

DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE UVA DE MESA NO PERÍODO 1990 A 2005¹

Aline de Freitas Veloso²
Cynthia Cândida Correa³
Dario de Oliveira Lima-Filho⁴

1 - CONTEXTUALIZAÇÃO

O Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas, de acordo com IBRAF (2003), superado, apenas, pela China e Índia. Entretanto, apesar de se apresentar como um dos maiores *players* produtores mundiais de frutas e ter ganhado dinamismo no mercado interno e internacional, nos últimos anos, o Brasil tem participação pouco expressiva no cenário internacional - aproximadamente 1% das exportações. Um dos fatores responsáveis pela fraca inserção do País no mercado externo é a atratividade das vendas domésticas, o que faz com que mais de 50% da fruta produzida, tanto para consumo *in natura*, quanto para o processamento de suco, seja absorvida pelo mercado interno. Outro fator que impõe dificuldade ao comércio internacional de frutas é a não adequação dos frutos quanto aos padrões de qualidade exigidos internacionalmente (SEBRAE, 2001).

A uva é uma das frutas mais consumidas no mundo, tanto *in natura* quanto na forma de suco (TARSITANO, 2001). A produção brasileira de uva está voltada, basicamente, para dois mercados com características peculiares: vinhos/sucos e uva de mesa. Quanto ao comércio internacional da fruta de mesa, a tendência é a crescente demanda por produto sem semente que, rapidamente, vem conquistando consumidores europeus, sobretudo na Inglaterra, onde alguns supermercados têm dado preferência a aquisições des-

se tipo de produto (TONDATO, 2006).

A exportação de frutas brasileiras - manga, melão, mamão e uva, entre outras - tem tido crescimento considerável nos últimos anos. Parte desse sucesso é resultado da campanha de divulgação feita por exportadores no exterior. A outra parte deve-se, sem sombra de dúvida, à evolução das embalagens utilizadas para a exportação (TODAFRUTA, 2007). Contudo, tem-se como problema central para a exportação de frutas brasileiras: o grande desafio de transformar a imagem do Brasil de um produtor de frutas exóticas para um supridor mundial reconhecido de frutas tropicais, subtropicais e, também, temperadas.

Para este estudo, o objetivo geral é analisar o desempenho do setor exportador brasileiro de uvas de mesa no período de 1990 a 2005. Visando atingir tal objetivo, especificamente pretende-se: 1) descrever a evolução do setor exportador brasileiro e 2) analisar e quantificar o desempenho das vendas externas de uvas de mesa, segundo indicadores selecionados (desempenho e eficiência).

2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 - Desenvolvimento da Produção Brasileira de Frutas

O Brasil, em 2006, destaca-se como o terceiro maior produtor mundial de frutas, com uma área cultivada de cerca de 2,8 milhões de hectares e uma produção de 43 milhões de toneladas anuais de frutas, o que lhe permite abastecer o mercado interno com 21 milhões de toneladas e exportar o restante (IBRAF, 2003). Com um clima favorável e presença em todos os estados brasileiros, o agronegócio da fruticultura é uma atividade em crescimento, com potencial para ampliar os atuais 5,6 milhões de empregos diretos que gera, bem como sua atual contribuição

¹Artigo desenvolvido como requisito da disciplina Introdução ao Agronegócio do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PPAGRO/UFMS). Registrado no CCTC, IE-82/2008.

²Bacharel em Gestão do Agronegócio, Bolsista CNPq (e-mail: alineveloso@agronegocio.org).

³Administradora (e-mail: cynthiacandida@yahoo.com.br).

⁴Administrador, Doutor, Professor Associado da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) (e-mail: dolima@nin.ufms.br).

para o PIB nacional (MAPA, 2007).

O desenvolvimento brasileiro no setor se deve a uma maior consciência dos produtores e a propaganda da fruta produzida no Brasil. Na lista de principais clientes do País estão os Países Baixos, Reino Unido, Argentina, Espanha, Estados Unidos, Uruguai, Portugal, Emirados Árabes, Alemanha e Canadá (TODAFRUTA, 2007).

Apesar da diversidade de frutas que dispõe, o Brasil precisa avançar muito no setor. Para manter a fruticultura brasileira promissora, é fundamental investimentos em inovação tecnológica, com novos materiais genéticos e sistemas de produção mais adequados, o que é possível, em curto espaço de tempo, se forem aplicados recursos em programas de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Os resultados advindos desses processos poderão contribuir para tornar as cadeias produtivas da fruticultura brasileira mais bem preparadas para o cenário cada vez mais internacionalizado, inovador e competitivo.

A fruticultura no Brasil experimentou, nas últimas décadas, notável expansão da área colhida, com incorporação de frutas nativas e exóticas e mudanças gradativas no cenário de produção. A comercialização dirigida quase que exclusivamente para o mercado interno, deu lugar à conquista de mercados externos, o que foi determinante para a melhoria dos sistemas produtivos e da qualidade das frutas.

2.2 - Cenário da Viticultura no Mundo e no Brasil

A produção mundial de uva de mesa encontra-se estabilizada nos últimos anos, chegando a mais de 65 milhões de toneladas em 2005, sendo que os maiores produtores, em ordem crescente, nesse mesmo ano são: Itália, França, Estados Unidos, Espanha, China, Turquia, Irã, Argentina, Chile e Austrália (Tabela 1). O Brasil se encontra em 13^o no *ranking* mundial de produção de uva (FAO, 2007).

O IBRAF (2003) relata que, em 2005, cerca de 62 milhões de toneladas foram destinadas ao consumo *in natura*, em 1990, foram 44 milhões de toneladas. De acordo com a FAO (2007), pode-se observar que em 1990, os Estados Unidos eram o maior consumidor de uva de mesa, já em 2005 a China passou a ocupar a 1^a posição no *ranking* dos maiores consumidores

desse produto, com 6,4 milhões de toneladas consumidas.

