diminuir a possibilidade de contaminação dentro da área da cultura.

No que concerne à colheita dos frutos, existe uma avaliação de riscos documentada, atualizada e publicada anualmente na revista relacionada ao tema: as avaliações incluem os contaminantes físicos, químicos e microbiológicos e as doenças transmissíveis para o homem, adaptadas ao produto considerado.

Uma das exigências da GLOBALG.A.P para o processo da colheita afirma que todos os produtos frescos, embalados diretamente no campo, devem ser protegidos de contaminação. De acordo com os resultados da avaliação dos riscos de higiene e com as exigências de qualidade, o ideal é que o produto seja embalado diretamente no campo e armazenado na unidade de produção. E, em razão dessa exigência, os controles de temperatura e umidade devem ser estabelecidos e mantidos.

Caso o produto for embalado diretamente no campo seja guardado na unidade de produção, as áreas de armazenamento precisam estar limpas e, em função dessa limpeza os restos de material de embalagem e as frutas descartadas devem ser retirados dos campos.

O último ponto se relaciona ao acondicionamento do produto, partindo dos princípios de higiene que incluem os contaminantes físicos, químicos, microbiológicos e as doenças transmissíveis ao homem. A higiene pessoal diz respeito à capacitação e treinamento dos trabalhadores sobre os temas de higiene e avaliação dos riscos para o acondicionamento do produto. Portanto, devem existir as evidências de que os trabalhadores cumprem com as normas de higiene.

É importante ressaltar que as normas dos pontos de controle e critérios de cumprimento da GLOBALG.A.P (2011) citados acima, estão vigentes desde 01 de março de 2011, sendo obrigatório o seu cumprimento a partir de 01 de janeiro de 2012.

3.4.1.4 As Normas da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE para Produção e Exportações de Frutas

Segundo a OCDE (2011) no domínio das atividades do Sistema de Aplicação de Normas Internacionais de Frutas e Produtos Hortícolas, criada pela a mesma instituição que é a OCDE em 1962, as explicativas das normas são atualizadas, compreendendo os comentários e ilustrações que são publicados para facilitar as interpretações daqueles que estão interessados no comércio internacional dos produtos agrícolas. É importante ressaltar que, no caso das frutas, as normas são elaboradas de acordo com o tipo.

Para a OCDE (2011) no caso específico da manga, esta organização estabeleceu as normas levando em conta os requisitos de qualidade que se congregam na aparência da manga (característica da variedade de acordo com os requisitos mínimos), em sua coloração (característica da variedade) e algum defeito (muito ligeiro superficial que é defeito de pele permitido).

De acordo com as normas de OCDE (2011) as frutas devem estar livres das manchas pretas ou trilhas que se estendem sob a pele, pisaduras significativas, danos provocados por baixas temperaturas. Ao mesmo tempo, precisam ser livres da umidade externa anormal, qualquer cheiro e/ou sabor estranho, isento de pragas e dos danos por elas causados.

No que concerne o grupo de tamanho da manga, as classificações dos pesos são feitas de seguinte forma: A: 200-350g, B: 351-550g, C: 551-800g. De acordo com a uniformidade da norma, a origem da produção deve ser informada, assim como a variedade da fruta, a qualidade oferecida e o tamanho, sendo que o fruto visível deve ser representativo de todo o conteúdo. Quando ao desenvolvimento da marca, ela determina a identificação do embalador e/ou expedidor, variedade, país de origem (região é opcional), tamanho por faixa de peso, número de frutas e marca oficial de controle, que é opcional (OCDE 2011).

Faz-se necessário frisar que esta norma se aplica a manga das variedades que são fornecidas frescas para o consumo *in natura*. A manga para consumo precisa estar livre de doença ou grave deterioração que, sensivelmente, afete sua aparência e valor de mercado. Portanto, as mangas com estes defeitos são excluídas.

A finalidade das normas OCDE é definir os requisitos de qualidade de mangas para a exportação, mediante o controle de fase, após acondicionamento e embalagem. Os requisitos mínimos são estabelecidos em todas as categorias, sem prejudicar as disposições especiais e as tolerâncias admitidas.

Para a OCDE (2011) no caso da uva *in natura*, não diferente da manga, a produção de qualidade é definida em três categorias que são: Extra (qualidade superior), I (qualidade boa) e II (qualidade comercial). Os requisitos mínimos para todas as classificações são oriundos de uma produção praticamente livre de pragas e de danos provocados por pragas, isentos da umidade externa anormal, e de qualquer cheiro e/ou sabor estranho.

Segundo as normas da OCDE (2011) os cachos da uva devem ser cuidadosamente colhidos, suficientemente desenvolvidos e em estados aceitáveis de maturação. Por outro lado, o desenvolvimento e o estado devem ser tais que lhes permitam suportar o transporte e manuseio, chegando ao local de destino em condições satisfatórias. Alguns pontos de

destaque nos requisitos de qualidades são: aparência dos cachos (característica da variedade de uva), coloração (característica da variedade, ligeiros defeitos permitido) e aparência da fruta. Portanto, essas normas se aplicam às uvas de mesa das variedades (cultivares) para consumo *in natura*.

No quesito melão, existem diferentes espécies para comercialização e, por essa razão, há diversificação em termos de tamanho e formato, bem como em carne e a cor da casca. No que concerne a qualidade do melão produzida, a OCDE estabeleceu as normas para os requisitos de qualidade, começando pelo formato do fruto que atinge um peso de 1.5-3 kg, dependendo do tipo do melão. Também é considerada a cor da pele, que fica amarela após a maturação do fruto.

3.4.2 A taxa de cambio nominal como fator determinante da competitividade das exportações brasileiras de frutas.

A taxa do cambio é uma das variáveis que determinam o volume das exportações de um país. No Brasil, os contratos entre as empresas exportadoras de frutas brasileiras e o mercado importador europeu são firmados em moedas estrangeiras (euros e dólar norte americano) e os gastos na cadeia produtiva de frutas são efetuados em reais (moeda nacional), o que obviamente, demonstra quanto às exportações depende da taxa do câmbio.

Em 2008, o Brasil foi o sétimo maior produtor mundial de manga e o terceiro maior exportador dessa fruta, entre as variedades das mangas produzidas e exportadas, a manga Tommy Atkins se destaca com a de maior produção e a principal nas exportações desse produto para o mercado europeu (FAO, 2010). De acordo com Souza e Neto (2006) nos últimos anos, os consumidores europeus vêm mudando as suas preferências para outras variedades como Kent e Keith em função da fibra, sabor e do tamanho da pele que é bastante fina comparando com a da manga Tommy. No que concerne a produção destas variedades o Brasil apresenta desvantagem com relação ao Peru e Equador, que são os principais concorrentes.

A desvantagem advém, primordialmente, pelos baixos custos de produção dos países concorrentes. Por exemplo, a mão-de-obra de um trabalhador em uma fazenda produtora da manga é de US\$ 100,00, no Peru e Equador, enquanto que no Brasil o salário de uma pessoa com a mesma função é US\$ 500,00; outra vantagem é a produção orgânica naqueles países, enquanto o Brasil a produz tem o auxílio de adubos químicos e agrotóxicos. Em suma, o alto

custo da produção brasileira acaba tornando o país menos competitivo perante aos seus concorrentes no mercado internacional.

A partir de 2008, a queda do dólar vem constituindo o motivo de preocupação para as empresas exportadoras de frutas do Vale do São Francisco, pois, nos últimos dois anos, os empresários deste setor estão convivendo com o dilema de escolher entre manter os preços e reduzir os lucros ou reajustá-los e perder a competitividade perante os seus principais concorrentes no mercado internacional.

Para Paulo Dantas, proprietário da AGRODAM, uma das empresas produtora e exportadora de manga e uva do Vale do São Francisco, a queda do dólar acarreta numa situação nada favorável para as companhias que ali atuam, considerando que este é um setor especializado na exportação cujo mercado interno não é suficiente para absorver o excedente gerado pelo aumento dos preços devido à valorização do real. Ainda segundo Dantas, como muitas outras empresas da fruticultura que atuam no Vale do São Francisco, a AGRODAM exporta mais de 95% da sua produção para o mercado internacional e como todas as negociações são baseadas no preço do dólar, e os custos de produção do Brasil são bastante elevados em moeda nacional. Em consequência, as empresas passam por dificuldades para manter os preços e enfrentar as concorrentes, como as empresas do Chile e do Peru, por exemplo, que vendem mangas e uvas por até metade do preço dos fruticultores brasileiros.

De acordo com Gualberto, Presidente da Associação dos Exportadores de Hortigranjeiros do Vale do São Francisco (VALEEXPORT) a estimativa é que 20 mil pessoas fiquem desempregadas, até dezembro de 2011, caso o dólar continua desvalorizando e o volume de vendas dos fruticultores Pernambucanos continue diminuindo chegando a uma queda de no mínimo em 15%. Para este dirigente, as medidas que o governo brasileiro deveria tomar para solucionar em parte, o problema que acarreta falta de competitividade seria a eliminação dos tributos para as frutas exportadas e liberação do uso de fertilizantes e inseticidas genéricos.

3.4.3 A Infra-estrutura brasileira como fator determinante da competitividade das exportações de frutas.

De acordo com os estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2010) o setor rodoviário é de grande importância para o transporte de cargas no Brasil, e, ao longo das décadas de 1990 e 2000, o modal rodoviário correspondia a mais de 60% do total de cargas transportadas no país. O que significa dizer que, com a exclusão do minério de ferro

que é transportado pela ferrovia, as rodovias têm uma participação equivalente a 70% das cargas gerais.

Os problemas do modal rodoviário brasileiro são reflexos de um longo processo que vem se consolidando por várias décadas, embora tenha havido uma rápida expansão do segmento rodoviário relativamente ao conjunto das demais modalidades. A forte dependência do transporte brasileiro de cargas em relação às rodovias fica mais evidente quando se compara com outros países de dimensão continental: nos Estados Unidos, a participação das rodovias no transporte de carga é de 26%; na Austrália, é de 24%; na China essa dependência é de apenas 8% (IPEA 2010).

O IPEA (2010) afirma, ainda, que a dependência de rodovias brasileira é maior no setor agrícola, seja para recebimento dos insumos, seja para o escoamento da produção. Por essa razão, a ineficiência do transporte rodoviário acarreta um impacto direto na renda dos produtores agrícolas que, conseqüentemente, sofrem forte influencia negativa na lucratividade das suas exportações. Pois, os preços dos produtos exportados, em especial das frutas, são determinados pelo mercado importador, independentemente dos custos gerados na produção e no transporte.

No que concerne às estratégias competitivas genéricas, Porter (2004) aponta três estratégias como mecanismo da competitividade: liderança no custo total, diferenciação e enfoque. Portanto, para o autor, qualquer locação destas estratégias genéricas exige, grosso modo, um total comprometimento e disposição organizacional de apoio que será dissolvido se existir mais de um alvo primário.

Segundo o autor, ainda, a primeira estratégia para competitividade – liderança no custo total – exige a construção agressiva de instalações em escala eficiente, a perseguição reforçada de reduções de custo através da experiência e do controle rígido das despesas gerais.

A globalização das economias faz com que as estratégias competitivas sejam uma arma de negocio, sendo indispensável o controle dos custos para poder atingir as metas estabelecidas pela empresa. O custo baixo, em relação aos seus concorrentes, torna-se o tema principal de todas as estratégias, embora o fator qualidade não possa ser dispensado.

Uma posição de baixo custo para empresa, portanto, propicia retornos acima da média em sua indústria, pois, a posição do custo constitui a defesa contra a rivalidade dos concorrentes, sendo que o custo baixo de toda cadeia de produção implica que existe a possibilidade de obter retornos mesmo após os seus concorrentes tenham consumido seus lucros na competição.

A relação entre a estratégia de liderança de custo baixo e a infra-estrutura rodoviária brasileira se dá de modo negativo, haja vista que as infraestruturas rodoviárias se encontram em péssimas condições, gerando altos custos no escoamento dos produtos agrícolas. Em decorrência desses custos elevados, as empresas exportadoras de frutas enfrentam dificuldades perante os seus principais concorrentes nos outros países.

A segunda estratégia genérica – diferenciação – determina a criação de um produto ou serviço raro no mercado. A diferenciação se apresenta como uma estratégia viável para obter retorno acima da média para a empresa, pois gera uma posição defensável para enfrentar os concorrentes. No caso da produção/exportação de frutas para o mercado internacional, a estratégia competitiva entre empresas dos países exportadores se dá, muitas vezes, através da qualidade como diferenciação do produto.

A última estratégia genérica – enfoque – estabelece a importância de focar um determinado mercado com maior rentabilidade (PORTER, 2004). Como exemplo e com base nos dados utilizados no capítulo anterior, constata-se que o maior volume das frutas brasileiras comercializado no mercado internacional é destinado para o mercado europeu, dito da outra forma, o foco da maioria das empresas brasileiras exportadoras de frutas é o mercado europeu.

No que concerne ao comércio mundial, a União Européia é a maior importadora de frutas, o que não significa que em termos de preços este mercado apresente uma maior rentabilidade. O Japão, por exemplo, emerge como um mercado de preços mais rentáveis e maior exigência em relação aos produtos.

3.4.4 A Importância das Instituições Pública e Privadas na Determinação da Competitividade das Empresas brasileiras Exportadoras de Frutas.

Grosso modo, a competitividade de um país no mercado internacional depende da eficiência das suas instituições. No caso brasileiro, em especial no setor da fruticultura a cadeia produtiva é organizada com auxílio de importantes instituições.

Entre as instituições que participam na assistência a produção brasileira de frutas, a primeira a destacar é o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) que ao longo dos anos, vem procurando elevar a qualidade da produção frutícola em diferentes regiões do país. O MAPA instituiu o Programa para Desenvolvimento da Fruticultura (PROFRUTA) no intuito de criar ações que promovam a implantação da PIF (DIZ 2008).

É válido registrar a participação da Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuárias (EMBRAPA), órgão do MAPA voltado para pesquisas direcionadas para melhoria de produção brasileira. Em 1999, este órgão, através de suas subsidiárias, EMBRAPA – Meio Ambiente e EMBRAPA – Semiárido, em colaboração com a VALEXPORT, o Distrito de Irrigação Senador Nilo Coelho (DPISNC) e outras instituições nacionais e estrangeiras, com base no projeto Qualidade Ambiental em Fruticultura Irrigada no Nordeste Brasileiro – ECOFRUTAS –, elaborou o Diagnóstico Ambiental na Região do Submédio do Vale do São Francisco, que serviu como ponto de partida para implantação e execução do Sistema de ²Acompanhamento da Produção Integrada de Manga e Uva nessa região (GENÚ e PINTO, 2002).

Segundo Diz (2008), a participação do INMETRO foi muito importante no reconhecimento internacional das frutas brasileiras, sendo o principal responsável pela certificação ISO no Brasil. Portanto a INMETRO, em parceria com o EMBRAPA/MAPA, desenvolveu o PIF com o intuito de substituir práticas convencionais onerosas por novos processos que permitissem minimização dos custos de produção, melhoria na qualidade das frutas, redução nos danos ambientais e elevação do grau de confiabilidade do consumidor em relação às frutas brasileiras.

Em suma, a participação da “EMBRAPA, não se limita somente ao PIF, mas também no fornecimento da assistência técnica aos produtores e no desenvolvimento de melhores formas de manejo dos pomares, bem como o desenvolvimento de variedades adaptadas à região e a conscientização dos produtores”, (DIZ 2008, p. 53).

Indiscutivelmente, as políticas governamentais têm grande importância no dinamismo das empresas frutícolas, pois, grande parte da competitividade alcançada por essas empresas foi resultado de um trabalho pesado de próprias empresas e das instituições públicas e privadas que atuam neste setor.

²Na região do Nordeste a VALEXPORT é uma das mais importantes instituições privadas ligada à produção e exportação de frutas. Esta associação foi criada em 1988, tudo começou com os primeiros esforços de produtores da região em 1987 que começaram a exportar a uva e manga num volume insignificante, demonstrando na época, a fragilidade e o amadorismo dos produtores da região com isso surgiu a necessidade de uma maior organização o que levou esses produtores a criação da VALEXPORT.

² As informações relacionadas à VALEXPORT são fornecidas por coordenador da Produção Integrada de Frutas, da VALEXPORT Josué Santos Brito, através de um questionário aplicado nesta instituição.

Atualmente a VALEEXPORT tem 37 associados que são produtores da manga, uva e as vinícolas, a função desta instituição é de representar os empresários hortifrutigranjeiros do Vale de forma institucional, intervindo junto aos poderes públicos constituídos sejam eles nacionais ou internacionais além de representá-los no desenvolvimento de atividades que viabilizam a produção e comercialização através das câmaras setoriais: LASP- Laboratório de solos e plantas, PIF- Produção Integrada, Programa de exportação para os EUA, Programa de exportação para o Japão, câmara do Vinho (VINHOVSF).

Alguns dos papéis fundamental da VALEEXPORT é de manter relacionamentos e firmar convênios com órgãos, entidades e empresas públicas ou privadas, no país e no exterior, que exerçam atividades relacionadas com a produção, preparação, transporte, armazenamento, comercialização nos mercados interno e externo. Na exportação e promoção de produtos hortigranjeiros no Brasil e no exterior, em todas as formas, inclusive através de participações em feiras, exposições, utilizando fundos próprios ou de terceiros.

A VALEEXPORT mantém parceria com alguns órgãos governamentais como EMPBRAPA, Instituto Agrônômico do Pernambuco- IPA, Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco- CODEVASF, Instituto Brasileiro de Frutas- IBRAF, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento- MAPA, Ministério da Integração, Governos dos Estados da Bahia e Pernambuco, entre outros.

Para que uma empresa se insira no mercado e possa competir com maior eficiência se faz necessário ganhos crescentes de produtividade, que podem ser obtidos, fundamentalmente, pela inclusão de inovações tecnológicas. O conjunto das empresas em competição, instalado numa região produtiva, consegue alcançar maiores níveis de produtividade, impulsionadas pela, a elevação nos padrões de vida da população e o bem-estar da região ou nação em que está inserida (DI SERIO e VASCONCELLOS, 2009).

Levando em consideração esse fato, torna-se necessário que as instituições se alinhem estrategicamente, o que pode resultar em maior eficiência da economia, haja vista que a eficácia e a produtividade das empresas determinam a prosperidade de um país. O papel do Estado é criar um ambiente institucional que possibilite as condições necessárias para o aumento da produtividade. Por sua vez, as empresas devem aprimorar suas competências como forma de lançar produtos diferenciados e de alta qualidade.

Segundo HMSO (apud RODRIGUES, 1999), a responsabilidade primária de elevar o nível da competitividade deve ser das empresas, sendo papel do governo criar condições em que as empresas em toda a economia possam aumentar a competitividade. O governo tem

como papel construir um ambiente apropriado em que as empresas possam aumentar a sua capacidade de competir mundialmente.

Assim, o governo e as empresas buscam unificar os esforços, no sentido de aprimorar o macro ambiente com a finalidade de tornar mais favorável os negócios das empresas do país. Dentro desta visão, o aumento da competitividade não depende apenas das empresas, já que elas não atuam sozinhas, precisando de fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra e serviços. Por outro lado, existem diversos fatores que são capazes de gerar as vantagens competitivas de um país, e entre estes elementos se destacam a presença de fatores de produção, como trabalho especializado, infra-estrutura necessária à competição em determinado segmento econômico (DI SERIO e VASCONCELLOS, 2009).

4- METODOLOGIA

Para verificar a competitividade das exportações brasileiras no mercado internacional foram selecionados e aplicados alguns modelos como será visto adiante.

4.1- Modelo Constant Market Share

Em vários trabalhos publicados foi utilizado o modelo *Constant market share-* (CMS) para analisar o desempenho das exportações de diferentes tipos de produtos tanto industrializados como os produtos agrícolas. A presente modelo objetiva investigar a participação de um país ou região no fluxo mundial ou regional de comércio e desagrega as tendências das elevações no nível das exportações e ou importações de acordo com os seus fatores determinantes. “o modelo CMS procura analisar as causas de variação da quantidade (ou valor) exportada de um produto pelo país em questão em relação ao tempo” (DIZ 2008, P. 65)

No Brasil vários autores já usaram este modelo para avaliar o desempenho das exportações. Com base em derivações matemática, se chega a um formato que agrupa alguns fatores como: efeito do crescimento do comércio mundial, efeito composição da pauta, efeito destino das exportações e o efeito residual, representando a competitividade.

Para atingir um dos objetivos do presente trabalho utiliza-se o método *Constant - market- share* (CMS), este modelo possibilita o entendimento dos fatores determinantes que influenciam o desempenho das exportações de um determinado produto, a partir do mercado de destino e sobre as importações totais mundiais. Este modelo já foi empregado em diferentes trabalhos por diferentes autores. No caso do Brasil, o modelo já foi desenvolvido

por autores como Caldarelli et al. (2009) exportação da soja; Carvalho (2010) exportações brasileiras de papel Diz (2008) exportações da manga e uva Vitti (2009) exportações brasileiras de frutas selecionadas.

Segundo Leamer e Stern (1970) (1) as exportações podem ser concentradas em commodities cujas demandas estão crescendo de forma relativamente lenta; (2) as exportações podem estar indo principalmente para regiões relativamente estagnadas, ou (3) do país em questão pode ter sido incapaz ou capaz para competir efetivamente com outras fontes de abastecimento.

De acordo com Sereia; Nogueira e Camara (2002) o modelo CMS parte do pressuposto de que em termo do comercio internacional o país pode elevar a sua participação no comercio mundial acima da media quando: a) o foco do comercio é centralizada em mercadorias cujas demandas desenvolvem-se de forma rápida; b) o mercado de país de destino cuja demanda cresce relativamente mais acelerada; c) no país esta se gerando outros benefícios do ganho proveniente da competitividade, além dos mencionados acima. O presente procedimento considera que o crescimento das exportações do país depende tanto nas estruturas das exportações quanto em sua competitividade. O modelo supõe que mantimento da parcela das exportações do país, a variação verificada e atribuída à competitividade.

Mais uma vez, é valido ressaltar que o modelo CMS analisa o crescimento da participação das exportações nos seguintes indicadores: crescimento do comércio internacional, composição da pauta das exportações, destino das exportações e competitividade determinada pelo resíduo das demais. Para os autores acima citados, o resíduo negativo esta relacionado à ineficiência do país de se manter no comercio internacional enquanto que o resíduo positivo implica em sucesso na ampliação da participação no comercio internacional.

Por outro lado, “o efeito competitividade pode está refletindo outros aspectos que podem afetar a capacidade de expansão da venda do produto analisado pelo país em questão, como a melhoria de qualidade, acordos preferenciais, mudanças na política de comercio, padrões e variação na demanda decorrente de costumes e preferências” (Diz 2008, p. 66).

De acordo com Leamer e Stern (1970) quando um país não consegue manter a sua quota de participação nos mercados mundiais, o termo competitividade se torna negativo e indica os aumentos de preços para o país em questão um pouco maiores que os seus concorrentes.

Segundo Sereia; Nogueira e Camara (2002) o modelo CMS apresenta como principal vantagem à possibilidade de análise por componente e pelo comportamento do produto no

mercado de destino, desta forma indicando os mercados onde o país apresenta a maior competitividade. Leamer e Stern (1970) desenvolveram o modelo CMS de seguinte forma:

$$S \equiv q/Q = f'(c/C) > 0 \quad (1)$$

Onde:

S = parcela de mercado de um país A como função de sua competitividade relativa;

q, Q = totais da quantidade exportadas do país A e do mundo, respectivamente;

c, C = competitividade do país A e do mundo, respectivamente.

De forma mais ampla “o modelo CMS completo considera a estrutura das exportações do país, a qual, mesmo na ausência de mudanças na competitividade relativa, pode afetar o comportamento das exportações ao longo do tempo, as exportações podem estar concentradas em produtos com demanda crescente ou destinando-se a regiões mais dinâmicas e vice-versa” (Sereia; Nogueira e Camara 2002, p. 50).

Dessa forma, levando em conta a identidade (1), tem-se:

$$S_{ij} \equiv q_{ij}/Q_{ij} = f_{ij}(c_{ij}/C_{ij}), f_{ij} > 0,$$

Onde:

i = produto;

j = mercado de destino.

Portanto a variável fundamental do presente trabalho é valor ou volume das exportações, e as estimativas se relacionam a pontos discretos no tempo. Com isso partindo do modelo básico, onde as exportações não são diferenciadas por produtos e regiões, obtêm-se a seguinte identidade:

$$V^* - V' \equiv rV' + (V^* - V' - rV') \quad (2)$$

(a)

(b)

Onde:

V' = valor total das exportações do país A, período I;

V* = valor total das exportações do país A, período II;

r = incremento das exportações mundiais do período I para o período II.

A variação das exportações do país A de um período para outro esta relacionada à variação das exportações mundiais (a) e a um efeito residual atribuído á competitividade (b) como as exportações se compõe de um conjunto diversos de produtos, tem-se para o enésimo produto uma expressão análoga á (2), conforme (Sereia; Nogueira e Camara 2002).

$$V^*_i - V_i \equiv r_i V_i + (V^*_i - V_i - r_i V_i)$$

Onde:

V_i = total do valor das exportações do produto i do país A, período I;

V^*_i = total do valor das exportações do produto i do país A, período II;

r_i = incremento das exportações mundiais do produto i do período I para o período II.

Portanto, essa expressão se unifica de seguinte modo:

$$V^* - V' \equiv \sum r_i V_i + \sum (V^*_i - V_i - r_i V_i)$$

$$V^* - V' \equiv (rV') + \sum (r_i - r) V_i + \sum (V^*_i - V_i - r_i V_i.) \quad (3)$$

Por fim, analisar a diferenciação das exportações por destino, chega-se á equação de CMS para o tipo característico de produto e uma região especial de destino:

$$V^*_{ij} - V_{ij} \equiv r_{ij} V_{ij} + (V^*_{ij} - V_{ij} - r_{ij} V_{ij})$$

Onde:

V_{ij} = total do valor das exportações do produto i do país A, para o país B, no período I;

V^*_{ij} = total do valor das exportações do produto i do país A, para o país B, no período II;

r_{ij} = aumento das exportações mundiais do produto i para o país B do período I para o período II.

Dessa feita, essa equação pode ser reunida em:

$$V^* - V' \equiv \sum \sum r_{ij} V_{ij} + \sum \sum (V^*_{ij} - V_{ij} - r_{ij} V_{ij})$$

$$V^* - V \equiv rV + \sum \sum (r_{ij} - r_i) V_{ij} + \sum \sum (V^*_{ij} - V_{ij} - r_{ij} V_{ij}) \quad (4)$$

(a) (b) (c)

Considerando as equações acima, têm-se os efeitos (a) e (b) associados a fatores externos, e os efeitos (c) e (d) a fatores internos, no qual:

(a) = representa o efeito do crescimento de comercio mundial- se aumento ou diminuição das exportações do país A tiveram a mesma taxa do crescimento ou decréscimo com relação ao comercio mundial;

(b) = efeito destino das exportações – mudanças em função das exportações de produtos para o mercado com crescimento mais ou menos eficaz;

(c) = efeito residual, representando a competitividade – implica a diferença entre a elevação atual e o crescimento que teria ocorrido nas exportações do país A se tivesse sido mantida a parcela de exportação de cada bem para país.

Segundo Sereia; Nogueira e Camara (2002) o efeito competitividade significa que uma economia é competitiva na produção de determinada mercadoria quando consegue pelo menos igualar-se aos padrões de eficiência vigentes no resto do mundo quanto á utilização de recursos e à qualidade do bem. A diferença entre o aumento das exportações examinadas pelo CMS e o crescimento efeito é atribuída ao efeito competitividade, e a medida desse efeito relaciona-se a mudanças nos preços relativos. Quando um país deixa de manter sua parcela no mercado mundial, o termo competitividade torna-se negativo e seus preços crescem diante dos preços dos competidores.

Afirmado com base na equação acima i fazer referência ao enésimo produto e afirmando j aos mercados de destino. No entanto, a variação das exportações do produto i de um país para os mercados j , explicado pelos seguintes efeitos:

- $r_i V_i$ = crescimento do mercado de i ;
- $\sum (r_{ij} - r_i) V_{ij}$ = destino das exportações de i ;
- $\sum (V_{ij}^* - V_{ij} - r_{ij} V_{ij})$ = Competitividade

4.2 - Vantagem Comparativa Revelada

Outro elemento para mensurar a competitividade que vários autores já empregaram é o indicador de Vantagem Comparativa Revelada. Esse indicador mensura a participação de um determinado produto no total das exportações de determinado setor de um país com relação à participação do mesmo produto no total das exportações mundiais do mesmo setor (Turina e Burnquist 2005). Entretanto, “o indicador de vantagem comparativa revelada, ou vantagem relativa das exportações, é um indicador de competitividade muito utilizado para se verificar a capacidade de competição de determinado produto, região ou país” (DIZ 2008, p. 75).

De acordo com Holanda (2002) um país se beneficia da vantagem comparativa quando a sua inserção no comércio internacional é eficiente em termos de alocação de seus fatores de produção, ou seja, conceitualmente o país apresenta a vantagem comparativa quando dedicam efetivamente nos setores/produtos que apenas são mais eficientes em termos comparativos e essa eficiência o torna mais vantajoso no comércio internacional.

Segundo Vitti (2009) no mundo real a distribuição de fatores acontece de forma diferenciada e por essa razão os custos de oportunidades são diferentes. Os países devem se focar na produção dos produtos nos quais apresentam vantagens comparativas e esse é caso

brasileiro, que grosso modo, apresenta a vantagem comparativa na produção de frutas em relação aos países do bloco da União Européia.

Dessa feita, o indicador de vantagem comparativa revelada é definido por:

$$VCR_K = (X_{kj}^{\text{país}} / X_{zj}^{\text{país}}) / (Y_k^{\text{mundo}} / Y_z^{\text{mundo}})$$

Onde:

VCR_{kj} = Vantagem comparativa revelada do produto k do país j

$X_{kj}^{\text{país}}$ = exportações do bem k do país ou região j

$X_{zj}^{\text{país}}$ = exportações totais do país ou região j

Y_k^{mundo} = exportações do bem k no mundo;

Y_z^{mundo} = exportações totais do mundo.

Portanto, quando $VCR_{kj} > 1$, conclui-se que o produto k apresenta a vantagem comparativa revelada e se:

$VCR_{kj} < 1$, então o produto k apresenta desvantagem comparativa revelada. Caso o $VCR_{kj} = 1$, o país ou região j não terá vantagem nem desvantagem na produção do produto, nesse caso a produção local abastece as necessidades de consumo internas, afirma-se que não existe excedente para ser exportado, como caracteriza (Silva 2006).

4.3- Fontes dos Dados Utilizados

Inicialmente os dados secundários foram levantados para o período que abrange 1990 até ao ano de 2010. Na análise do primeiro modelo Constant Market Share, foram utilizados os dados da FAO e do COMTRADE, referente ao período de 1990 a 2009. Na aplicação do segundo modelo Vantagem Comparativa Revelada (VCR), em função da indisponibilidade dos dados refere às exportações mundiais de 1990 a 1999, foi analisado apenas o período abrangente 2000 a 2009.

Como o trabalho busca analisar a competitividade no setor de exportação de frutas brasileiras, dentro dessa perspectiva, os resultados obtidos com base nas análises dos modelos Constant Market Share e índice da Vantagem Comparativa Revelada foram cruzados e interpretados com os dados primários coletados nas três empresas produtoras e exportadoras de frutas da região Nordeste do Brasil. Foi analisando as ações desenvolvidas pelas empresas exportadoras brasileiras de frutas, localizado no estado de Pernambuco, Ceará e da Paraíba.

As coletas dos dados primários foram realizadas com aplicação dos questionários junto a proprietários, diretores comerciais e gerentes das exportações das empresas também foram aplicados questionários aos gestores do VALEXPORT. Os questionários para coleta

dos dados primários foram elaborados com perguntas pré-formuladas, com respostas abertas e fechadas, buscando extrair os fatos e situações que influenciam na competitividade das empresas brasileiras exportadoras de frutas.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Através dos resultados obtidos por meio do modelo Constant Market Share, pode-se fazer a análise dos três indicadores que são: o crescimento do mercado, destino das exportações e o efeito residual, ou seja, a competitividade e de que forma cada um desses indicadores contribuiu para o crescimento das exportações brasileiras da fruticultura.