Foram exportadas no mundo, em 2005, 22,5 milhões de toneladas de uva de mesa, estando a Itália e o Chile, com exportações de 3,3 milhões de toneladas e 1,7 milhão de toneladas, respectivamente, liderando o mercado em termos de volume exportado (FAO, 2007). Dentro desse contexto, o Chile merece destaque, pois aumentou o volume exportado de uvas frescas de 772 mil toneladas, em 1990, para 1,67 milhão de toneladas, em 2005, enquanto os Estados Unidos são o maior importador de uvas com 16,73% das importações totais, 2,039 milhões de toneladas, em 2005 (FAO, 2007). São, ainda, importantes países importadores de uvas de mesa: Alemanha, França, Canadá e Reino Unido (MELLO, 2005).

A partir de 2000, houve um forte movimento ascendente de exportação de uva de mesa brasileira, até atingir em 2005 um volume recorde de 51 mil toneladas (SECEX, 2007). Em 2004, observou-se uma redução dos volumes exportados da ordem de 23% em relação ao ano anterior, decorrente de problemas climáticos (excesso de chuvas) que provocaram menor disponibilidade de oferta de uva com padrões de qualidade para exportação, segundo SECEX (2007).

Conforme Vieira et al. (2002), os cinco principais destinos da exportação brasileira fazem parte da União Européia, destacando-se os Países Baixos, grande centro redistribuidor de frutas, seguidos pelo Reino Unido, Alemanha e Bélgica, que compraram 92% do volume total da fruta exportada. Na América do Norte, destacam-se os Estados Unidos, e no âmbito do MERCOSUL, a grande compradora é a Argentina.

Com relação às importações brasileiras de uvas de mesa, conforme Araújo (2004), com a implantação do Plano Real elas cresceram expressivamente, passando de 8.400 toneladas, em 1994, para mais de 26 mil toneladas, em 1998. Com a desvalorização cambial registrada em 1999, as importações de uva de mesa vindas da Argentina e do Chile, principais fornecedores do País, diminuíram. Durante o ano, os maiores volumes são importados de março a maio (cerca de 60% do total), embora existam importações em todos os meses, sendo os menos expressivos agosto e novembro, inferior a 2% em cada um deles (ARAÚJO, 2004).

Segundo o mesmo autor, o mercado brasileiro de uvas de mesa é um dos mercados

TABELA 1 - Produção Mundial de Uva de Mesa, por País, 1990 a 2005
(1.000t)

Ranking	País	1990	2000	2002	2005
1º	Itália	8.438	8.870	7.394	8.554
2º	Estados Unidos	5.136	6.974	6.658	7.099
3º	França	8.205	7.763	6.853	6.793
4º	China	961	3.373	4.564	6.616
5º	Espanha	6.474	6.540	5.935	6.067
6º	Turquia	3.500	3.600	3.500	3.650
7º	Irã	1.424	2.505	2.704	2.800
8º	Argentina	2.342	2.460	2.360	2.708
9º	Chile	1.171	1.900	1.750	2.250
10º	Austrália	824	1.311	1.754	2.027
13º	Brasil	805	1.024	1.149	1.247
Outros		305.440	518.723	556.902	521.332
Total		343.420	555.043	601.523	569.143

Fonte: FAO (2007).

que mais cresceram no País. O consumo *per capita* deste produto no Brasil subiu de 0,4kg/hab./ano, no início da década de 1980, para quase 2,7kg/hab./ano, em 2001, e esta tendência deve se manter nos próximos anos. A produção nacional de uva destinada ao mercado doméstico é hoje totalmente absorvida.

Segundo IBGE (2007), a área cultivada de uva no Brasil sofreu um incremento de 3,5%, em 2005 (73,2 mil ha) em relação a 2004 (71,6 mil ha). Em contraponto, houve queda na produção de 2,7% em relação a 2004, pois a produtividade média de uva no Brasil, na safra 2005 foi de 16,8t/ha, ou seja, 6,4% menor que em 2004 (18,1t/ha). Essa queda na produtividade pode ser atribuída ao plantio de variedades sem semente no Nordeste e às novas variedades vinícolas cultivadas no Rio Grande do Sul, ambas menos produtivas (ARAÚJO, 2004).

De acordo com Araújo (2004), os principais pólos de produção e comercialização de uvas de mesa no Brasil são os seguintes: Alto Uruguai, localizado em áreas dos Estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina; Região Central do Paraná; Região de Marialva, que é o maior pólo de produção de uva do Paraná; Região de Jundiá (São Paulo); Região de São Miguel Arcanjo (São Paulo); Região de Jales (São Paulo); Região do Vale do São Francisco, assentada em terras de Pernambuco e Bahia. Conforme o autor, todos esses pólos escoam sua produção para o mercado local, regional e extra-regional (nacional),

sendo que alguns destes, como é o caso da região do Submédio São Francisco, também comercializa seu produto no mercado internacional.

Na tabela 2, fica nítida a preponderância da produção vitícola no Rio Grande do Sul, cuja aptidão é predominantemente vinícola (cerca de 95% da produção nacional de vinhos). A segunda área localiza-se em São Paulo, onde a principal finalidade é a produção de uva de mesa. Também merecem destaque as áreas irrigadas de viticultura tropical na região nordestina. Em Pernambuco, a área colhida passou de 2,9 mil hectares, em 2000, para 3,4 mil hectares, em 2003. E a Bahia constitui-se, atualmente, em importante região produtora, com 2,9 mil hectares (IBGE, 2007).