5.1 Período de análise

O Modelo Constant Market Share permite a divisão dos períodos analisados em sub-períodos, dentro esta ótica é analisado o período que compreende 1990 a 2009, sendo selecionados três sub-períodos do qual cada sub-períodos compreende três anos que se justifica devido a diferentes momentos da economia brasileira. Segundo Rocha e Mendonça (2004) Os momentos que são observados implicaram em importantes mudanças macroeconômicos e nas políticas comerciais, a saber:

1990/91/92 a 1999/00/01: sub-períodos tomados como a base para analisar o modelo, representa a situação das exportações de frutas antes e depois da abertura econômica, portanto no segundo e o ultimo sub-período se observa a estabilização dos preços com execução do Plano Real. No início do plano até 1999, utilizou-se as âncoras monetárias e cambiais, após este período houve forte desvalorização da moeda nacional.

2007/08/09: Período tomado como base para analisar antes e depois da crise financeira que abalou as economias globais em 2008. Dessa forma, foram utilizados três sub-períodos com diferentes situações da economia brasileira e pelas medias de três anos: 1990/91/92; 99/00/01 e 07/08/09.

No quatro culturas frutícolas que compõem a cesta da pesquisa, o Brasil apresenta o desempenho favorável das exportações, portanto, isso é um dos motivos pelos quais elas foram eleitas por investigação dos fatores que influenciaram as exportações dentro dos períodos analisados. Se as exportações brasileiras destas frutas não apresentasse elevações não existiriam motivos para analisar o efeito da competitividade com base no modelo Constat Market Share.

5.2- Resultados da Aplicação do Modelo Constant Market Share

Observa-se na (tabela 15) que no primeiro período a decomposição das fontes de crescimento demonstra que a principal responsável foi o efeito competitividade que impulsionou as exportações brasileiras, em menor parte se deve o efeito crescimento do mercado mundial, ressaltando que de acordo com a FAO, quase 100% das exportações brasileiras do melão é direcionada ao mercado europeu, portanto, neste período o mercado europeu regrediu e o mercado mundial cresceu a uma ligeira taxa e com isso, a queda de -87,62%, é explicada pela falta de acesso dos produtores e exportadores brasileiros aos outros mercados, lembrando que os EUA têm o maior mercado mundial do melão onde o país não tem participação e para isso, apesar de no primeiro e segundo sub-período o Brasil manteve-se bastante competitivo no mercado europeu, mas, se os exportadores brasileiros tivessem acesso a outros mercados as exportações nacionais do melão poderiam crescer a 149,53%. É válido frisar que o efeito destino das exportações só será positivo se o país tiver concentrado as suas exportações em mercados que experimentaram maior dinamismo no período analisado e, negativo se concentrado em regiões mais estagnadas.

No segundo período as exportações brasileiras do melão cresceram a 59,62%, o fator determinante do crescimento foi o efeito competitividade com 61,50%, seguido do crescimento do mercado mundial com uma modesta taxa de 1,56% e mais uma vez o efeito destino das exportações não contribuiu para exportações brasileiras do melão em função da falta de acesso dos produtores e exportadoras brasileiros aos mercados com alta taxa do crescimento como dos EUA, Canadá e Japão. É importante salientar que neste período o mercado europeu importou abaixo da importação mundial, ou seja, o mercado europeu importou abaixo dos principais países importadores do melão que estão fora do continente europeu.

De acordo com a (tabela 15) no último período sobre tudo no ano de 2009, as exportações brasileiras caíram a -7,52%, o fator determinante desta queda foi o efeito competitividade, seguido da queda do efeito crescimento do mercado mundial e também por último o efeito mercado do destino apresentou a retração. Segundo os produtores e exportadores brasileiros ouvidos, eles alegaram que neste período o câmbio nominal ou queda no dólar foi fator que inviabilizou a competitividade. Os dados da FAO (2010) mostram que neste mesmo período e função da crise na Europa o mercado europeu diminuiu importação do

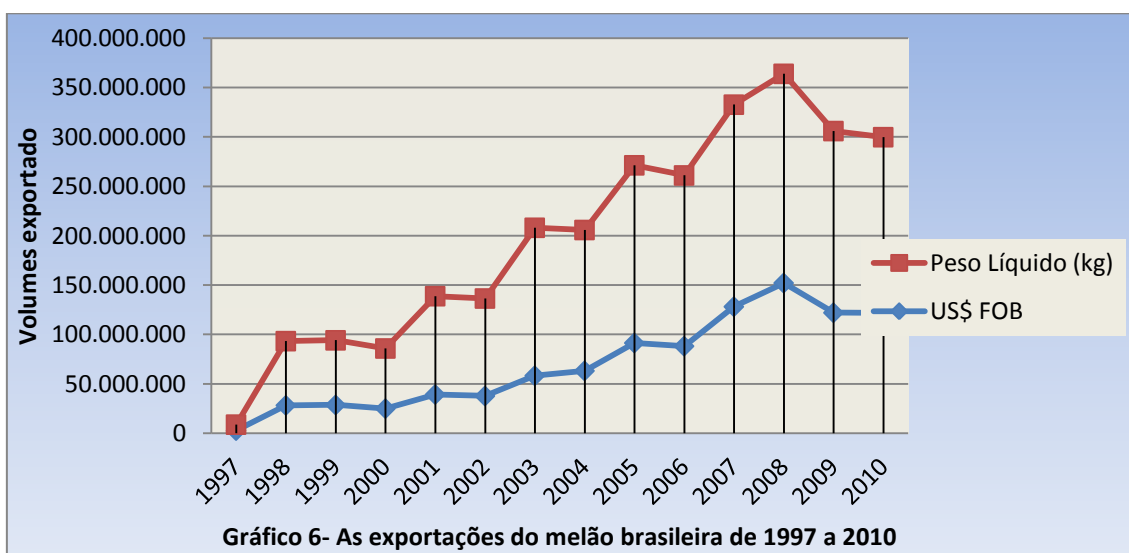
melão de forma significativo outros potenciais importadores como EUA e Canadá aumentou as suas importações no mesmo ano de 2009, lembrando que os exportadores brasileiros do melão praticamente não participam nestes mercados norte americano.

Tabela 15- Resultados do Constant Market Share, utilizando-se dados em quantidade exportada do Melão, para seguintes efeitos: crescimento de mercado, destino das exportações e competitividade.

Melão	1990/91/92	1999/00/01	2007/08/09
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo
Varição das exportações	62%	59,62%	-7,52%
Crescimento do mercado	0,92%	1,56%	-2,88%
Destino das exportações	-87,62%	-3,45%	-0,87%
Efeito competitividade	149,53%	61,50%	-3,77%

Fonte: resultados da pesquisa

Nas estatísticas da FAO, o Brasil entrou na lista de vinte principais países exportadores do melão a partir de 1969, ocupando vigésimo lugar e atualmente o país se destaca ocupando a quinta colocação. A (Gráfico-6 abaixo) ilustra a evolução das exportações de melão no período de 1997 a 2010, em 2008 foi registrado o maior volume das exportações correspondendo a 211.789 toneladas e um valor da comercialização é de US\$ 152.094,688 milhões a queda registrada em 2009 e 2010 foi o resultado da crise mundial.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados do SECEX (2011)

No caso da uva para o primeiro sub-período analisado (tabela 16), as exportações brasileiras de uva cresceram a 190%, e este crescimento foi impulsionado por efeito competitividade que cresceu 166,83%, seguido do crescimento do mercado mundial e do destino das exportações. É importante lembrar que neste período, apesar da alta taxa do crescimento das exportações brasileiras de uva o Brasil não tinha entrado pela estatística da FAO na lista dos vinte principais exportadores da uva o que veio acontecer apenas a partir de 2001.

No segundo período as exportações brasileiras cresceram a 346% e o efeito competitividade foi o fator de determinante do crescimento com 321%, outro fator que contribuiu positivamente foi o crescimento do mercado mundial 26,50% e o destino das exportações não contribuiu nas exportações da uva brasileiras neste período.

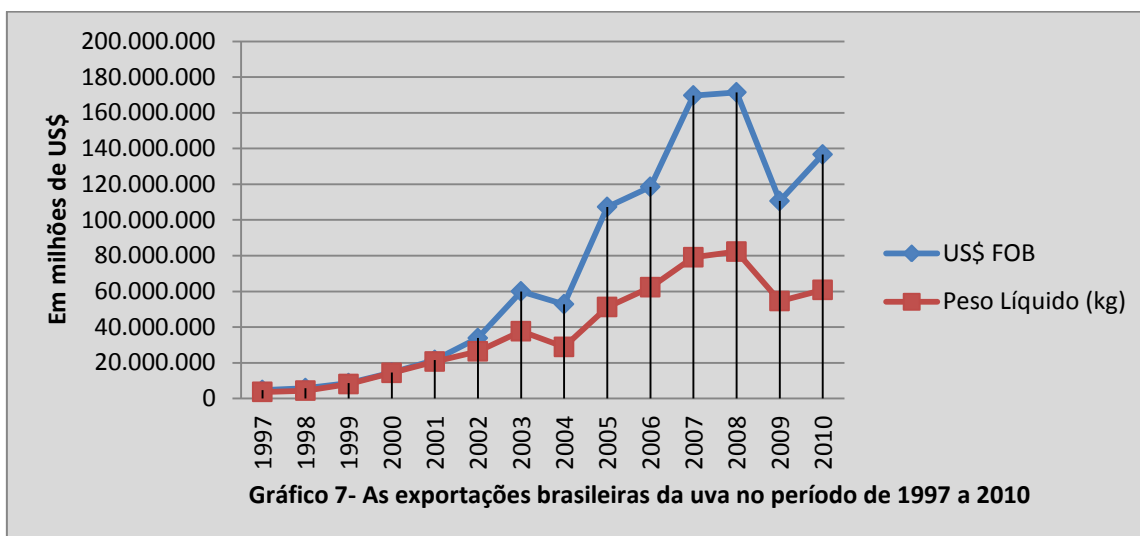
No ultimo período analisado as exportações brasileiras de uva apresentou a queda de -36%, lembrando que em todas as culturas que compõe a nossa cesta de análise a produção da uva é mais custoso e com isso, em caso de uma crise a queda pode ser brusca, o efeito competitividade foi o principal responsável na quedas das exportações da uva brasileiras e é importante lembrar que desde 2008, a competitividade das exportações de frutas brasileiras vem sendo afetado pelo cambio nominal, ou seja, desvalorização do “dólar americano” uma vez que as despesas do setor são feitos em moeda nacional. O crescimento do mercado mundial foi o único efeito que contribuiu de forma positiva, mas mesmo assim, não conseguiu compensar as perdas nas exportações deste período. No que se refere o crescimento do mercado mundial, segundo os dados da FAO (2010) apesar da queda significativa no volume da importação de uva por parte dos países europeus, alguns países como (Canadá; China, Hong Kong; China; Bangladesh; Tailândia; Paquistão etc.) Aumentaram as suas exportações no período de 2008 a 2009, e o Brasil não exporta para estes países ou em alguns tem uma participação insignificante como o caso dos EUA.

Tabela 16- Resultados do Constant Market Share, utilizando-se dados em quantidade exportada da uva, para seguintes efeitos: crescimento de mercado, destino das exportações e competitividade.

Uvas	1990/91/92	1999/00/01	2007/08/09
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo
Varição das exportações	190%	346%	-36%
Crescimento do mercado	12,41%	26,50%	7,55%
Destino das exportações	11,57%	-1,38%	-4,40%
Efeito competitividade	166,83%	321%	-39,84%

Fonte: resultados da pesquisa

A uva apesar de ser uma fruta tradicional que é consumida em todos os continentes, o seu preço é bastante alta em função o seu custo de produção que é elevado comprando com outras frutas. O (Gráfico-7) abaixo mostra a elevação da receita na comercialização da uva para o mercado internacional seguido pelo volume das exportações, ano de 2008, foi registrada a maior receita de todos os tempos e o país recebeu do mercado internacional US\$ 171.456.124 com 82, 242 toneladas enviadas, no ano seguinte a receita das exportações caiu para US\$ 110.574.806 e volume exportado foi de 54, 559 toneladas.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados do SECEX (2011)

Pela (tabela 17) o mercado mundial da manga no primeiro sub-período (1990/1991/1992) cresceu 48,63%, neste sub-período o Brasil exportou grande volume da manga em função do efeito crescimento do mercado mundial que cresceu a 37,73%, seguido do efeito competitividade 10,89% e o efeito destino das exportações contribuiu de forma negativa. Tradicionalmente o Brasil é um país conhecido como um dos principais produtores e exportadores da manga para mercado internacional, portanto ao longo dos últimos anos o país configura nas estatísticas da FAO, como cinco principais países exportadores.

As exportações brasileiras aumentaram a 76%, o fator decisivo para o crescimento das exportações brasileiras foi o efeito competitividade com 65,49%, seguido do crescimento do mercado a 25% e o destino das exportações não teve participação nas exportações da manga brasileira, sendo que comprando com outros mercados, o mercado europeu permaneceu estagnado neste período e implica que apesar do Brasil ser competitivo neste mercado, os

exportadores brasileiros poderiam ganhar mais se tivessem oportunidade de comercializar-nos outros mercados.

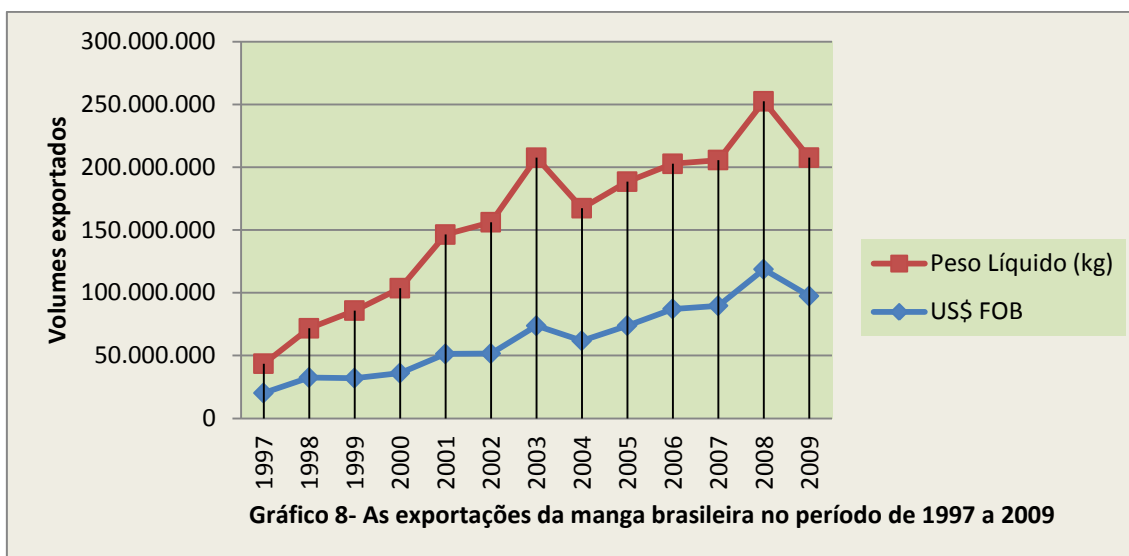
No ultimo sub-período analisado as exportações brasileira registrou uma ligeira queda de -0,75%, esta queda foi impulsionada por destino das exportações, é importante salientar que em 2009 os países europeus reduziram importação de forma drástica e essa redução se deve em função da crise que ocorreu neste continente, o efeito crescimento do mercado mundial apresentou um crescimento de 12%, enquanto que o efeito competitividade se elevou a 5,25%. De acordo com os produtores e exportadores a queda das exportações brasileiras de manga em 2009, se deve em função da desvalorização do cambio nominal que no qual inviabilizou a competitividade do setor.

Tabela 17- Resultados do Constant Market Share, utilizando-se dados em quantidade exportada da Manga, para seguintes efeitos: crescimento de mercado, destino das exportações e competitividade.

Manga	1990/91/92	1999/00/01	2007/08/09
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo
Varição das exportações	48,63%	76%	-0,76%
Crescimento do mercado	37,73%	25%	12%
Destino das exportações	-2,56%	-14,86%	-18%
Efeito competitividade	10,89%	65,49%	5,25%

Fonte: resultados da pesquisa

O vale do São Francisco é a maior região exportadora da manga brasileira. O Brasil entrou nas estatísticas da FAO, como um dos maiores exportadores da manga a partir de 1965 e hoje ocupa quarta posição perdendo apenas por Índia, México e Filipinas. Apesar da crise financeira que abalou as economias mundiais em 2008, neste período às exportações brasileiras de manga cresceram 32%, a receita foi US\$ 118.703.985 e o país comercializaram 133, 724 toneladas. Com base nos dados do SECEX o gráfico abaixo ilustra a forte queda nas exportações brasileiras de manga, essa queda do volume foi acompanhada com a diminuição da receita.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados do SECEX (2011).

Relativo ao mamão (tabela 18) no primeiro sub-período analisado (1990/91/92), fator que mais contribuiu para aumento das exportações brasileiras foi o efeito destino das exportações com 51,67%, com relação ao efeito competitividade, o país mostrou desfavorável nesse quesito com uma queda significativa de -35% e também o efeito mercado mundial registrou uma retração de -11,25%.

No segundo sub-período analisado, o importante fator que colaborou para exportações brasileiras de mamão foi o efeito crescimento do mercado mundial com 38,36%, seguido do destino das exportações que também apresentou uma elevação de 32%, portanto o efeito competitividade deixou de contribuir -11,56%, é importante observar que neste sub-período as exportações brasileiras do mamão cresceram para o mercado mundial a 58%.

No último sub-período o país registrou a ligeira queda de 0,76%, nas exportações do mamão, essa queda só não foi pior em função do mercado mundial que impulsionou as exportações brasileiras a 12%, seguido do efeito competitividade 5,25%, destino das exportações retraiu em consequência da crise na zona do euro.

Tabela 18- Resultados do Constant Market Share, utilizando-se dados em quantidade exportada do Mamão, para seguintes efeitos: crescimento de mercado, destino das exportações e competitividade.

Mamão	1990/91/92	1999/00/01	2007/08/09
Efeito	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo	Crescimento efetivo
Variação das exportações	5,42%	58,80%	-0,76%
Crescimento do mercado	-11,25%	38,36%	12%
Destino das exportações	51,67%	32%	-18%

Efeito competitividade	-35%	-11,56%	5,25%
------------------------	------	---------	-------

Fonte: resultados da pesquisa

De acordo com a FAO (2011) o Brasil é o segundo maior exportador de mamão perdendo apenas por México. O país se transformou num grande exportador de mamão a partir de 1982. O maior volume das exportações brasileiros deste produto aconteceu em 2003 com 41, 072 toneladas enviadas para o mercado internacional gerando uma receita de US\$ 30.427.926 (Gráfico-9). No período que varia entre 1997 a 2010, o Brasil recebeu US\$ 355.415.617 e enviaram 379. 189 toneladas do mamão para o mercado internacional. Os dados do SECEX ilustram as flutuações das exportações brasileiras do mamão no período de 1997 a 2010.

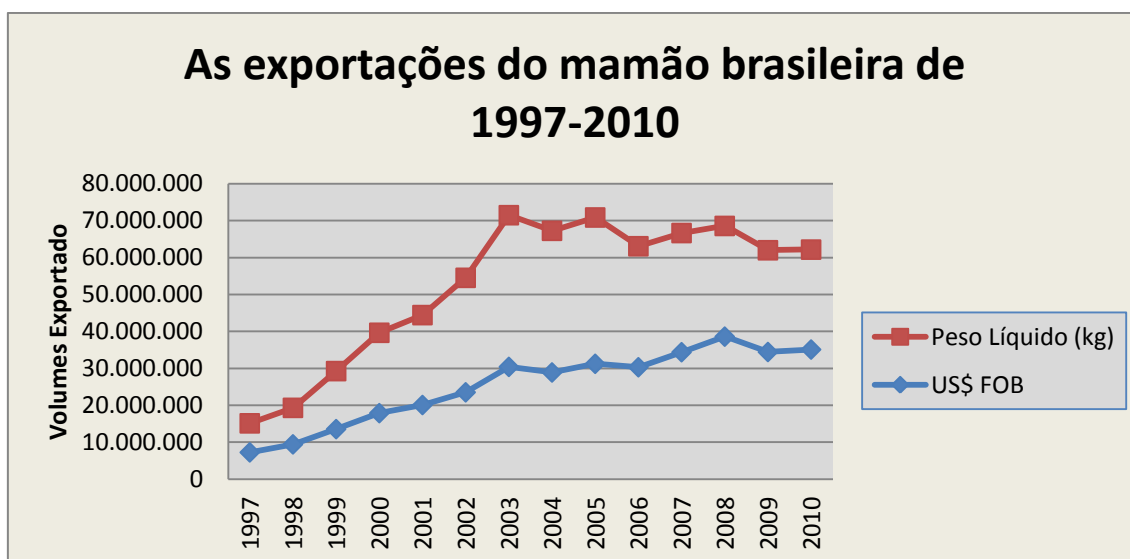


Gráfico 9- As exportações do mamão brasileiras no período de 1997 a 2010.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados do SECEX (2011)

5.3- Resultados da Aplicação do Modelo de Vantagens Comparativas Reveladas

As vantagens comparativas reveladas das frutas melão, uva, manga e mamão, são apresentados na (tabela 19). Os dados para o cálculo da VCR foram coletados através da FAO e divisão de estatísticas das Nações Unidas (COMTRADE). Inicialmente a intenção era fazer uma análise deste modelo para um período mais longo igual ao utilizado na aplicação do modelo Constant market share, mas dada à indisponibilidade de dados, a análise foi restringida apenas a um período 10 anos, que variou entre 2000 a 2009.

Dos quatro culturas analisadas, o mamão apresenta a maior vantagem, apesar das flutuações no decorrer dos anos analisados, alias todos os produtos apresentaram índices acima da unidade, demonstrando que possuem vantagens comparativas em relação aos seus

concorrentes internacionais. Dentro do período analisado o mamão apresentou em média 4,74% da vantagem comparativa revelada, seguindo do melão com 3,87%, a manga com 3,47% e a uva 2,15%. O Brasil se destaca na produção e exportação de todas essas culturas, ocupando assim os lugares de destaque na classificação mundial de exportadores a partir das estatísticas oficiais da FAO e COMTRADE.

Tabela 19- Vantagens Comparativas Reveladas (VCR) em % para cada produto 2000-2009.

Período	Melão	Uva	Manga	Mamão
2000	1,17	1,72	2,83	4,61
2001	1,49	2,53	3,68	4,26
2002	1,36	3,40	3,69	4,36
2003	1,19	3,68	2,63	3,40
2004	7,86	1,93	1,37	1,55
2005	7,23	2,36	1,01	3,28
2006	5,04	1,96	7,49	1,03
2007	4,62	1,74	4,90	8,64
2008	3,60	1,07	4,12	6,85
2009	5,17	1,11	5,67	9,54

Fonte: Resultados da pesquisa.

5.4 A Situação Macroeconômica dos Países Europeus Importadores de Frutas Brasileiras

Com base no resultado do modelo Constant Market Share, as exportações brasileiras das culturas utilizadas em análises apresentaram quedas no último período, ou seja, no ano de 2009, de acordo com os produtores e exportadores brasileiros de frutas esta queda se deve em função da desvalorização do dólar, ou melhor, a valorização da moeda nacional elevou o custo da produção e as exportações brasileiras de frutas tornaram mais custoso neste período e com isso, o país exportou menos com relação ao ano anterior.

Para não limitarmos nos dados primários que são fornecidos pelos produtores e exportadores recorreremos os dados secundários da FAO, com intuito de identificar o comportamento real da situação de importação, detectamos que apesar da crise dos EUA no período de 2008, os países da Europa importaram frutas mundiais em grandes quantidades

inclusive as frutas brasileiras e no ano seguinte a importação caiu de forma significativa e dentro desta perspectiva com o intuito de entender o verdadeiro motivo da queda na importação de frutas brasileiras por parte dos países da Europa, recorreremos os dados macroeconômicos de alguns dos principais países Europeus importadores de frutas brasileiras. Selecionamos os quatros principais países europeus (zona do euro) importadores de frutas brasileiras para descrever a alguns fatores que influenciaram na queda das exportações em 2009. Usamos os dados populacionais apenas para ilustrar o tamanho do mercado consumidor (tabela 17), em 2008 a Espanha registrou a maior taxa de desemprego entre os países, França aparece com a segunda maior taxa seguido por Alemanha e Holanda. Alta taxa do desemprego na zona do euro neste período foi à consequência de crise financeira que começou na zona do euro a partir do segundo semestre de 2008, esta crise gerou a queda na produtividade das indústrias que por consequência acarretou na elevação do desemprego, lembrando que na economia para correntes Keynesiana o consumo é função direta da renda disponível, ou seja, um aumento na renda aumenta o consumo numa proporção menor e em grande parte o emprego é fator gerador da renda.

Em 2009 a crise se agravou na zona do euro acarretando numa queda significativa do PIB deste bloco econômico, em consequência disso, reduziu drasticamente o volume das importações dos países que constituem o bloco, redução se resultou bastante nas quedas das exportações brasileiras de frutas (tabela 17). Em 2010 várias economias dos países da zona do euro voltaram a importar em grande quantidade em decorrência das recuperações do PIB destes países.

Ao longo dos últimos anos a má dieta alimentar vem constituindo motivo de preocupação em todo mundo em especial para os países desenvolvidos devido à expansão das redes de *fast food* que oferecem comidas ricas em gordurosas e carboidratos, com isso, especialistas vem recomendando o consumo de frutas (Souza e Neto 2006). Mas com todo este esforço de sensibilizar as pessoas sobre uma dieta balanceada com consumo diário de frutas, fruta representa um produto de alta elasticidade de renda da demanda, ou seja, no mercado europeu demanda por frutas aumenta quando a renda agregada se eleva.

Tabela 20: Situações Macroeconômicas da Alemanha, Espanha, França e Holanda para os anos 2008 até 2010

Países	Período 2008			
	População	Taxa do desemprego	Taxa de Crescimento do PIB	Taxa de Crescimento das Importações Reais
Alemanha	82.217.837	7,5	1,1	3,3

Espanha	45.283.259	11,3	0,9	-5,3
França	64.007.193	7,8	-0,1	0,9
Holanda	16.405.399	3,1	1,8	2,3
Países	Período 2009			
	População	Taxa do desemprego	Taxa de Crescimento do PIB	Taxa de Crescimento das Importações Reais
Alemanha	82.002.356	7,8	-5,1	-9,2
Espanha	45.828.172	18,0	-3,7	-17,8
França	64.369.050	9,5	-2,7	-10,8
Holanda	16.485.787	3,7	-3,5	-8,0
Países	Período 2010			
	População	Taxa do desemprego	Taxa de Crescimento do PIB	Taxa de Crescimento das Importações Reais
Alemanha	81.802.257	7,1	3,7	11,7
Espanha	45.989.016	20,1	-0,1	8,8
França	64.716.213	9,8	1,5	10,6
Holanda	16.574.989	4,5	1,7	5,4

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados de SACHVERSTÄNDIGENRAT ZUR BEGUTACHTUNG DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG, Jahresgutachten (2011/12)

5.5 Análise e Interpretação dos Dados Primários Obtidos em Empresas

Ao longo dos últimos anos o mercado internacional de frutas vem crescendo as taxas elevadas dando assim possibilidade promissora para os países potencialmente capacitados a se inserir neste mercado. O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de frutas de clima tropical e temperado e a região Nordeste em especial apresenta um grande potencial de frutas tropicais tanto na produção quanto nas exportações. Existem culturas das quais a região Nordeste é responsável por mais de 90% das exportações brasileiras, uma delas é a cultura da manga, onde Petrolina-PE e Juazeiro-BA juntos são os maiores produtores nesse pólo exportador do país.

Por esta razão foram selecionadas, três empresas produtoras e exportadoras de frutas localizado na região Nordeste, definidas pela acessibilidade com intuito de entender o funcionamento desta importante cadeia e das suas implicações na competitividade do setor no mercado internacional.

A primeira empresa visitada foi a FAZENDA SANTA TEREZINHA LTDA (Doce Mel), localizada no Estado da Paraíba, cidade de MAMANGUAPE-PB, BR 101 km 36, esta empresa foi criada em 1997, tendo mais de 15 anos de existencia.

A segunda empresa visitada foi a AGRICOLA FAMOSA LTDA, localizado em Icapui no Estado do Ceara a 50 km do Mossoró-RN. Esta empresa foi fundada em 1995 e produz melão, melancia, mamão e banana. O carro chefe da sua produção é o melão.

A terceira empresa estudada foi a Agropecuária Roriz Dantas- AGRODAN produtora de manga e uva está localizada na zona Fisiográfica do Submédio São Francisco, situada à margem esquerda do rio no município de Belém do São Francisco, sertão pernambucano.

Quadro 01- Caracterização das empresas

Empresas	Dimensão/hectares	Números de		Total do volume exportado em toneladas 2010
		Funcionários:		
		Diretos	Indiretos	
DOCE MEL	-	380	1000	-
AGROFAMOSA	5500	5000	ND	-
AGRODAN	-	1000	3000	18, 700/8000

Fonte: Elaborado pelo autor

5.5.1 Exportação do Mamão

De acordo com o diretor comercial Roberto Cavalcanti da empresa Doce Mel, os motivos que incentivaram a sua empresa a se inserir no mercado internacional de frutas em especial o mercado europeu foram à capacidade deste mercado demandar o mamão produzido em todo mundo e o poder aquisitivo dos países membros da União Européia. A empresa é a única produtora do mamão papaya no Estado da Paraíba, com filiais no Recife, Salvador, Fortaleza e Barauna-RN. Do total da sua produção apenas 10% são exportadas para o mercado internacional. No (mercado europeu os países importadores são: Portugal, Espanha, França, Itália, Alemanha e Suíça), devido às exigências de atributos externos como o tamanho, cor, formato e maior vida útil são exportados para o mercado europeu apenas a variedade papaya Golden, as exportações para o velho continente ocorrem de setembro à março (Quadro 02).

Quadro 02- Calendário da Distribuição nas Exportações do mamão

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
FORT									X	X	X	X
MEDI	X	X	X									
FRAC												

Fonte: Elaborado pelo autor

A grande parte da produção é canalizada para o mercado interno, sendo este, menos exigente e menos custoso, por esta razão a empresa Doce Mel montou uma estrutura em Baraúna- RN para o processamento de mamão Formosa, cultivado por mais de dez produtores

na região é supervisionado pela empresa. As frutas que a empresa compra de outros produtores passa pelo processamento e é comercializada apenas no mercado interno em especial em todos os Estados do Nordeste brasileiro, para o mercado internacional a empresa exporta apenas as frutas da sua própria produção em função das fortes exigências do mercado externo conforme (Figura 1).

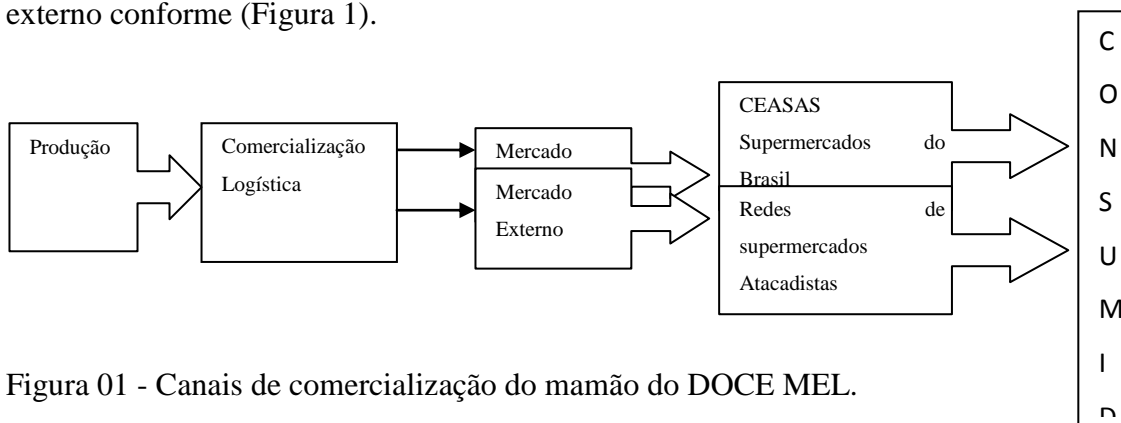


Figura 01 - Canais de comercialização do mamão do DOCE MEL.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados da empresa

A empresa apenas consegue identificar os seus concorrentes internos que são os produtores do Espírito Santo e da região do sul da Bahia. A empresa não consegue também identificar os pontos fortes e fracos dos seus concorrentes, e apenas destaca a seu ponto forte que é a boa localização que gera mais facilidade nas exportações e em consequência disso traz custo baixo para empresa.