Entretanto, segundo Araújo (2004), quando se trata de mercado internacional o pólo de produção de uva de mesa que merece destaque é o do Submédio São Francisco, visto que essa zona de produção, que possui atualmente cerca de 5.000 ha implantados com uvas de mesa, é responsável por aproximadamente 80% das exportações brasileiras. Contudo, segundo o autor, é importante comentar que ainda é muito pequena a participação brasileira no comércio internacional dessa fruta, visto que somente é exportado cerca de 4% da produção nacional, enquanto o Chile envia para o mercado externo 40% do que produz. Atualmente, as uvas sem sementes vêm demonstrando uma tendência preferencial nos grandes mercados internacio-

TABELA 2 - Estados Brasileiros Maiores Produtores de Uva de Mesa, Período 1990 a 2005
(em t)

Estado	1990	2000	2004	2005
Rio Grande do Sul	538.705	532.553	696.599	611.868
São Paulo	126.224	198.018	193.300	190.660
Pernambuco	14.483	86.078	152.059	150.827
Bahia	14.308	68.292	85.910	109.408
Paraná	36.000	80.407	96.662	99.253
Santa Catarina	70.805	40.541	46.007	47.971
Minas Gerais	3.183	12.549	13.068	14.389
Brasil	804.774	1.024.482	1.291.382	1.232.564

Fonte: IBGE (2007).

nais, em função do aumento vertiginoso no consumo desse tipo de uva (ARAÚJO, 2004). No entanto, a viticultura brasileira ainda está voltada para a produção de uvas com sementes, o que certamente coloca o Brasil em desvantagem. Os grandes exportadores de uvas sem sementes não têm a capacidade de fornecimento durante o ano todo. Em alguns períodos do ano, têm surgido oportunidades para que países não tão importantes na produção de uvas sem sementes possam entrar com o seu produto no mercado internacional e, nesse contexto, pode-se inserir a produção brasileira, aproveitando algumas “janelas de mercado”, que vão de outubro a janeiro (VIEIRA et al., 2002).

Com relação à forma de organização e funcionamento dos principais mercados internacionais que absorvem a uva de mesa do Brasil, no caso o europeu e o norte-americano, constata-se que, a cada dia, aumenta a pressão sobre as empresas exportadoras, tanto no tocante ao desempenho do produto, como do serviço que acompanha o mesmo. O mercado internacional de uva de mesa é muito competitivo e requer regularidade de fornecimento. As principais exigências dos exportadores referem-se à qualidade da fruta, de acordo com as preferências locais dos consumidores. Além de barreiras fitossanitárias, deverá haver esforços para superar barreiras tarifárias, quotas de importação, concorrência de produção subsidiada e preferências comerciais. Essa situação exige que as empresas produtoras e exportadoras de uvas de mesa do Brasil procurem reformular suas estratégias produtivas e comerciais se quiserem se manter e/ou ampliar sua participação no mercado internacional.

2.3 - Desempenho de Mercado

De acordo com Faria (2004), o comércio exterior se desenvolveu em consequência natural da expansão geográfica mundial, do aumento da necessidade de consumo e da escassez de recursos necessários para a produção de alguns bens. Isso fez com que cada país explorasse os recursos que possuíam em abundância e produzisse um excedente que pudesse ser exportado. Essas práticas de exportação foram evoluindo e proporcionando diversas vantagens para os agentes envolvidos nesse intercâmbio.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES, 1991), Coutinho e Ferraz (1994), Gonçalves (1987), Kennedy et al. (1997) e Jank (1995) discorrem a respeito do comércio internacional e dos intercâmbios internacionais como formas de relações que têm surgido e que poderiam beneficiar tanto os países exportadores como os importadores. A idéia inicial era que os exportadores pudessem obter vantagens com aumento na produção voltada para a exportação, o que provocaria a geração de emprego e divisas para a aquisição de bens dos quais estes exportadores não produziam. Já os importadores ganhariam através do aumento de bem-estar, pois elevariam seus níveis de consumo importando os bens escassos a preços mais viáveis.

No entanto, segundo Faria (2004), existem fatores internos em cada país que inibem o livre comércio e, conseqüentemente, reduzem a capacidade de os países aproveitarem os possíveis benefícios desse comércio. Isso ocorre, porque existem pressões de grupos de interesse que, por problemas e ineficiência estruturais, possuem baixa competitividade em relação às indús-

trias estrangeiras de determinados produtos e que por isso esses grupos podem se sentir prejudicados. Em função disso, os governos são pressionados a intervirem por meio de inúmeras restrições às importações de cunho protecionista. Essas ações governamentais prejudicam o comércio internacional como um todo representando uma imperfeição no mercado (FARIA, 2004).

Em síntese, a competitividade internacional de um país em um determinado mercado é, atualmente, definida a partir de um conjunto de elementos, muitos deles de difícil mensuração. Mais do que simplesmente basear-se em um conjunto de recursos disponíveis, os países são estimulados a buscar parâmetros mais abrangentes de quais são, de fato, os elementos que podem favorecer uma inserção mais competitiva no mercado externo.

As mudanças verificadas nas últimas décadas implicaram alteração no comportamento produtivo e competitivo das organizações. Nesse contexto, as empresas estão aprimorando a sua capacidade competitiva através da implementação de novas estratégias, assim como novas técnicas de gerenciamento e negociação. A vantagem competitiva da empresa resulta da estratégia adotada por ela, mas sob influência de fatores ambientais propulsores.

De acordo com Souza (2002), a competitividade das empresas não depende somente delas; é uma resultante do desenvolvimento de capacidades e potencialidades dinâmicas, condicionadas à presença de fatores ambientais específicos, envolvendo aspectos institucionais, comportamentais, tecnológicos, organizacionais, dentre outros, relacionados, também, a ações individuais, mas considerada sob um contexto sistêmico. Portanto, depende da capacidade de articulação das empresas com os demais integrantes de sua cadeia de atividades. Portanto, competitividade, segundo Farina (1999), pode ser explicado como a capacidade de a empresa sobreviver e, de preferência, crescer em mercados correntes ou novos.