No que se concernem as exigências de uma produção de qualidade com menos agrotóxico, a empresa só atende GLOBALGAP e HACCP, como formas de diminuir os seus custos, quanto mais aderir a outros processos de certificações os custos seriam maiores, por esta razão a empresa Doce Mel resolveu atender apenas os dois processos de certificação, mesmo assim, ainda considera estes processos de certificação como um dos principais obstáculos na produção das suas frutas por conta das restrições impostas por empresas certificadoras referente à quantidade de agrotóxico a ser utilizado.

Com relação ao transporte das frutas exportadas, somente 5% do total das exportações são enviados por via marítima através dos portos de PACEM-CE e SUAPE-PE enquanto que 95% desta são transportadas para o mercado europeu por via aérea através dos aeroportos de Fortaleza-CE, Natal-RN, Recife-PE, Petrolina-PE, Salvador-BA e Guarulhos-SP, o maior volume é exportado via aérea em função da vida útil do produto também é valido ressaltar, que ao longo dos últimos anos a parcela do mercado internacional demandante das frutas exportadas via aérea vem crescendo.

5.5.2 Exportação do Melão

Segundo o proprietário Carlos Porro da empresa AGICOLAS FAMOSA, 55% da produção é destinada para o mercado internacional, ou seja, para o mercado europeu (Inglaterra, Espanha, Holanda, Itália, Portugal, França, Alemanha, Irlanda e Polônia) e para o Canadá. As possibilidades de maiores lucros e o tempo de viagem são algumas das razões que levam a empresa a exportar para estes mercados. As variedades com maior volume nas exportações são os melões yhd e Gália que são as mais demandadas pelo mercado europeu.

É importante destacar que a Espanha um dos maiores produtores do melão e o maior exportador desta fruta, importa melão do Brasil porque a safra brasileira coincide com a entressafra espanhola. A produção da Espanha ocorre de setembro a abril enquanto que o melão do Brasil entra no mercado internacional a partir do setembro e vai até fevereiro. O (quadro 3) ilustra o calendário das exportações do melão do país.

Quadro 03- Calendário de Distribuição nas Exportações do melão brasileiro.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
FORT									X	X	X	X
MEDI	X	X						X				
FRAC												

Fonte: Elaborado pelo autor

A empresa AGRICOLA FAMOSA, comercializa a parte da sua produção no mercado internacional através das redes de supermercados europeus, atacadistas distribuidores e importador distribuidor. A empresa identifica apenas os seus principais concorrentes no mercado interno, cita as empresas POTY FRUTAS, MATA FRESCA e ITAVEIRA.

No que se refere à qualidade e a certificação de frutas, a empresa produz com base nas especificações das normas estabelecidas pelas empresas certificadoras, às principais exigências feitas pelo mercado internacional são a rastreabilidade, controle residual e de uso de produtos químicos, além da sanidade das frutas, ainda dentro do padrão de qualidade é exigido excelente aparência e que as frutas sejam livres de fungos, bactérias e um alto teor de brix, controlada gestão de recursos naturais, do uso de fertilizantes e adoção de boas práticas. A empresa atende as exigências das instituições GLOBALGAP, APPCC- Análise de Perigo e Pontos Críticos de Controle e TESCO.

Os processos de certificação geram altos custos para as empresas produtoras e exportadoras, é bastante complexo repassar estes custos para os clientes uma vez que o mercado internacional de fruta funciona sob a lei da oferta e demanda. As frutas produzidas

na empresa AGRICOLA FAMOSA, são exportadas no porto de PECÉM-CE, MUCURIBE-CE E NATAL-RN, 100% das exportações são feitas através do navio.

A desvalorização de “dólar americano” ou a valorização da moeda nacional perante as moedas estrangeira vem constituindo entrave para empresa tudo porque os custos de produção são feitos em moeda nacional enquanto que as frutas exportadas são comercializadas em moedas estrangeiras esta relação causa a perda de competitividade para empresa, devido a elevação dos preços do produto.

Portanto, para AGRICOLA FAMOSA os principais entraves para as exportações do melão são o cambio desfavorável, a ineficiência da estrutura portuária e rodoviária uma vez que 100% das exportações da empresa são feitas através dos navios, mais, a empresa utiliza a malha rodoviária para transportar os produtos de fazenda ao porto e por ultimo a alegação da falta de incentivos fiscais por parte do governo.

Procurando se tornar mais competitiva, a empresa, empregou alguns tipos de tecnologia em diferentes fases da cadeia produtiva, os investimentos foram feitos em máquinas classificadoras, algumas máquinas de embalagens seletivas que tornaram os custos da produção mais baixos e ao mesmo tempo agrega valor ao produto.

A empresa utiliza como critérios para a escolha dos clientes, a idoneidade, a importância estratégica e preços viáveis. AGRICOLA FAMOSA trabalha com os contratos formais e informais, no caso dos contratos formais eles são elaborados de acordo com concordância entre as partes em negociação observando algumas das exigências do mercado importador como as certificações (em especial GLOBALGAP), também são impostas as especificações dos preços, quantidades de frutas a ser fornecidas e a qualidade. Estes contratos são respeitados e monitorados entre os gerentes das duas partes e no caso da quebra de contrato as duas partes são obrigadas a assumir esse risco.

5.5.3 Exportação de Manga

De acordo com Paulo Dantas proprietário e diretor comercial da empresa AGRODAN, 95% da produção atual é destinada para o mercado Europeu principalmente para Portugal, Espanha, França, Suíça, Alemanha, Holanda e Ucrânia, apenas 5% da produção é comercializada no mercado interno. No canal de logística do mercado interno, (Figura 02), a produção da empresa se destina ao Rio de Janeiro e São Paulo, onde é comercializada pelas redes de supermercados Carrefour e Pão de Açúcar. Portanto a escoamento de toda a produção da empresa segue os canais de comercialização para o mercado interno e externo.

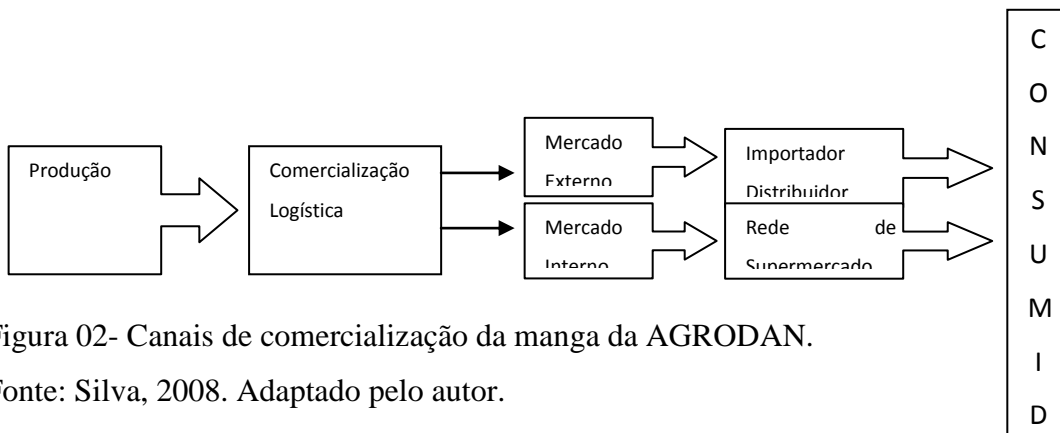


Figura 02- Canais de comercialização da manga da AGRODAN.

Fonte: Silva, 2008. Adaptado pelo autor.

Para Dantas a razão pelo qual a empresa optou a exportar para o mercado internacional especialmente para o mercado europeu, é por esse mercado ser já consolidado. A varias décadas, este mercado vem importando frutas de diversos continentes, é conhecido como o maior mercado mundial de frutas, outro fator, é a questão da confiabilidade uma vez que os agentes importadores conseguem honrar os seus compromissos junto aos exportadores brasileiros e por ultimo também a possibilidade de um maior lucro.

A relação das empresas brasileiras exportadoras de frutas com os supermercados ou outros atacadistas europeus pode ser direta ou indireta dependendo de tipo de negociante. Nono caso das empresas brasileiras exportadores da manga e de uva do Vale de São Francisco, essa relação é indireta como ilustra a figura 2 abaixo. Os supermercados ou grandes varejos entram em contato a empresa gerenciadora de categoria “category manager” que contata o agente importador distribuidor e este agente participa na negociação direta com os exportadores brasileiros. É valido ressaltar que neste modelo os contratos são informais, baseados na confiabilidade.

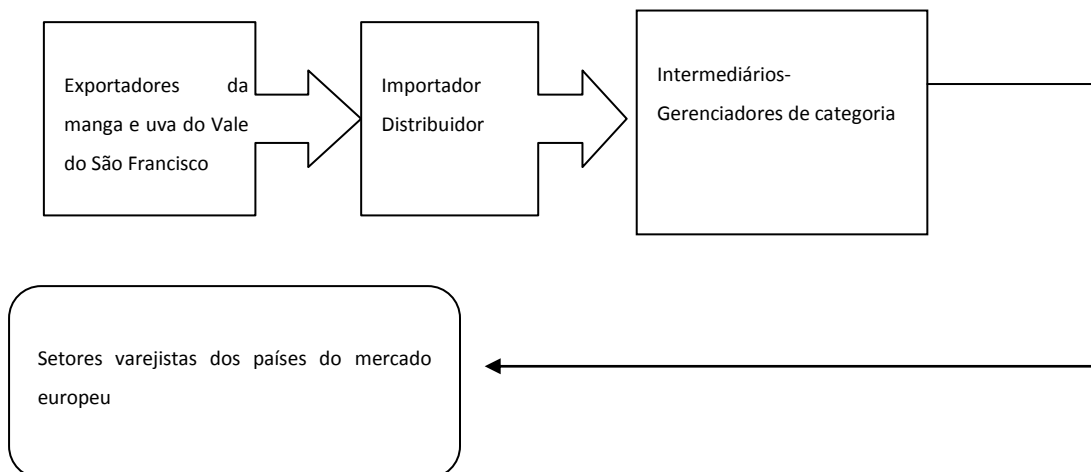


Figura 02- Exportações da manga e uva do Brasil para Reino Unido

Fonte: SOUZA e NETO, 2006. Adaptação do autor.

No item 3.4.1, enfatizamos a qualidade como um dos fatores determinante para competitividade, pois na negociação entre o agente importador distribuidor e as empresas brasileiras exportadoras, as exigências impostas por redes européias de supermercados se concentram nos atributos internos e externos das ³frutas. O Brasil vem respondendo ao mercado internacional de forma satisfatória no que trata da qualidade da manga, alias o país apresenta vantagem na qualidade em relação aos seus principais concorrentes Peru, Costa do Marfim e Israel.

A qualidade da manga brasileira vem sendo construída ao longo das últimas décadas através de diferentes processos de certificação oferecidos por instituições publicas e privadas, entre os processos de certificação podemos destacar, a Produção Integrada de Frutas- PIF, GLOBALGAP, Análise de Perigo e Pontos Críticos de Controle- APPCC, TESCO e FIELD TO FORK, em consequência, todas estas certificação influenciam de forma positiva para qualidade do produto.

Em quanto à qualidade da manga brasileira se constitui uma das vantagens dos exportadores nacionais em relação aos seus concorrentes internacionais, o custo com auditoria, custo da própria certificação e os custos das implementações feitas para atender as certificações, são bastante elevados, ao ponto de algumas vezes inviabilizar a competitividade brasileira do setor e a até criar barreiras de entrada para os pequenos produtores que pretendem exportar o produto.

Em termos mundiais o Brasil é o único país que produz e fornece manga para o mercado internacional em todos os meses do ano, e isso é outra vantagem que os produtores e exportadores brasileiros de manga têm com relação aos seus concorrentes. Por outro lado, estes concorrentes podem ter vantagens de produção a custos baixos e cambio favorável.

Quadro 04- Calendário de Distribuição da Exportação da manga.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
FORT			X	X		X	X		X	X	X	X

³ TESCO- um dos maiores redes do varejo mundial, com operações em 14 países, empregando mais de 492.000 pessoas e servindo milhões de clientes a cada semana, com escritório central em Londres, esta empresa desenvolveu o seu próprio selo de certificação, sendo mais exigente com relação GLOBALGAP.

MEDI	X	X			X			X				
FRAC												

Fonte: Elaborado pelo autor

A empresa AGRODAN, empregou tecnologia em diferentes processos da cadeia produtiva, nos sistemas de irrigação, na própria produção e na embalagem, tudo isso, com o intuito de se tornar mais competitiva perante os seus concorrentes.

A infra-estrutura do país tem se constituído num gargalho para os produtores e exportadores brasileiros. No item 3.4.3 foi destacado a infra-estrutura de porto, aeroportos e rodovias como um dos fatores limitantes da competitividade brasileira nas exportações de frutas. O custo de escoamento dos produtos agrícolas do país é bastante elevado em função da precariedade dos portos, das estradas e dos aeroportos. O resultado da ineficiência desta infra-estrutura, pode ser visto em algumas das situações como no custo do transporte interno que é superior ao da exportação, ou seja, o custo rodoviário de transportar frutas do Vale de São Francisco para o porto de Pacem no Estado do Ceara é de US\$ 3.300 para cada contêiner contra o valor pago US\$ 3.200 de no transporte marítimo por cada contêiner, enviado para o porto de Espanha ou Holanda (Rotterdam).

Outro importante fator que nos últimos anos vem inviabilizando a competitividade é a elevada taxa de câmbio nominal, somando a crise de demanda, deu como resultado queda nas exportações brasileiras em 2009 praticamente em todas as culturas frutícolas, em quanto que as exportações mundiais de frutas crescem neste ano a uma modesta taxa. A desvalorização do dólar em relação ao real e a ineficiência da infra-estrutura do país fazem com que os custos de produção de frutas brasileira subissem e os preços dessas frutas postas no mercado europeu, seja o dobro da concorrente internacional.

5.5.4 Exportação da Uva

Para cultura da uva entrevistamos a mesma empresa acima (5.4.3) “AGRODAN” lembrando que esta localizada na zona Fisiográfica do Submédio São Francisco, situada à margem esquerda do rio, município de Belém do São Francisco, sertão pernambucano.

A safra da uva se dá fortemente no período de setembro e outubro e expande até no mês de novembro (Quadro 05) a colheita é feita no período não chuvoso como forma de evitar os danos na produção, em grande parte são exportadas as uvas sem sementes que são bastante apreciados pelo mercado europeu importador.

Quadro 05- Calendário de Distribuição da Exportação da uva

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
FORT									X	X	X	
MEDI								X				
FRAC												

Fonte: Elaborado pelo autor.

Anualmente a empresa AGRODAN, exporta um total de 8.000 toneladas de uvas para países como Inglaterra, Holanda e Alemanha. As exportações deste produto de clima temperadas são feitas através dos compradores do mercado europeu frutas que são definidos como “Category manager” e “ Importador distribuidor” (Figura 02).

A uva brasileira é bastante apreciada no mercado mundial em especial mercado europeu de frutas, pela sua qualidade, os atributos internos e externos que esta fruta brasileira apresenta foi o fruto do investimento do setor publico e privado adotando assim serias de medidas com intuito de melhorar essa qualidade. A empresa AGRODAN, adotou vários tipos de certificações entre quais: PIF, GLOBALG.A.P, APPCC, TESCO e FIELD TO FORK, a empresa adotou todos estes sistemas de certificação com um só objetivo de se firmar no mercado internacional, ou seja, de se tornar mais competitivo perante os seus concorrentes.

Enquanto que os produtores exportadores brasileiros de uva tentam se firmar no mercado externo através da qualidade da produção, ainda existem alguns entraves que constituem motivos de preocupações para estes produtores e exportadores motivos estes que são gerados pelo custo de precariedade das infraestruturas como porto, rodovias e aeroporto, em função desta precariedade que tenta inibir a competitividade o custo de transportar uva no municipio de Petrolina para porto de Pacen no Estado do Ceará se supera o custo de navio do Brasil para Europa. As uvas são transportadas do campo para o navio a temperatura e de 0 a 1°.

A uva é uma das frutas mais caro em função do seu custo de produção em média a produção de um Hectare de uva sai por R\$ 70, 000 comparando com a manga que custa R\$ 18, 000 por mesmo tamanho da produção.

5.6 Síntese dos Resultados

Ao longo dos últimos anos as exportações brasileiras de frutas sofreram flutuações acompanhando a rota das importações mundiais em especial das importações dos países europeus, sendo em grandes volumes as exportações brasileiras de frutas são destinadas para

este mercado europeu que adquire frutas de todos os continentes. A (figura 10) ilustra o comportamento das importações mundiais dando ênfase para os países da Europa. Em 2007 as importações dos países da Europa tiveram um crescimento de 4,95% em quanto que outros países, apresentaram um crescimento de 4,44%, os outros países do qual o Brasil não exporta, são: China, Hong Kong Sar, China, México, Paquistão, Arábia Saudita, Viet Nam, Bangladesh e Tailândia.

As importações dos países europeus cresceram 5,5% contra 2,84%, o baixo crescimento de outros países e essa retração se deve em função da crise financeira que afetou os EUA em 2008. No ano de 2009 com os indicadores macroeconômicos dos países da União Européia em vermelha, as importações sofreram a queda de -6,94% contra um aumento de 4,14% de outros países e este crescimento foram impulsionados por importações dos países como os EUA, Paquistão, Bangladesh, Vietnam, México e Tailândia.

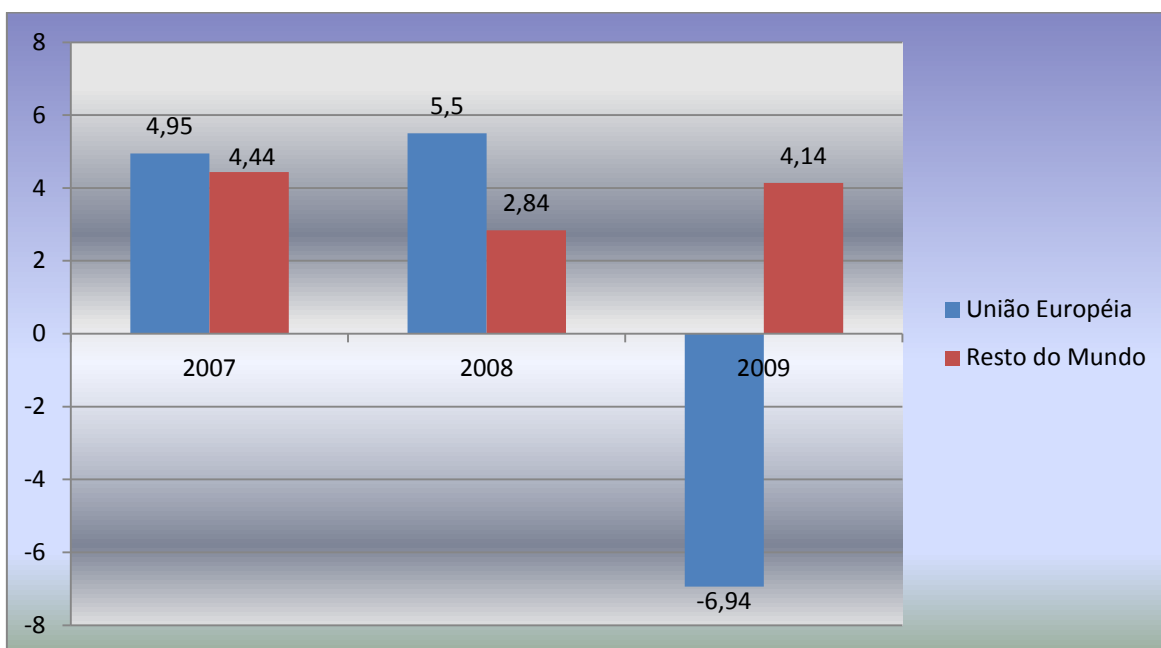


Gráfico 10- Importação mundial de uva em porcentagem, no período de 2007-2009.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

O mercado Norte Americano do melão é o maior do mundo e isso explica o crescimento de outros países (que fazem parte do continente europeu) 8,03%, acima do crescimento da importação européia que é de 5,4%, em 2007.

No segundo período os vinte principais países importadores do melão que constituem a estatística da FAO, apresentaram a queda e esta redução no volume de importação foi maior para os países que não fazem parte do continente europeu sobre tudo para os EUA e Canadá, com isso a diminuição nas importações de outros países foi de -12,66% contra uma redução

de 3,17% dos países europeu, portanto é importante lembrar que esta retração se deve em detrimento da crise financeira que iniciou nos EUA em 2008 e se expandiu para o velho continente, com isso, os países europeus não escaparam da crise.

A recessão que começou no segundo semestre de 2008 na Europa se aprofundou e com isso na importação do melão se caiu para -3,35% em 2009, os outros países inclusive os EUA recuperaram o crescimento das importações com elevação de 4,81%. Ma uma vez é importante ressaltar que em grande parte as exportações brasileiras do melão se resume no mercado europeu, os países com potenciais de importações dos quais o Brasil não importam são: Japão, México, Paquistão, Emirados Árabes Unidos e Cingapura, com exceção dos EUA e Canadá, estes dois países são um dos maiores importadores do melão apesar da participação do Brasil nestes países ainda deixa a desejar.

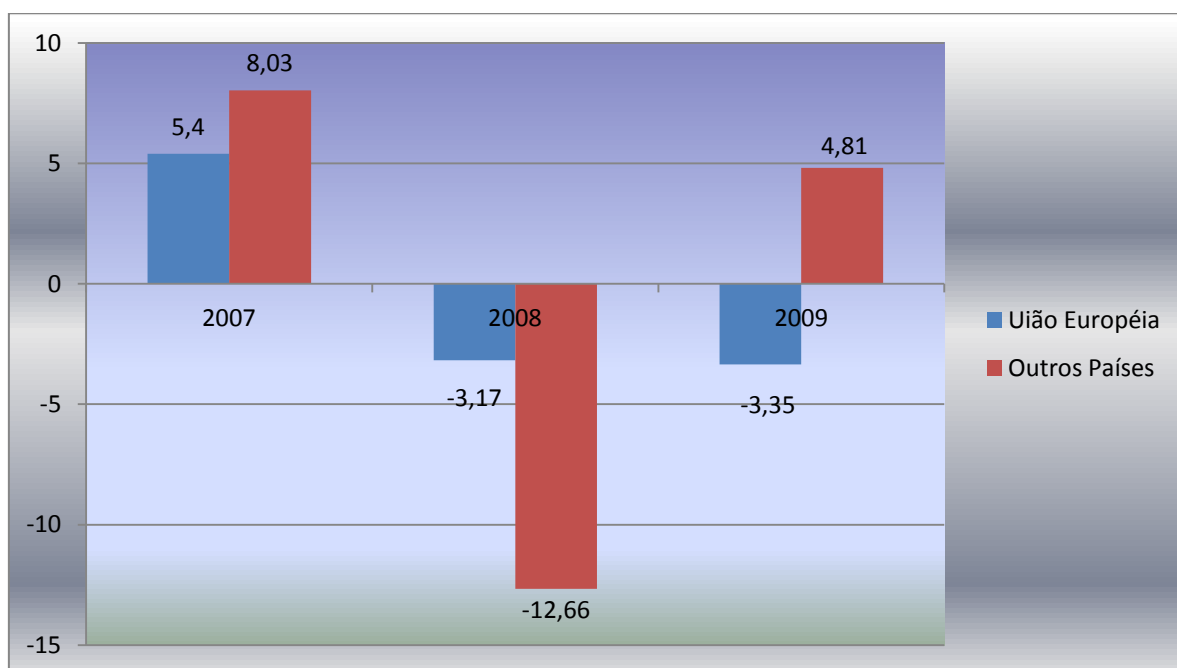


Gráfico 11- Importação mundial do melão em porcentagem, no período de 2007-2009.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Em 2007 a importação mundial da manga com ênfase para os países europeus cresceram a 3,18% contra 4,48% de outros países. No ano de 2008 em plena crise financeira nos EUA as importações dos países da Europa cresceram a 6,61% enquanto que as importações de outros países se elevaram apenas para 4,33%, é importante ressaltar que o maior mercado da manga do mundo é do EUA e a participação do Brasil neste mercado é bastante fraco em função das exigências impostas pelo mercado Norte Americano. No ultimo período de análise, devido à crise que abalou o sistema financeiro mundial, incerteza vivido por diferentes países e recessão na Europa, obrigou a redução drástica no volume de

importação por parte dos principais países importadores, com isso os países da Europa reduziram as importações para -0,13% contra a queda de -0,07% de outros países.

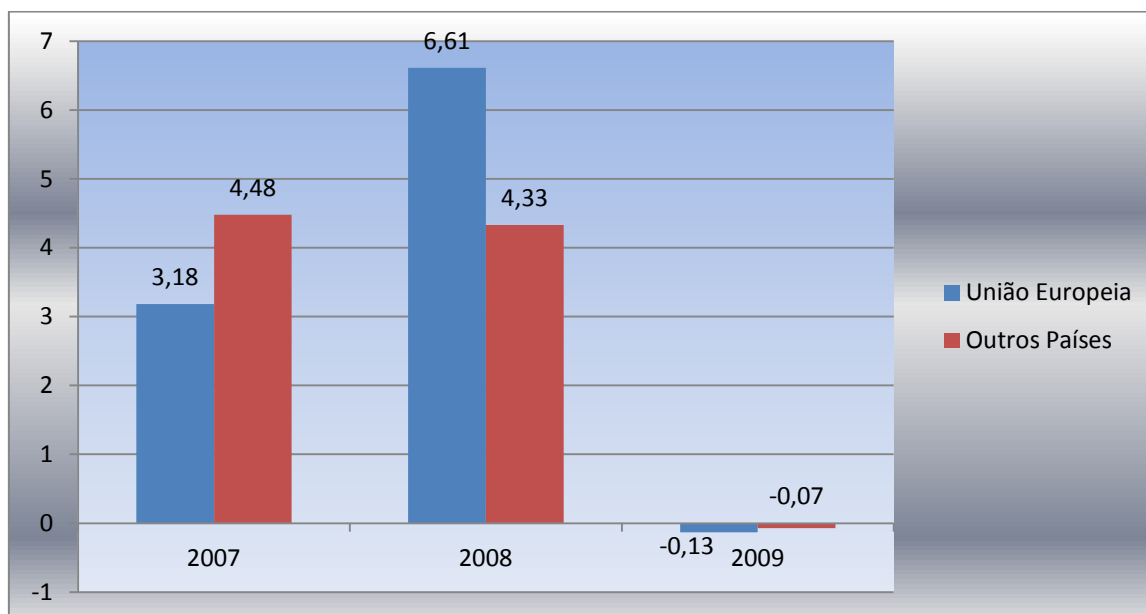


Gráfico12- Importação mundial da manga em porcentagem, no período de 2007-2009.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Em 2007 a importação mundial do mamão para o mercado europeu cresceu 1,25% e este crescimento foi influenciado por alguns países europeus como Portugal, Espanha, Itália, França. No segundo período as importações mundiais do mamão caíram, a queda não foi pior para os importadores europeus porque alguns países como Alemanha, Portugal, Espanha e Suíça aumentaram as suas importações neste mesmo período, com isso a queda foi de -0,69 comparando com -5,17% de outros países como Cingapura, Nepal, Japão e China.

Em função da recessão dos países da zona do euro, a importação europeia do mamão caiu -11,76%, entre os países que se destacaram nesta queda significativa aparecem à Holanda, Alemanha, Espanha, Bélgica e Suíça, ao contrario dos países europeus, os países que não constituem o velho continente elevaram as suas importações para 16,4%, destacando a forte participação dos EUA, Canadá, El Salvador e Nepal. Lembrando que entre os vinte principais países importadores que encabeçam a lista do FAO, os EUA ainda configuram na primeira colocação seguida por 27 países da União Européia.

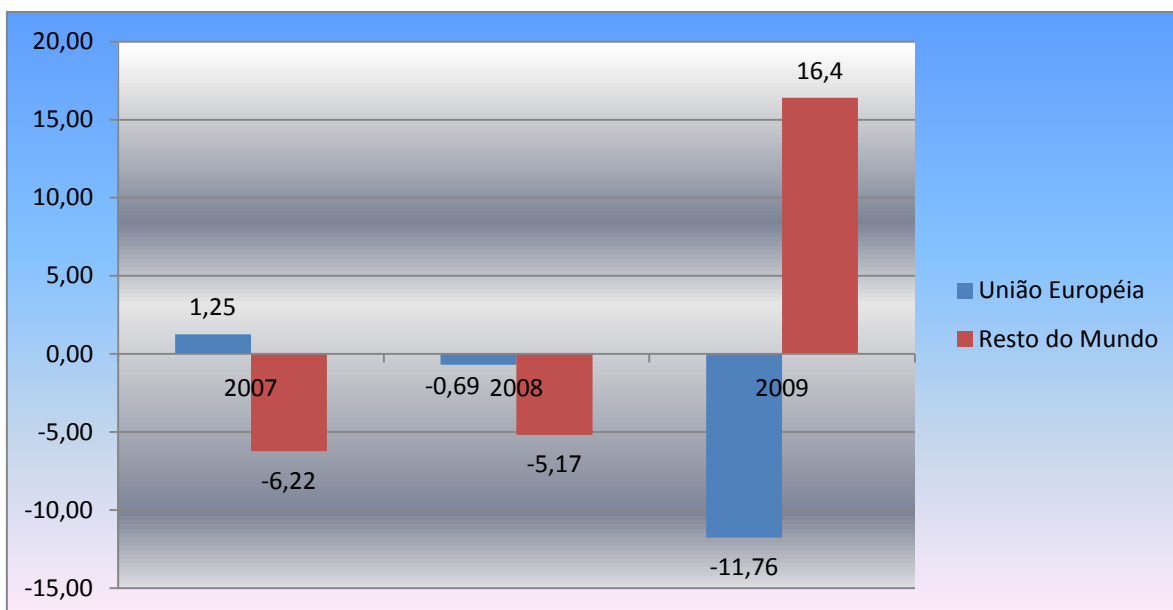


Gráfico 13- Importação mundial do mamão em porcentagem, no período de 2007-2009.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da FAO (2010).

Os resultados obtidos através da aplicação do Modelo Constant-Market-Share, tornou possível determinar quais variáveis cujos efeitos exerceram maior influência no desempenho positivo das exportações brasileiras das frutas que compõe a cesta de produtos analisada. O modelo da Vantagem Comparativa Revelada foi o segundo modelo aplicado na análise e por último foram coletados dados primários em três empresas localizadas na região do Nordeste com o propósito de ilustrar as formas de coordenação do processo de exportação das culturas em análise.

De acordo com o resultado do modelo Constant Market Share para o melão, as exportações brasileiras do melão no período de 1990 a 2009, não estão na dependência do destino das exportações sendo que este efeito deu negativo em todos os períodos analisados. É válido ressaltar que o mercado europeu é o maior importador do melão brasileiro, mas este destino não influenciou positivamente as exportações brasileiras do melão devido à crise recente nesse mercado.

Ao longo dos anos analisados às exportações brasileiras vêm crescendo acima da média mundial, com exceção do último período, no qual as exportações nacionais de melão foram afetadas negativamente pela valorização do câmbio nominal e essa desvalorização se refletiu na competitividade das empresas exportadoras do país, pode-se atribuir que as exportações cresceram em função da competitividade das empresas nacionais, essa competitividade é o resultado dos investimentos das empresas na qualidade de frutas produzidas que passam por diferentes processos de certificação e também o câmbio favorável

no período de 1990 a 2008. Pesa negativamente a ineficiência da infra-estrutura nacional, relativa a portos, aeroportos e rodovias sobre o escoamento dos produtos.

De acordo com as estatísticas da FAO (2011) em 2009 (o último dados disponibilizados) o Brasil se destacou como quinto maior exportador do melão, lembrando que em termos da produção o país apresenta uma vantagem comparativa.

O melão brasileiro entra no mercado europeu a partir dos meses de setembro até fevereiro, competindo com a Costa Rica, Honduras e Panamá. Os Estados Unidos da América é o maior importador do melão mundial, seguido da União Européia, a Espanha que é maior exportador do melão também configura na nova colocação entre os vinte principais países importadores inclusive este país é importador do melão brasileiro, na entressafra. O Brasil é exportador de melão para o mercado internacional em função da sua competitividade.