Assim sendo, no período mais recente, têm ocorrido muitos esforços no sentido de compreender, teoricamente, os mecanismos que afetam a competitividade de um país ou setor específico. Constatou-se, a partir desse contexto, que a competitividade é um conceito multidimensional e integrado, e que sua compreensão depende do intercâmbio de uma série de fatores que se complementam e intercambiam. Dessa forma, "o termo

competitividade, embora faça parte obrigatória do vocabulário contemporâneo de políticos, empresários, lideranças sindicais e patronais, entre outros, encontra nas literaturas científicas especializada várias interpretações diferentes. Diferentes são também as formas pelas quais os pesquisadores vêm tentando mensurar esta competitividade e identificar os principais fatores que a afetam" (BRAGA; REIS, 2003).

Em outras palavras, o conceito de competitividade vem sendo abordado, em análises e pesquisas científicas, sob diversas perspectivas. Haguenuer (1989), Faria (2004) e Silva (2005) discorrem bastante sobre o tema e organizam vários conceitos de competitividade em dois grupos fundamentais. Em primeiro lugar, discute o tema sob a perspectiva da eficiência: nessa versão, busca-se traduzir a competitividade através da relação insumo-produto praticada pela firma, e na capacidade da empresa de converter insumos em produtos com o máximo de rendimento.

Em segundo, os autores discutem a competitividade como desempenho: para eles, a competitividade é expressa na participação no mercado (*market share*) alcançada por uma firma em um mercado em um dado momento do tempo. A participação das exportações da firma ou indústria no comércio internacional total da mercadoria apareceria como seu indicador mais imediato, em particular no caso da competitividade internacional. Embora seja interessante a avaliação combinada dessas duas formas de entendimento, a medição *ex-post* é privilegiada quando se fala em medição do desempenho. Na prática, esse argumento se justifica pelo entendimento de que, embora se trate de uma análise *a posteriori*, as informações geradas podem servir de subsídio ao desenvolvimento de medidas que visem à superação de entraves setoriais.

Já a *performance* ou desempenho no mercado refere-se aos resultados finais atingidos pelas empresas em função da estrutura e da conduta do mercado no qual se encontram (SHERER; ROSS, 1980). Resultados que medem o caráter dos ajustamentos feitos pelas empresas à demanda efetiva por seus produtos, no caso de empresas ofertantes, correspondendo ou não às expectativas das empresas. Dessa forma, os estudos sobre desempenho devem sempre analisar os resultados obtidos. O desempenho industrial é, portanto, uma variável *ex-post*, ou seja, é analisado apenas após ter acontecido.

Vários são os aspectos relevantes propostos para se quantificar o desempenho de uma indústria ou um setor. Entre eles estão a eficiência técnica, que se refere ao grau em que os produtos são fabricados em plantas e empresas com tamanho eficiente; eficiência alocativa; associação entre preços e custos marginais; resultados advindos da inovação; relação entre custos de venda e custos de produção, que reflete os resultados promocionais; progressividade nas técnicas de produção; desempenho do produto no mercado; dentre outros. A análise de desempenho também privilegia aspectos relacionados à contribuição das indústrias para geração e manutenção de empregos (PINHO; VASCONCELLOS, 2003).

Desse modo, nesta pesquisa optou-se por selecionar um conjunto de indicadores de desempenho que permitam, através de sua análise conjunta, a percepção da evolução da competitividade brasileira no mercado internacional de uva de mesa e a observação de seus fatores determinantes.

3 - MATERIAL E MÉTODO

Este estudo caracteriza-se como sendo uma pesquisa empírico-analítica (MARTINS, 1993). Dentre os diversos pontos apontados pelo autor, os que melhor se adaptam a esta pesquisa são: 1) utilização de técnicas de coleta, tratamento e análise marcadamente quantitativas com uso de medidas de procedimentos estatísticos; 2) os dados e informações são codificados em categorias numéricas; 3) utiliza técnicas descritivas que usam categorias nominais com definição operacional dos termos; 4) o referencial teórico é apoiado por autores clássicos; 5) o tratamento do tema e a definição de variáveis, sejam independentes, dependentes ou definidas como funções; 6) a fundamentação teórica aparece na forma de revisão bibliográfica, com elementos que ajudam a formulação dos “contrutos” e variáveis definidas no estudo.

Assim, o desenvolvimento do estudo se dará de forma descritiva e explicativa do setor exportador de uvas de mesa brasileiro. As considerações de Vergara (2003) relatam que um estudo descritivo expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno, podendo, também, estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Nesse sentido, não tem

compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal. Já uma pesquisa explicativa, segundo a mesma autora, tem caracterizado como principal objetivo tornar algo inteligível e justificar-lhe os motivos, visando esclarecer quais fatores contribuem, de alguma forma, para a ocorrência de determinado fenômeno. Para a coleta de dados utilizou-se de uma abordagem documental e todos os dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa foram obtidos junto ao sistema Aliceweb, disponibilizado pelo (MAPA, 2007), na base do FAO (2007) e do IBGE (2007). Também foram consultados sites brasileiros que tratam sobre o tema, mídia impressa especializada em fruticultura e sites e documentos oficiais do governo brasileiro.

A técnica para análise de dados será estatística, medindo-se três indicadores de desempenho que melhor se adaptam a abordagem do estudo, quais sejam: Coeficiente de exportação, *market share* doméstico e taxa de auto-suprimento.

Para a técnica de análise, com vistas a atender aos objetivos propostos nesta pesquisa, a análise e a quantificação da evolução e comportamento das vendas de uvas de mesa serão realizadas através do cálculo dos indicadores: Coeficiente de exportação, *market share* doméstico e taxa de auto-suprimento.

Os indicadores selecionados na primeira parte da avaliação são do tipo absoluto, já que o estudo trata da competitividade setorial de um país, no caso, o Brasil. O primeiro indicador de desempenho utilizado é dado pelo coeficiente de exportação; ou seja, traduz uma relação exportações/faturamento. Esse indicador mostra a parcela do faturamento do setor que é obtido através de suas exportações.

$$I_i = \frac{X}{W} \quad (1)$$

em que:

X = Exportações totais de uvas de mesa, em dólar (US\$);

W = Faturamento total da atividade selecionada, em dólar (US\$).

O segundo indicador de desempenho selecionado consiste na parcela do faturamento total do setor pertencente ao país selecionado na pesquisa. Este indicador é chamado de *market share* doméstico e é expresso como sendo:

$$I_2 = \frac{W_i}{W} \quad (2)$$

em que:

W_i = Valor da produção do País selecionado, por atividade frutícola, em dólar (US\$);

W = Valor da produção mundial da atividade, em dólar (US\$).

O terceiro indicador de desempenho selecionado é a taxa de auto-suprimento ou grau de engajamento, que representa a parcela da demanda interna atendida pela produção doméstica.

$$I_3 = \frac{P_i}{D_i} \quad (3)$$

em que:

P_i = Produção de uvas de mesa da região analisada, em toneladas (t);

D_j = Demanda interna total por uvas de mesa, em toneladas (t).

Neste trabalho, o período total analisado foi dividido em três subperíodos, de forma a representar momentos importantes da macroeconomia brasileira. Essa subdivisão procura detectar alterações na estrutura das exportações, quando a economia passa por mudanças significativas.

Período I - 1990-1993 - início da década de 1990, representando a estrutura das exportações nos primeiros anos após o início da abertura comercial;

Período II - 1994-1999 - período de implantação do Plano Real até a desvalorização cambial, em 1999;

Período III - 2000-2005 - período mais recente, representando a situação atual da inserção brasileira.

4 - DISCUSSÃO E RESULTADOS

Todos os dados utilizados para este estudo foram encontrados nos sites da FAO, do MDIC, utilizando o sistema Aliceweb, e no IBGE, com exceção dos valores referentes ao Valor da Produção Brasileira em dólar, que é uma *proxy* do preço por tonelada exportada no Brasil multiplicado pela quantidade produzida.

Analisando os índices da produção e exportação de uva (Tabelas 3 e 4), nota-se que a produção brasileira, tanto em quantidade, quanto em valor, cresceu 59% e 173%, respectivamente,

enquanto em termos mundiais pode-se observar crescimento de 26% e 86%, no período entre 1990 e 2005. Quanto às exportações, o Brasil também apresenta vantagens se comparado às exportações mundiais, principalmente porque, no início da década de 1990 a quantidade exportada pelo país era extremamente pequena em relação às exportações mundiais da fruta.

Quando o coeficiente de exportação (exportações/faturamento) é calculado, apresentam-se oscilações durante todo o período analisado, somente o ano de 1993, o período de 1995 a 1997 e o ano de 2004 apresentaram taxas decrescentes (Figura 1). No primeiro período de análise (1990-1993), que representa a estrutura das exportações nos primeiros anos após o início da abertura comercial, nota-se que de 1990 a 1992, o coeficiente cresceu 229% alcançando um pico de participação neste último ano. Em 1993, decresceu 82%, passando de 0,842 para 0,150, isso se deve à inadequação de qualidade do produto brasileiro e à taxa de câmbio desfavorável para a exportação, ocasionando incremento da oferta interna brasileira de uvas de mesa.

De 1994 a 1999, período de implantação do Plano Real até a desvalorização cambial, o coeficiente de exportação apresentou ligeiras modificações em seus valores, mas, no período, isso representou queda de, em média, 8% no índice.

Em 1999, a mudança no regime cambial favoreceu as exportações e desestimulou as importações, eliminando os saldos negativos na balança comercial nos anos subseqüentes. Desde então, o câmbio tem sido fonte de sustentação dos preços agrícolas brasileiros.

A partir desse mesmo ano, o índice de exportação brasileiro aumentou vertiginosamente e isso se justifica pela adequação dos pólos produtores de uva brasileiros às exigências internacionais e à entrada em janelas de mercado. A região do Vale do São Francisco, que tem sua produção voltada quase que totalmente para o mercado externo e condições edafoclimáticas favoráveis, contribuiu para a produção e a comercialização em todos os períodos do ano.

Em 2004, a queda apresentada no coeficiente de exportações é acentuada e isso se justifica pela quebra de safra ocorrida no ano anterior, devido as chuvas ocorridas no nordeste brasileiro. Em anos anteriores, naquela região, foram incorporadas variedades de uvas sem sementes,

TABELA 3 - Produção Mundial e Brasileira de Uva de Mesa, 1990 a 2005

Ano	Produção mundial				Produção brasileira		
	Quantidade (1.000t)	Var. %	Valor (US\$ milhão)	Var. %	Quantidade (1.000t)	Var. %	Valor (US\$ FOB)
1990	51.876,54		5.365,95	-	786		955.441,68
1991	47.950,17	-8	4.153,13	-22,60	648	-18	1.362.995,09
1992	58.290,74	22	4.976,76	19,83	800	23	890.984,88
1993	53.654,98	-8	4.368,29	-12,23	786	-2	912.102,68
1994	52.820,75	-2	4.418,82	1,16	801	2	962.193,15
1995	53.865,23	2	4.739,52	7,26	837	4	1.247.840,89
1996	56.817,18	5	5.186,00	9,42	731	-13	1.018.927,19
1997	56.420,51	-1	5.304,68	2,29	856	17	1.103.916,62
1998	55.396,58	-2	4.761,60	-10,24	736	-14	973.490,52
1999	59.029,93	7	5.254,72	10,36	868	18	925.424,27
2000	62.720,29	6	6.197,93	17,95	979	13	996.385,85
2001	58.806,80	-6	5.535,68	-10,69	1.063	9	1.109.471,21
2002	59.746,22	2	5.977,15	7,97	1.121	5	1.436.473,03
2003	61.171,80	2	6.730,15	12,60	1.055	-6	1.681.118,26
2004	64.916,67	6	7.111,78	5,67	1.282	22	2.346.130,66
2005	65.470,92	1	9.966,49	40,14	1.247	-3	2.611.946,55
Var. %	26	-	86	-	59	-	173

Fonte: Elaborada pelos autores com base em IBGE (2007) e FAO (2007).