A uva é uma fruta tradicional consumida em todo mundo, o Brasil é um dos principais países produtores e exportadores, a região nordeste em especial o Estado de Pernambuco tem uma forte participação no cultivo e comercialização (desse produto) tanto para o mercado interno como para o externo, e a fruta bem apreciada pelos importadores.

Entre as frutas do clima temperado e de clima tropical, a uva é das frutas mais valorizadas, ou seja, é uma das frutas mais caras e isso se deve aos custos de produção que é bastante elevado. Por exemplo, a implantação de 1 hectare de uva no Vale do São Francisco é R\$ 60. 000,00, enquanto que para a implantação de 1 ha manga na mesma região o custo é de R\$ 18. 000,00. Portanto, o elevado custo de implantação de produção de uva acarreta altos preços da fruta. Em termos das exportações esta fruta apresenta uma particularidade onde os seus preços pouco competitivos no mercado externo dependendo da janela da entressafra na Europa para se exportar.

As exportações das uvas brasileiras cresceram a taxas significativas, é a fruta com o maior crescimento, este aumento no volume das exportações é o resultado de vários fatores, mostrando que o Brasil é bastante competitivo praticamente em todo período analisado.

O crescimento das exportações brasileiras de uvas é o resultado da competitividade que foi acompanhada do crescimento do mercado mundial. As empresas brasileiras produtores e exportadores de uvas tornaram-se competitivas perante os seus concorrentes do mercado internacional em função inicialmente de um câmbio favorável e posteriormente devido à qualidade de uvas produzidas. Nos últimos anos o país vem se especializando na produção de uvas sem sementes onde conseguiu conquistar o mercado europeu em especial o mercado do Reino Unido que é um dos principais importadores da uva brasileira.

Apesar da crise financeira de 2008, em termos mundiais as exportações de frutas cresceram a uma modesta taxa, só que as exportações brasileiras de frutas andaram na rota contrária devido à valorização da moeda nacional, em consequência, as exportações brasileiras foram afetadas de forma significativa gerando demissões em diferentes partes da cadeia produtiva e, a perda de competitividade das empresas nacionais. Apesar de tudo isso, o país continua apresentando vantagem nas exportações da uva, embora os volumes das exportações sejam bastante inferiores em relação a capacidade produtiva instalada, visto que o Brasil exporta apenas 11% de toda sua produção.

Segundo estatística da FAO o Brasil tem grande participação na produção mundial de mamão, o país ocupa a segunda colocação no ranking dos maiores produtores perdendo apenas por Índia, e na segunda colocação na pauta de receita com a exportação, atrás apenas do México que é o primeiro exportador mundial.

De acordo o resultado da aplicação do modelo Constant Mark Share, no primeiro triênio 1990/91/92, as exportações brasileiras do mamão foram influenciadas não por efeito competitividade, mas sim por efeito destino das exportações, neste mesmo período o mercado decresceu enquanto que as exportações brasileiras cresceram. No segundo triênio 1999/00/01, as exportações do mamão nacional cresceram a taxa significativa 58,80% este crescimento o resultado decorrente do crescimento do mercado mundial e destino das exportações, porque em termos da competitividade o país continuou fraco. No último sub-período 2007/08/09, o Brasil registrou queda nas exportações em função do câmbio nominal desfavorável, com isso, o país apenas exportou porque o mercado mundial cresceu, também melhor um pouco em termos da competitividade.

O Brasil é um país com Vantagem Comparativa Revelada na produção e comercialização do mamão para o mercado interno e internacional, o resultado da VCR no ano de 2000 a 2009, é de $VCR > 1$, o país apresenta uma capacidade de abastecer o mercado interno e internacional.

Os principais importadores mundiais do mamão são os Estados Unidos da América, Cingapura, Canadá, Holanda, Reino Unido entre outros países. Os países na União Européia são os principais importadores do mamão brasileiro, o país exporta para todos os continentes inclusive para os países vizinhos da América do Sul.

A ser produtor e exportador de frutas no Brasil não é uma tarefa fácil por ter que conviver com uma série de entraves que começa com as barreiras fitossanitárias, as exigências são enormes e custosas, a ineficiência da infra-estrutura do país gera custos

elevados no escoamento do produto. As participações das instituições públicas e privadas é muito importante, apesar de ainda ser tímida dentro da cadeia, com isso a solução para as empresas exportadoras serem competitivas no mercado internacional é investir em tecnologia, investir na qualidade das frutas produzidas e torcer pelo uma melhoria do câmbio, já que taxa do câmbio no Brasil é flutuante.

O Brasil é conhecido mundialmente com um dos maiores produtores e exportadores da manga, no ranking da produção o país ocupa sétima colocação enquanto que em termo das exportações só perde por Índia e México (FAO), Brasil é o maior fornecedor da manga do mercado europeu, as variedades exportadas para este mercado são mangas Tommy, Kent e Keith. Atualmente as preferências dos consumidores da manga no mercado europeu estão mudando, as pessoas estão deixando de consumir manga Tommy para Kent e Keith, isso por conta da fibra e sabor.

O resultado da aplicação do modelo Constant Market Share mostrou que as exportações brasileiras da manga cresceram acima da média mundial no primeiro e segundo triênio 1990/91/92 e 1999/00/01. No primeiro sub-período as exportações da manga do país foram influenciadas pelo crescimento do mercado mundial, seguido do efeito competitividade, no segundo sub-período, o efeito competitividade foi o principal responsável pelas exportações deste produto, seguido pela influência do crescimento do mercado mundial.

Em todos os períodos analisados os efeitos destino das exportações não contribuíram para que o país exportasse, no último sub-período as exportações brasileiras da manga registrou uma ligeira queda indo em direção contrária a do mercado mundial em crescimento influenciando bastante de forma positiva as exportações brasileiras de manga, influenciada também pelo efeito competitividade.

O Brasil tem Peru, Costa do Marfim e Israel como principais concorrentes no mercado internacional de manga, estes concorrentes apresentam como principal ponto forte, o baixo custo de produção, e como pontos fracos estes países produzem manga de baixa qualidade em apenas alguns meses do ano.

Os principais entraves no setor exportador da manga brasileira são a valorização cambial no país, o custo de escoamento influenciado por deficiência da infra-estrutura em algumas situações os custos de transporte interno da fazenda para porto ultrapassa o custo de transporte de navio, também o custo da certificação imposta por empresas privadas certificadoras pesa no bolso das empresas. Somando todos estes gastos ao chegar ao mercado

internacional o custo das empresas brasileiras exportadores de manga passa a ser bastante elevado.

Apesar de alto custo da cadeia produtiva de manga brasileira que são gerados por vários fatores, o Brasil é competitivo no mercado internacional de manga em função da qualidade da sua fruta e do ciclo de comercialização, a nível mundial o Brasil é o único país com a capacidade de produzir e exportar o ano todo, isso faz com que ele tenha uma vantagem grande em relação aos seus concorrentes.

Também é importante ressaltar que o governo vem ajudando as empresas exportadoras com a isenção dos impostos como ICMS, INSS, entre outros, essa eliminação de tributos vem ajudando a tornar as empresas brasileiras exportadoras de frutas mais competitivo perante as suas concorrentes internacionais.

6. CONCLUSÕES

O principal objetivo dessa dissertação foi de analisar a competitividade das exportações brasileiras de frutas para o mercado europeu. Nas últimas décadas, o mercado internacional de frutas apresentou um salto qualitativo tanto na produção como nas exportações criando assim, a possibilidade de geração de emprego e contribuindo positivamente para o desempenho da balança comercial dos países com potencial para exportar. Apesar de o Brasil ser o terceiro maior produtor mundial de frutas perdendo apenas por China e Índia, o país ainda apresenta uma participação inexpressiva no mercado internacional de frutas como exportador, embora venha melhorando esta inserção ao longo dos últimos anos.

Em 2010 os países deste bloco juntos importaram 78% das exportações brasileiras de manga 84% do mamão, 98% do melão e 76% da uva.

A inserção das empresas nacionais exportadoras de frutas brasileiras para o mercado internacional não é uma tarefa banal, sendo este mercado bastante dinâmico e competitivo. É válido destacar que uma empresa é competitiva quando ela tiver a capacidade de produzir produtos e serviços de qualidade superior e a custos mais baixos do que os de seus concorrentes.

Com intuito de analisar os fatores que contribuem para a elevação da competitividade das exportações brasileiras de frutas, foi utilizado o modelo Constant Market Share- CMS. Através dos resultados da aplicação foi possível identificar os efeitos que influenciaram as exportações de frutas do país. O segundo modelo aplicado foi o de Vantagem Comparativa Revelada- (VCR) que testou e comprovou que o Brasil tem vantagens na produção e nas exportações das frutas selecionadas para análise. Finalmente foram aplicados questionários com as empresas: AGRODAN, produtora e exportadora da manga e uva localizada no Vale do São Francisco; DOCE MEL, produtora e exportadora do mamão; AGRICOLA FAMOSA, produtora e exportadora do melão. Com isso, foi possível fazer a intersecção dos resultados dos dois modelos aplicados com dados secundários e os dados primários coletados no campo, com a finalidade de melhor análise e interpretação.

Dessa forma, os resultados obtidos da aplicação do modelo Constant Market Share, conclui que nas exportações brasileiras do melão o que influenciou bastante no primeiro (1990/91/92) e segundo (1999/00/01) sub-período, foram o efeito competitividade e o efeito crescimento do mercado mundial, sendo que o efeito destino das exportações deu negativo em função da forte concentração das exportações brasileiras para aquele continente em recessão.

Neste segundo sub-período aquele mercado apresentou retração com em relação ao mercado mundial e isso foi o motivo pelo qual o destino das exportações deu negativo e no último sub-período (2007/08/09) o país deixou de ser competitivo em função da valorização do câmbio que inviabilizou a competitividade do país e também uma redução nas importações que foi motivada pela crise na zona do euro, registrando assim uma forte queda nas exportações de frutas.

O país apresenta uma Vantagem Comparativa em todas as frutas que compõe a cesta analisada, mesmo com esta vantagem na produção e geração de excedente para exportar, existem outros fatores determinantes nas exportações brasileiras de frutas. Entre estes fatores alguns influenciam de forma positiva outros não, a estabilidade do câmbio desvalorizado deixa as empresas numa situação bastante confortável, a qualidade de frutas brasileiras faz com que as empresas produtoras sejam mais competitivas. Por outro lado, a ineficiência das infra-estruturas de aeroportos, portos e rodovias, gera custos elevados para as empresas exportadoras no ato do escoamento do produto.

Além disso, as instituições públicas e privadas tem papel fundamental a desempenhar na competitividade das empresas exportadoras, sendo que as instituições públicas têm a competência de definir as regras mais claras e criar incentivos, ou melhor, criar um ambiente favorável para empresas que exportam.

Entre as frutas analisadas, as exportações da uva cresceram mais do que todas as outras. A competitividade brasileira e efeito crescimento do mercado mundial foram os fatores determinantes deste crescimento das exportações brasileiras de uva. Ao longo da última década o Brasil vem atendendo as exigências do mercado internacional com isso passaram a produzir as frutas com mais qualidade, apesar da produção da uva brasileira ser a mais cara entre as culturas produzidas no país, esta é competitiva no mercado em função da qualidade que é reconhecida internacionalmente.

Quanto ao mamão, em termos mundiais o Brasil é segundo maior exportador perdendo apenas por México, fator que foi determinante nas exportações brasileira do mamão pelo modelo CMS é o efeito destino das exportações. Em termos da competitividade o país ainda deixa a desejar uma vez que grande parcela do volume exportado é enviada via aérea e o custo de transporte é bastante devido o país não é especializado neste tipo de transporte.

Mais de 98% do mamão brasileiro é consumido no mercado interno, ou seja, o país exporta apenas 1,88% de sua produção isso pode ser visto como insignificante do ponto de vista do mercado interno, mas não é bem assim, o volume comercializado é bastante elevado

para colocar o país na segunda posição entre os maiores exportadores mundiais e tudo isso se deve por conta do espaço territorial do Brasil, que permite produção ao longo do ano.

Os resultados obtidos através do modelo CMS, mostram que as exportações brasileiras da manga cresceram bastante acumulando exportação de mais de 123,87%. Pelo modelo, o que influenciou neste crescimento foi o efeito crescimento do mercado mundial e o efeito competitividade. O Brasil é competitivo na produção e exportação de manga pelo fato da sua produção ocorre durante todo período do ano. Por outro lado, os produtores e exportadores aceitam atender diferentes exigências de certificação e isso resulta na melhoria da qualidade das mangas produzidas no Brasil.

Embora o país seja competitivo na exportação de manga, existem fatores que ainda continuam a dificultar os empresários do setor, como os custos gerados pela precariedade das rodovias. Os custos de transporte de fazendas em Vale do São Francisco para o porto no Estado do Ceará são superiores aos custos transporte no do navio para Europa. Outro fator que vem criando grandes obstáculos para exportadores tem sido o cambio nominal, pois a desvalorização do dólar e do euro em relação ao real esta gerando dificuldades para todo o setor da fruticultura brasileira. Em 2009, as exportações mundiais aumentaram enquanto o Brasil seguiu a rota contraria por conta do cambio. Isso faz com que algumas empresas produtoras e exportadoras desistiram de fornecer suas frutas para o mercado internacional e resolveram permanecer apenas entregando no mercado interno. E no mesmo período enquanto os produtores e exportadores de frutas brasileiras deparavam-se com as dificuldades cambiais, o mercado europeu também diminui a demanda pela importação de frutas brasileiras, em função da crise na zona do Euro.

REFERÊNCIAS

ALBANO, Gleydson P. **Multinacionais de bananicultura e exploração do trabalhador**. XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária, São Paulo, 2009.

ANDRIGUETO, José R.; NASSER, Luís C. B. TEXEIRA, José M. A. A Produção Integrada de Frutas (PIF) e o Sistema Agropecuário de Produção Integrada (SAPI): in SOBRINHO, Raimundo B.; GUIMARÃES, Jorge A.; FREITAS, José A. D.; TERAPO, Daniel (organizadores) **Produção Integrada de Melão**. EMBRAPA Agroindústria Tropical, Banco do Nordeste do Brasil, Fortaleza, 2008.

BENITES, Anderson T.; VALÉRIO, Luciano M. **Competitividade - uma abordagem do ponto de vista teórico**. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul- UFMS - IV JCEA- Campo Grande outubro de 2004. Disponível em: <<http://www.ufms.br/dea/oficial>> Acesso em 08 de julho de 2011.

BIDJEKE, Raoul. **Competitividade Entre Empresas de Exportação da Banana no Nordeste Brasileiro**. 2002. Dissertação. (Mestrado em Administração) Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE - Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural. Recife.

BRASIL. **Secretaria de Comércio Exterior- SECEX**. Aliceweb. Disponível em: <<http://alicesweb.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em: 18 de Nov. 2001

CALDARELLI, Carlos E.; CÂMARA, Márcia R. G.; SEREIA, Vanderlei J. **Exportação e Competitividade do Complexo de Soja Brasileiro e Paranaense de 1990 a 2007**. ESALQ/USP, PIRACICABA-SP- BRASIL; 2, 3.UEL, LONDRINA-PR-BRASIL, 2009. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra>> Acesso em 20 de julho de 2011.

CARVALHO, Rosemeiry M.; CUNHA filho, Miguel H. Competitividade da fruticultura brasileira no mercado internacional. **Revista de Economia e Agronegócio**, 2005.

COMTRADE- Nações Unidas Commodity Trade Statistics Database. **Dados das Exportações Brasileiras de Frutas**, 2011. Disponível em: <<http://comtrade.un.org/db/mr/rfCommoditiesList>> Acesso em 20 de julho de 2011.

CUNHA FILHO, Miguel H. **Competitividade da fruticultura brasileira no mercado internacional**. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2005.

DI SERIO, Luiz C.; VASCONCELLOS, Marcos A. **Estratégia e competitividade empresarial: inovação e criação de valor**. São Paulo: Saraiva, 2009.

Divisão de estatística das Nações Unidas. **Dados das exportações mundiais**. Disponível em <<http://unstats.un.org/unsd/mbs/app/DataSearchTable>> Acesso em 12 de novembro de 2011.