TABELA 4 - Exportação Mundial e Brasileira de Uva de Mesa, 1990 a 2005

Ano	Produção mundial				Produção brasileira		
	Quantidade (1.000t)	Var. %	Valor (US\$ milhão)	Var. %	Quantidade (1.000t)	Var. %	Valor (US\$ FOB)
1990	15.586,55			1.612,23	2		2.242,45
1991	18.460,27	18	18	1.598,91	3	56	6.062,73
1992	19.053,89	3	3	1.626,79	7	139	7.662,05
1993	20.439,10	7	7	1.664,04	1	-82	1.456,76
1994	22.510,92	10	10	1.883,19	7	465	8.523,82
1995	22.188,94	-1	-1	1.952,37	7	-4	10.123,07
1996	22.686,10	2	2	2.070,68	5	-33	6.296,22
1997	24.166,94	7	7	2.272,19	4	-18	4.779,96
1998	25.537,45	6	6	2.195,07	4	19	5.823,33
1999	25.827,50	1	1	2.299,11	8	83	8.613,79
2000	25.323,52	-2	-2	2.502,44	14	78	14.611,00
2001	26.485,88	5	5	2.493,21	21	44	21.595,02
2002	26.925,85	2	2	2.693,73	26	28	33.840,43
2003	28.496,26	6	6	3.135,17	38	43	60.004,63
2004	30.056,51	5	5	3.292,77	29	-23	52.808,05
2005	22.509,10	-25	-25	3.426,51	51	78	107.284,77
Var. %	44	-	-	113	2676	-	4.684

Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2007) e FAO (2007).

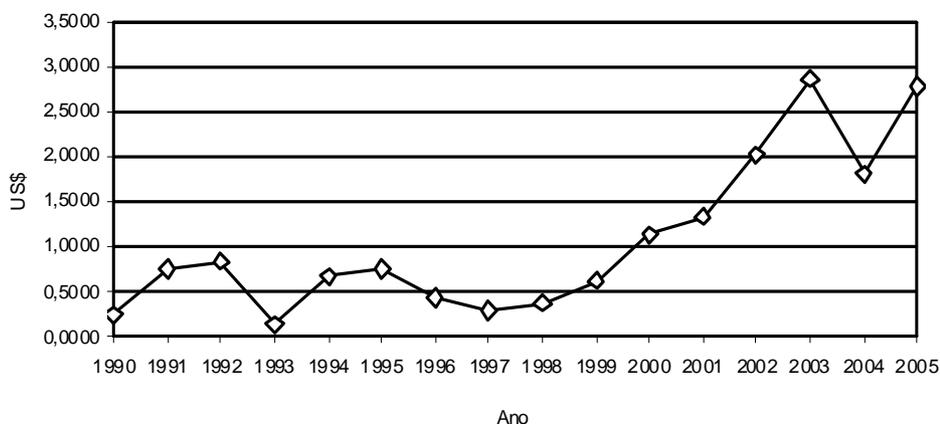


Figura 1 - Coeficiente das Exportações Brasileiras de Uva de Mesa, 1990 a 2005.
Fonte: Dados da pesquisa.

em atendimento à demanda internacional, porém, essas variedades apresentam produtividades por hectare menores em relação aos cultivares com semente. Devido à queda de produção e de qualidade dos frutos, e também à valorização cambial, os produtores brasileiros preferiram atender o mercado interno em detrimento das exportações (SILVA; VERDI; FRANCISCO, 2007).

O *market-share* doméstico (MSD) (Figura 2), medido pelo valor da produção de uva do Brasil sobre o valor da produção mundial em mil dólares, indicou que o Brasil, mesmo estando entre os maiores produtores, tem pouca representatividade no cenário mundial. No ano de 1990, o índice indicava 0,18%, já, em 2005, ficou em torno de 0,26%.

Observou-se que a participação brasileira na produção mundial de uva aumentou entre os anos de 1990 e 2005. Esse aumento da produção brasileira foi verificado, principalmente, a partir de 2000, quando as regiões produtoras focaram suas expectativas no mercado externo e realizaram modificações em seu sistema produtivo (com melhores cultivares, sem semente, e inovação tecnológica) para atendimento das exigências internacionais. Anteriormente a esse ano, verificou-se aumento do MSD em 1991, em relação a 1990, e ascensão do índice no período 1992 a 1995.

Apesar do crescimento do valor produtivo brasileiro no período analisado, o Brasil é pouco representativo perante o valor da produção mundial.

O terceiro indicador analisado, a taxa de auto-suprimento (Figura 3), representa a parcela da demanda interna atendida pela produção

doméstica. Ao se observar a figura, nota-se que o Brasil é auto-suficiente em produção de uva, tanto que o índice apresenta valores altos em todo o período analisado, mesmo oscilando. A produção corresponde a 1,5 e 2,5 vezes mais do que o consumo brasileiro, gerando excedentes exportáveis e ainda outros produtos pertencentes à cadeia produtiva.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se que, apesar do crescimento da participação da uva brasileira no comércio internacional, a produção é, em grande parte, focada para a demanda interna e para produção de outros derivados da cadeia.

A baixa participação brasileira no mercado internacional é contraditória com a capacidade produtiva e potencial físico de produção, dada a área agricultável e as tecnologias de produção disponíveis.

O consumo interno de uva é suprido completamente pela produção, ou seja, produz mais do que o mercado interno absorve, gerando excedentes exportáveis.

Em relação à produção mundial, o Brasil, mesmo sendo pouco representativo ao que é produzido no restante do mundo, apresentou crescimento da ordem de 58%, no período analisado.

A necessidade de mudança no tratamento dispensado pelos formuladores de políticas públicas à viticultura brasileira é evidente e o fraco desempenho nacional no comércio mundial é a prova disso. A situação dessa fruta põe em

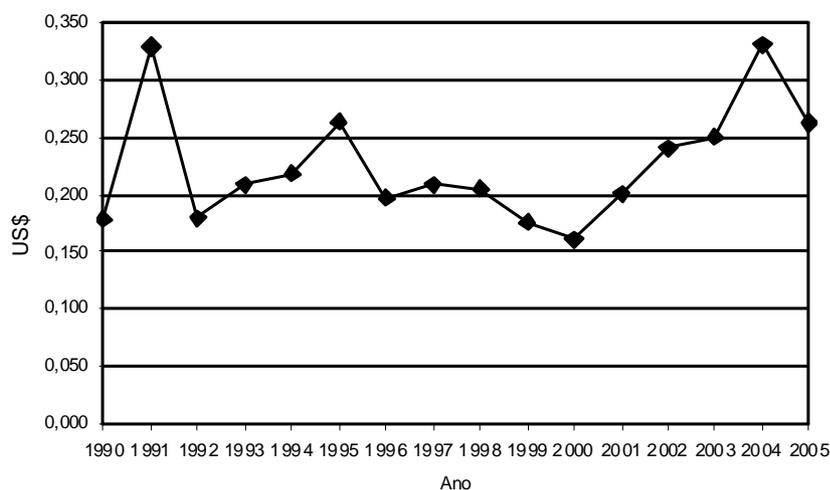


Figura 2 - Market Share Doméstico, 1990 a 2005.
Fonte: Dados da pesquisa.

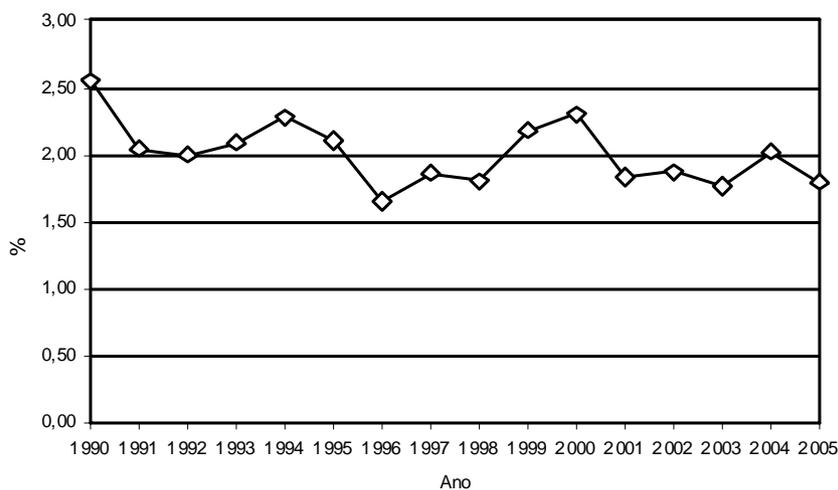


Figura 3 - Taxa de Auto-suprimento de Uva de Mesa, Brasil, 1990 a 2005.
Fonte: Dados da pesquisa.

evidência a enorme dificuldade que será transformar o País de um mero coadjuvante em um exportador importante de uva.

O surgimento de pólos produtores em alguns estados, fundamentados em padrões tecnológicos que permitem elevados rendimentos e maior qualidade, possibilitou diminuir a produção de subprodutos da cadeia e potencializar a uva de mesa como produto final.

As exportações nacionais de uva aumentaram sua participação na balança comercial brasileira a partir da percepção dos produtores em focar as exigências dos mercados internacionais. Assim, a região do Vale do São Francisco, com produção irrigada e condições edafoclimáticas mais apropriadas, destacou-se como grande exportadora (cerca de 80% do que é produzido).

LITERATURA CITADA

ARAÚJO, J. L. P. Mercado, comercialização, custos e rentabilidade. In.: LEÃO, P. C. de S. (Org.). Cultivo da videira.

Petrolina: **Embrapa Semi-Árido/Sistemas de Produção**, n. 1, jul. 2004. Disponível em: <systemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Uva/CultivodaVideira/custos.htm>. Acesso em: 18 maio 2007.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - BNDES. **Competitividade**: conceituação e determinantes. Brasília (DF): BNDES, 1991. 26 p. (Texto para Discussão, n. 2).

BRAGA, M. J.; REIS, B. dos S. **Administração financeira em empresas agroindustriais**. Viçosa (MG): UFV, 2003. Apostila.

COUTINHO, L. G., FERRAZ, J. C. (Coord). **Estudo da competitividade da indústria brasileira**. 2. ed. Campinas (SP): Papyrus/UNICAMP, 1994. 510 p.

FARIA, R. N. **Efeitos da imposição de barreiras não-tarifárias nas exportações brasileiras de mangas**. 2004. 127 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada)- Departamento de Economia Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, 2004.

FARINA, E. M. Q. Competitividade e coordenação dos sistemas agroindustriais: a base conceitual. In: JANK, M. S. et al. **Agribusiness do leite no Brasil**. São Paulo: IPEA, 1999.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO. **Statistical databases**. Disponível em: <<http://www.fao.org>>. Acesso em: mar./ jun. 2007.

GONÇALVES, R. Competitividade internacional, vantagem comparativa e empresas multinacionais: o caso das exportações brasileiras de manufaturados. **Pesquisa e Planejamento Econômico**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 411-436, ago. 1987.

HAGUENAUER, L. **Competitividade**: conceitos e medidas; uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro. Rio de Janeiro: UFRJ/ IEI, 1989. 21 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo Agropecuário**: Pesquisa Pecuária Municipal. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 18 maio 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTAS - IBRAF. **Dados sobre exportações em 2003**. Disponível em: <<http://www.ibraf.org.br>>. Acesso em: 18 maio 2007.

JANK, M. S. Mercosul: efeito das políticas públicas sobre a competitividade. In: TEIXEIRA, E. C; AGUIAR, D. R. D. (Ed.). **Comércio internacional e comercialização agrícola**. Viçosa: UFV/ Imprensa Universitária, 1995. cap. 4, p.261-281.

KENNEDY, P. et al. Perspectives on evaluating competitiveness in agribusiness industries. **Agribusiness**, v. 13, n. 4, p. 385-392, 1997.

MARTINS, G. A. Metodologia da pesquisa em administração. In: Reuniao Anual da ANPAD, 17., 1993, Salvador, BA. **Anais...** Salvador, 1993.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO - MAPA. **Agronegócio brasileiro**: uma oportunidade de investimentos. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 18 maio 2007.

MELLO, L. M. R. DE. **Uvas sem sementes; cultivares**: brs morena, brs clara e brs linda. Dez. 2005. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/sprod/Uvassemsementes>>. Acesso em 18 jun. 2007.

PINHO, D. B.; VASCONCELLOS, M. A. S. (Org.). **Manual de economia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS - SEBRAE. **Diagnóstico da fruticultura no Estado de Minas Gerais**. Belo Horizonte (MG): SEBRAE-MG, 2001. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/arquivos/programaseprojetos/agronegocios/Fruticultura/Fruticultura%20MG.PDF>>. Acesso em: 2007.

SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR - SECEX. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/seceX/seceX/competencia.php>>. Acesso em: 18 maio 2007.

SHERER F. M.; ROSS, D. **Industrial market structure and economic performance**. 3. ed. Boston (United States of America): Houghton Mifflin Co., 1980.

SILVA, T. A. **Desempenho da pauta de exportações agroindustriais de Minas Gerais no período de 1990 a 2003**. 2005. 86 p. Dissertação (Mestrado em: Economia Aplicada)- Departamento de Economia Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa (MG), 2005.

SILVA, P. R.; VERDI, A.; FRANCISCO, V. L. F. S. Panorama da vitivinicultura brasileira. **Análises e Indicadores do Agronegócio**, São Paulo, v. 2, n. 4, abr. 2007. Disponível em: < <http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=8929>>. Acesso em: 21 jun. 2007.

SOUZA, J. P. de. Gestão da competitividade em cadeias agroindustriais: aspectos conceituais. In: _____. **Gestão da competitividade na cadeia agroindustrial de carne bovina do Estado do Paraná**. 2002. 266 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Estadual de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. p. 30-92.

TARSITANO, M. A. A. **Avaliação econômica da cultura da videira na região de Jales-SP**. Tese (Livre Docência)- Faculdade de Engenharia, Universidade Estadual Paulista, Ilha Solteira (SP), 2001.

TODAFRUTA. **Preços de frutas e hortaliças da agricultura orgânica**. Disponível em: <http://www.todafruta.com.br/todafruta/mostra_conteudo.asp?conteudo=14513>. Acesso em: 30 mar. 2007.

TONDATO, C. **Caracterização dos canais de marketing da uva de mesa na região noroeste do estado de São Paulo**. 2006. 151 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2006.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

VIEIRA, C. R. Y. I. et al. **Competitividade da uva brasileira no mercado internacional**. 2002. Disponível em: <http://www.ufpel.tche.br/sbfruti/anais_xvii_cbf/260.htm>. Acesso em: 18 maio 2007.

DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE UVA DE MESA NO PERÍODO 1990 A 2005

RESUMO: *Este estudo teve como objetivo analisar o desempenho do setor exportador brasileiro de uvas de mesa no período 1990 a 2005. Utilizaram-se três indicadores de desempenho: coeficiente de exportação, market share doméstico e taxa de auto-suprimento. O coeficiente de exportação apresentou oscilações durante todo o período analisado, principalmente a partir de 1999, quando do fortalecimento do pólo de produção do Vale do São Francisco. Na taxa de auto-suprimento, a produção brasileira foi sempre 1,5 a 2,5 vezes maior do que a demanda interna, gerando excedentes exportáveis. Quando são observados os índices do market share doméstico, nota-se aumento significativo da participação brasileira no valor total comercializado internacionalmente em uva de mesa, apesar de o país ser*

pouco representativo perante o valor da produção mundial. Verifica-se, portanto, que as adequações produtivas nos pólos produtores, tanto em P&D, quanto em estratégias de comercialização, colaboraram para o aumento da competitividade da uva de mesa brasileira.

Palavras-chave: competitividade, uvas de mesa, desempenho brasileiro.

PERFORMANCE OF BRAZILIAN TABLE GRAPE EXPORTS 1990-2005 PERIOD

ABSTRACT: The purpose of this analytic-empirical study is to assess the export performance of Brazil in the table grape sector over 1990-2005 period. Data were analyzed using three performance indicators: Export Coefficient, Domestic Market Share and Self-Supply Ratio. Grape production and export indexes show that the export coefficient oscillates during the analyzed period analyzed, mainly as of 1999, when the San Francisco Valley production region made a major contribution to Brazilian exports. The self-supply ratio indicates that Brazil's table grape production was self-sufficient over the period, always between 1.5 to 2.5 times above the internal demand of the product, thereby generating exportable surpluses. In terms of domestic market share, a significant growth was achieved in the Brazilian participation in the overall value of table grapes traded internationally, even though the country does not play a significant role in the world's production of this produce. It is verified that production improvements in the producing areas both in R&D and commercialization strategies have fostered the competitiveness of the Brazilian table grape.

Key-words: competitiveness, table grapes, Brazilian performance.

Recebido em 09/07/2008. Liberado para publicação em 05/11/2008.