DIZ, Luís A. C. **Competitividade Internacional das Exportações Brasileira de Manga e de Uva**. Universidade de São Paulo- USP, Dissertação. Piracicaba, 2008. Disponível em <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis>> Acesso em 02 de junho de 2011.

DONADIO, L. C. **Norma da Classificação para Produção da Manga**. CEAGESP, 2004. Disponível em <<http://www.hortibrasil.org.br/manga.pdf>> Acesso em 26 de julho de 2011.

EMBRAPA. **Produção Integrada de Frutas - PIF**, 2011. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/qualidade/pif.asp>> Acesso em 24 de julho de 2011.

FAO- Food and Agriculture Organization of the United Nations, Faostat. **Produção e Exportação de frutas, 2010**. Disponível em < <http://faostat.fao.org/site/342/default>> Acesso em 26 de julho de 2010.

FARINA, Elizabeth M. M. Q. **Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual**. Universidade de São Paulo - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - Departamento de Economia, revista eletrônico V. 6, n.3, p. 147-161, dez. 1999.

FAVERO, Luiz A. **A Cultura da Manga no São Francisco: Posicionamento, Limites, Oportunidades e Ações Estratégicas**. Banco do Nordeste do Brasil, Fortaleza, 2008.

FREITAS, Rogério E.; COSTA, Cinthia C. **Tarifas agrícolas européia: uma contribuição para sua interpretação.** Brasília, 2005.

GALVÃO, Alberto S.S. **Ciclos econômicos recentes e perspectivas para a região do submédio Vale do São Francisco com ênfase na fruticultura irrigada.** Universidade Federal de Pernambuco-UFPE, Programas de Pós-Graduação em Economia-Dissertação. Recife/PE, 2010.

GENÚ, P. J. C.; PINTO, A. C. Q. **A cultura da mangueira.** Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2002.

GLOBALG.A.P. **Pontos de controle e critérios de cumprimento sistema integrado de garantia da produção.** Versão Portuguesa, 2011. Disponível em <http://www.globalgap.org/cms/front_content> Acesso em 26 de julho de 2011.

HAGUENAUER, Lia. **Competitividade: conceitos e medidas: uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro.** Universidade Federal do Rio de Janeiro UFRJ- Instituto de Economia Industrial, **Texto para Discussão NO. 211**, Agosto de 1989. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/gic/pdfs/1989>> Acesso em 07 de julho. 2011.

HOLANDA, Marcos C. **Dinâmica e determinantes da vantagem comparativa: O Exemplo Asiático.** Texto para Discussão N°230, Universidade Federal do Ceará- UFC, Pós-Graduação em Economia, Fortaleza, 2002. Disponível em: <<http://www.caen.ufc.br/pesquisa/td/pdf>> Acesso em 27 de junho de 2011

IBGE. **Produção brasileira de frutas por unidade da federação**, 2010. Disponível em <<http://ibge.gov.br/estadosat/temas>> Acesso em 27 de jun. de 2011.

JANK, M. S.; NASSAR, A. M. (2000)- **Competitividade. economia e gestão dos negócios agroalimentares.** In: Economia e gestão dos negócios agroalimentares. ZYLBERSTAJN, Décio & NEVES, Marcos F. (organizadores). Pioneira, São Paulo.

KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD; Maurice. **Economia internacional: teoria e política**. São Paulo: Person Addison Wesley, 2005.

LEAMER, E. Eduard e STERN, M. Robert. **Constant-market-share of export growth. Quantitative international economics**. Boston: Allyn and bacon, 1970. Cap.7, p.171- 183.

LIMA, Carlos. **Exportação de mamão bate recorde na Bahia**. Jornal do Povo, *online*, “Agricultura”. Feira de Santana-BA, 27 de jun. de 2011. Disponível em: <<http://www.jornaldapovo.com.br/noticia>> Acesso em 27 de junho de 2011.

MAIA, J. M. **Economia internacional e comércio exterior**. São Paulo: Atlas S.A, 2001.

MAIA, J. D. G. **Instrução Normativa para a Produção de Uva Fina de Mesa**. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA 2002. Disponível em <<http://www.hortibrasil.org.br/galeria>> Acesso em 26 de julho de 2011.

MARTINELLI, Orlando; CAMARGO, José M. **A cadeia de frutas frescas no âmbito das configurações produtivas globais**. Documentos Técnicos- Científicos. Revista Econômica do Nordeste, Fortaleza, v.33, n. 2, abr- jun. 2002. Disponível em:< <http://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF>> Acesso em 26 de Maio de 2011.

MELO, Loiva M. R. **Uvas sem sementes cultivares BRS morena, BRS clara e BRS linda: produção e comercialização de uvas**. EMBRAPA, 2005

MINERVINI, N. **O exportador**. São Paulo: Makron Books Ltda., 2001.

NETO, Carlos A. S. C.; SOARES, Ricardo, P.; POMPERMAYER, Fabiano M.; ROMMINGER, Alfredo E. **Gargalos e Demandas da infraestrutura rodoviária e os investimentos do PAC: mapeamento IPEA de obras rodoviárias**. IPEA- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada- Texto para Discussão N°1592, 2010. Disponível em: < <http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes>> Acesso em 27 de junho de 2011.

NOMURA, E. S.; PENTEADO, L. A.C.; GARCIA, V. A.; DAMATTO Júnior, E. R.; FUZITANI, E. J.; SAES, E. A. **Produção integrada de frutas (PIF) - Banana: futuro ou realidade?** 2010.

OCDE. **Normalização Internacional de produção de frutas e legumes.** 2011. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/48/21/46593102.pdf>> Acesso em 26 de julho de 2011.

OLIVEIRA FILHO, Silvio F. S.; XAVIER, Leonardo F.; COSTA, Ecio de Farias. **A Fruticultura Irrigada do Pólo Petrolina-Juazeiro e a Possibilidade de Acesso a Novos Mercados.** IV Encontro de Economia Baiana- Set. 2008. Disponível em <<http://www.mesteco.ufba.br>> Acesso em 23 de junho de 2011.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO-FAO. **Dados referentes à produção e exportação de frutas.** 2009. Disponível em <<http://faostat.fao.org/site>> Acesso em 23 de junho de 2011.

PAULA, Francisco. Melão, estabilidade programada. Instituto Brasileiro de Frutas (IBF); **Revista frutas e derivados.** Ano 1. Edição 01. Abril de 2 de 2006.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior.** Rio de Janeiro: Campus, 1991.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

REIS, José N. P. *Competitividade das exportações brasileiras de frutas tropicais.* **Revista Científica Administração.** Fortaleza, V.11, n. 1, p. 125-132, ago. 2005.

ROCHA, Luiz Eduardo de Vasconcelos; MENDONÇA, Talles Girardi. **Desempenho das exportações de soja em grão: uma análise de constant-market-share.** In: 42^o Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2004, Mato Grosso. Anais... Mato Grosso: SOBER, 2004. 1 CD-ROM.

RODRIGUES, Suzana B. **Competitividade, alianças estratégicas e gerencia internacional.** São Paulo: Atlas, 1999.

RUGGEIERO, C. **Mamão brasileiro: padrão mundial de qualidade**. 2003. Disponível em <<http://www.hortibrasil.org.br/classificacao/mamao/arquivos/mancha.html>> Acesso em 26 de julho de 2001.

SACHVERSTÄNDIGENRAT ZUR BEGUTACHTUNG DER
GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG, **Jahresgutachten 2011/12:
Verantwortung für Europa wahrnehmen.** Disponível em:
<http://www.sachverstaendigenrat.org> acesso em 1/12/2011

SALES, Rui. Hora de cuidar do melão. In: **Revista frutas e derivados**. Instituto Brasileiro de Frutas, Ano 3. Edição 10. Junho de 2008.

SANTOS, Milton. **Contribuição à compreensão do conceito de competitividade nas organizações**. Universidade de São Paulo - USP, 2003. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semea>> Acesso em 08 de julho de 2011.

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

SILVA, E. A. **Competitividade das exportações de plantas vivas e produtos de floricultura do Ceará e do Brasil no período de 1998 a 2004**. Universidade Federal do Ceará -UFC- Departamento de Economia Agrícola, Fortaleza, 2006.

SILVA, Marcelo V. **Análise de estratégias de diferenciação na cadeia produtiva da manga in natura exportada para o mercado europeu: o caso AGRODAN**. Universidade Federal Rural de Pernambuco- UFRPE, Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural- PADR. Dissertação. Recife/PE, 2008.

SOUZA, Roberta C.; NETO, João A. *Exportações brasileiras de frutas certificadas: Oportunidades de negócios para o empresário rural*. In: ZUIN, Luis F. S.; QUEIROZ Timóteo R. (Org). **Agronegócios: Gestão e Inovação**. São Paulo: Saraiva, 2006.

TURINA, Luís G. P.; BURNQUIST, Heloísa L. **Análise do Impacto de Medidas Sanitárias e Fitossanitárias Sobre Exportações Brasileiras de Alimentos Processados**. SP- Piracicaba, dezembro de 2005. Disponível em < <http://www.cepea.esalq.usp.br/pdfs>> Acesso em 03 de junho de 2011.

VAZQUEZ, J. L. **Comércio exterior brasileiro**. São Paulo: Atlas, 1999.

VECCHIA, P. T. D. **Norma de Classificação para Produção do Melão**. Centro de qualidade hortifruticultura- CEAGESP, 2005. Disponível em <<http://www.hortibrasil.org.br/stories/folders/foldermelao.pdf>> Acesso em 26 de julho de 2001.

VITTI, Aline. **Análise da Competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas no mercado internacional**. Universidade de São Paulo, Dissertação. Piracicaba, 2009. Disponível em < <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa>> Acesso em 03 de junho de 2011.

VITTI, Aline. **Uva lidera ranking das exportações brasileiras de frutas**. Hortifruti Brasil - jan/ fev de 2007. Disponível em: <<http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil>> Acesso em: 25 de jun. 2011.

APÊNDICE A

ROTEIRO I: ENTREVISTAS COM GESTORES DAS EMPRESAS EXPORTADORAS BRASILEIRAS DE FRUTAS (Uva, Manga, Melão e Mamão)

1) Caracterização da empresa

1.1 Nome da empresa: _____

1.2 Nome do gestor: _____

1.3 Função: () proprietário () diretor comercial () gerente () outras funções a especificar

1.4 Localização _____ Ano de criação _____
_____ Numero dos funcionários _____
Além dos empregos diretos, quantos empregos indiretos a empresa estima proporcionar? _____ têm filiais? () não () sim, quantas? _____ onde? _____

1.5 Qual o porte da empresa? () pequena () Média () Grande.

2 . Caracterização do sistema de comercialização

2.1 Mercados de comercialização: mercado interno () _____ mercado externo () _____
porcentagem de atuação no mercado europeu? _____ porcentagem no mercado dos EUA _____ e outros mercados _____

2.2 Quais são os fatores ou prioridade que podem influenciar a empresa a exportar para um determinado país? _____

2.3 Quais são as variedades de frutas *in natura* a empresa produz? _____
_____ quais são os carros chefes _____

2.4 Qual variedade é a mais exportada para o mercado europeu? _____
_____ por quais motivos? _____

2.5 Quais os meses do ano que a empresa exporta as suas frutas *in natura* para mercado europeu?

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
FORT												
MEDI												
FRAC												
NÃO COM.												

2.5 Como são feitas as distribuições dos preços no mercado europeu de frutas *in natura*?

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
FORT												
MEDI												
FRAC												
NÃO EXPO												

2.6 Para quais países da União europeia a empresa exporta suas frutas *in natura* _____

2.7 Quem são os seus compradores no mercado europeu de frutas?

- () Redes de supermercados
- () Atacadistas Distribuidores
- () Category manager
- () Importador Distribuidor
- () Brokers
- () Outros, quais _____

2.8 Quais são os seus concorrentes a nível interno e externo? _____

2.9 Quais são os pontos fortes e fracos dos seus concorrentes?

2.10 Qual é a participação da sua empresa na exportação de frutas in natura para o mercado europeu em relação ao seu estado?

2.11 Como sua empresa compara o poder de transação como mercado importador? ()
Alto () Médio () Baixo

3 . Qualidade Certificada

3.1 Em que medida o mercado europeu interfere com suas exigências nas exportações brasileiras de frutas? _____

3.2 Quais são as principais exigências feitas pelo mercado internacional de frutas? -

3.3 Quais são os padrões de qualidade exigidos pelo mercado importador, na produção até a colheita? _____

3.4 Quais as certificações para as exportações a empresa vem adotando desde a sua criação?

PIF () Sim, ano da 1ª certificação _____

GLOBALGAP () Sim, ano da 1ª certificação _____

APPCC () Sim, ano da 1ª certificação _____

TESCO () Sim, ano da 1ª certificação _____

Orgânica () Sim, ano da 1ª certificação _____

Outros () Sim, ano da 1ª certificação _____

3.5 Quais são os certificados exigidos e os processos para exportação de frutas *in natura* para mercado europeu? _____

3.6 Existe algum tipo do custo gerado pela certificação? () não () sim E como é gerado este custo?_____

3.7 Quais os portos e/ ou aeroportos são utilizados para os produtos que são exportados?_____

3.8 Como as infra-estruturas facilitam ou dificultam na transportaçãõ de frutas exportadas?

3.9 Qual a distribuiçãõ percentual de utilizaçãõ de cada meio de transporte para escoamento de frutas exportado para o mercado internacional? Terrestre ____%

Aéreo ____% Marítimo ____%

3.10 Existem alguns tipos do apoio por parte das instituições publicas para exportaçãõ de frutas? Quais são?__

4. INFLUENCIA DO CAMBIO PARA EXPORTAÇÃO

4.1 Em que medida a taxa do cambio nominal influencia nas exportações das suas frutas?_____

4.2 Para tornar, mas competitivo no mercado a sua empresa empregou algum tipo de tecnologia em alguma fase da cadeia?_____ Que tipo de tecnologia é?_____

4.3 Quais são os principais entraves para exportaçãõ de frutas? E por quê?_____

5. CONTRATOS AFIRMADOS COM OS IMPORTADORES

5.1 Existem algum tipo de critério para escolha dos clientes no mercado externo? () não () sim, quais são? _____

5.2 Como são as relações entre a empresa exportadora e o agente importador? () Formal ou () informal. Caso seja formal, qual das partes define os padrões de contrato? _____

5.3 Existem negociação ou imposição por uma parte da cadeia?

5.4 Qual é a importância do contrato na relação entre os autores da cadeia? _____

5.5 Quais são as principais exigências dos contratos (preços, qualidade, quantidade, prazo e etc.)? _____

5.6 Os contratos são determinados por quanto tempo? _____

5.7 Em que situação o contratos pelas partes? -

5.8 Estes contratos são respeitado por partes das cadeias? () não () sim, porque? _____

5.9 Estes contratos são monitorados? () não () sim, quem monitora?

5.10 No caso da quebra do contrato quem assume os riscos? _____

ROTEIRO II: PRODUTORES

1. PRODUTORES DE FRUTAS

1.1 Discorra de forma geral sobre o sistema de produção das frutas:

1.2 Total da área de produção _____

1.3 Tipos de insumos utilizados na produção: _____

1.4 Em que situação é baseada o planejamento da produção?

- com base no resultado da safra anterior
- Com relação a informações do mercado
- Através dos histórico de produções anteriores
- Através das flutuações do mercado (pedido dos clientes)
- Outros, quais?

1.5 Quais são as etapas do processo produtivo das frutas? _____

1.6 Perante as etapas existem algum tipo de parcerias na realização de alguma etapa? () não

() sim, quais são? _____

APÊNDICE B

1) Como nasceu VALEXPOR?

2)

Ano da sua criação:

3) Têm quantos associados?

4) Que tipos de atores são filhados a Valexport?

5) Qual é função do Valexport?

6) Como a Valexport ajuda os seus associados?

Qual é o seu papel?

7) A Valexport tem sede em outras localidades: não () sim () onde e porque?_____

8)

Valexport tem parceria com algum órgão governamental: não () sim (X), qual órgão e como se dá essa parceria?

9) Qual é a importância da Valexport para os produtores e exportadores de frutas da região?

Os associados da Valexport pagam algumas taxas para ingressar ou mensalidade: não () sim

() quanto é?

10) Quais os níveis hierárquicos da Valexport

Funcionário responsável pelo preenchimento do questionário:

Função do funcionário: