

Competitividade do Ceará no mercado internacional de frutas: o caso do melão¹

The competitiveness of the Ceará State, Brazil, in the international fruit market:
the case of melon

Sciena Servia Viana², Lucia Maria Ramos Silva³, Patrícia Verônica Pinheiro Sales Lima⁴ e
Lucas Antônio de Sousa Leite⁵

Resumo - Este estudo teve por objetivo analisar a competitividade das exportações do melão cearense, no período de 1998 a 2003. Para tanto, utilizaram-se indicadores de desempenho das exportações: Vantagem Comparativa Revelada (VCR), Taxa de Cobertura (TC) e o modelo *Constant Market Share* (CMS). O melão, principal fruta exportada pelo Estado, apresentou substancial incremento na pauta de exportação, inclusive, com a inserção de novos mercados. Este fato é explicado, basicamente, pelo efeito competitividade. Os ganhos de competitividade foram influenciados por condições internas favoráveis como os incentivos governamentais para o desenvolvimento da agricultura irrigada em especial a fruticultura.

Termos para indexação: exportação, agronegócio, Ceará.

Abstract - This study aimed to analyze the exportation competitiveness of the Melon produced in the State of Ceará, Brazil, from 1998 to 2003. For that, the following exportation performance indicators were used: Revealed Comparative Advantage (RCA), Cover Rate (CR), and Constant Market Share (CMS). The melon, the main exporting fruit of the State, presented considerable increase in the lineup of exportation, and that considers inclusion of new markets. That fact is explained, basically, by the competitive effect. The gains regarding competitiveness came as an answer to the favorable internal conditions such as governmental incentives toward the development of the irrigated agriculture, specially, fruit production.

Index terms: exportation, agribusiness, Ceará State.

¹ Recebido para publicação em 23/08/2005; aprovado em 29/10/2005.

Parte da dissertação de mestrado da primeira autora apresentada ao Dep. de Economia Agrícola, CCA/UFC, CE

² Economista, M. Sc., Dep. de Economia Agrícola, CCA/UFC, CEP 60455-760, Fortaleza-CE

³ Eng. Agrônoma, M. Sc., Profa. do Dep. de Economia Agrícola, CCA/UFC, lramos@ufc.br

⁴ Eng. Agrônoma, D. Sc., Profa. do Dep. de Economia Agrícola, CCA/UFC, pvpslima@ufc.br

⁵ Eng. Agrônomo, D. Sc., Pesquisador da Embrapa Agroindústria Tropical, Fortaleza, CE, lucas@cnpat.embrapa.br

Introdução

A integração das economias mundiais e a abertura comercial proporcionaram o crescimento das exportações e importações da maioria dos países industrializados. Nos últimos anos a balança comercial brasileira apresentou incrementos significativos, em razão, principalmente, do desempenho do agronegócio.

O agronegócio também tem contribuído para o incremento do saldo da balança comercial cearense, criando emprego e renda e garantindo a permanência de maior número de pessoas na área rural. O Governo do Estado, em grande parte, foi o responsável pelo desenvolvimento do setor, uma vez que, introduziu, nos últimos anos, mudanças estruturais que buscaram desenvolver a agricultura e aumentar sua participação no mercado interno e externo. Os incentivos fiscais concedidos estimularam o surgimento de uma fruticultura mais produtiva e modernizada e influenciaram de forma positiva os custos relativos de produção, tornando o segmento mais competitivo no mercado internacional.

Nos últimos anos alguns produtos tradicionais e outros emergentes se destacaram na pauta de exportação do agronegócio cearense; dentre eles o melão, como a principal fruta de exportação, participando com 90% do total de frutas exportadas pelo Estado. No período de 1998 a 2003 destacou-se por apresentar grande crescimento na participação da referida pauta. Acredita-se que o aumento das exportações de melão é decorrente de ganhos de competitividade no mercado internacional. Para testar esta hipótese é necessário conhecer o comportamento das exportações de melão no mercado internacional e identificar sua competitividade. Diante do exposto, os objetivos deste estudo foram: descrever o comportamento da produção e do mercado internacional do referido produto; identificar os níveis de competitividade do melão no mercado internacional no período mencionado e identificar os fatores responsáveis pelas variações nas exportações no período analisado.

Material e Métodos

Aspectos Conceituais

Farina & Zybersztajn (1998), definem competitividade como resultante da conduta e do desempenho da empresa. A capacidade de sobreviver ou crescer em mercados nacionais e/ou internacionais representam o desempenho. A segunda dimensão da competitividade, a conduta, está associada à noção de mercado, que, por sua vez, está associada ao processo de concorrência.

De acordo com Ferraz et al (1995), os elementos analíticos centrais de compreensão do termo competitividade

devem ser buscados no processo de decisão das estratégias empresariais. A competitividade é definida como a capacidade da empresa formular e implementar estratégias de concorrência, que lhe permitam ampliar ou conservar uma posição sustentável no mercado. Diante do atual contexto mundial, o padrão de concorrência das empresas deixa de lado as antigas vantagens comparativas, como a disponibilidade de recursos naturais e mão-de-obra barata e dá lugar às novas fontes de concorrência num contexto de inovações tecnológicas e organizacionais (Ferraz et al., 1995).

Quando se associa competitividade ao desempenho das exportações no mercado internacional, a mensuração da competitividade torna-se clara. Vale salientar que o fato da expansão das exportações significar aumento de competitividade reflete não só as condições de produção, como também, de políticas cambiais, a eficiência dos canais de especialização e dos sistemas de financiamento, acordos internacionais (entre países e empresas), quotas de exportações, entre outros.

A noção de competitividade adotada neste trabalho é definida como a capacidade de uma indústria permanecer no mercado e/ou aumentar sua participação ao longo do tempo dado o padrão de concorrência a que ela está exposta, levando-se em consideração não somente a sua capacidade de produzir eficientemente um dado produto, mas, também, o desempenho no comércio exterior, que será observado através da análise dos indicadores de competitividade.

Fonte dos dados

As informações utilizadas nesta análise foram obtidas da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Secretaria de Produção e Comercialização (SPC) do Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e *Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAO e o International Trade Statistics – ITC*.

Métodos de Análise

Os indicadores de competitividade das exportações selecionados foram utilizados em vários estudos como o de Coutinho & Ferraz (1993), Hidalgo (1998), Laursen (1998) e Rosa & Alves (2004). Usaram-se os seguintes indicadores: a) vantagem comparativa revelada; b) taxa de cobertura; c) *Constant market share*.

a) Indicadores de Vantagem Comparativa Revelada

Segundo Coutinho & Ferraz (1993), os indicadores de Vantagem Comparativa Revelada (VCR) foram originalmente desenvolvidos a partir do reconhecimento da dificuldade de quantificação dos fatores responsáveis pelas

vantagens comparativas dos países, incluindo custos relativos e diferenças em “fatores não ligados a preços”. Neste sentido os autores sugerem que o estudo das vantagens seja feito a partir da forma em que essas vantagens são “reveladas” nos padrões de comércio, os quais, na teoria neoclássica, seriam determinados exclusivamente pelas vantagens comparativas.

O indicador de VCR pode ser interpretado como a razão entre o peso das exportações do produto em questão nas exportações totais da região, considerado o seu peso nas exportações totais da região de referência z . Portanto, as vantagens comparativas de um determinado produto seriam “reveladas” pela sua participação na pauta do país estudado em relação à sua participação na pauta regional. Desta forma, o indicador de vantagem comparativa revelada para uma região j em um produto ou grupo de produtos i pode ser definido da seguinte forma:

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

Onde:

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

X_i - representam as exportações do produto i do agronegócio da região j .

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

X_{iz} - representam as exportações do produto i em relação à região de referência z .

X_z - representam as exportações totais do agronegócio na região de referência z .

O indicador VCR_{ij} é uma razão de proporções que pode variar de 0 a infinito. Quando $VCR_{ij} > 1$, conclui-se que o produto i do agronegócio da região j apresenta vantagem comparativa em relação à região de referência z . A participação deste produto nas exportações do agronegócio da região j é superior a participação deste produto no total das exportações da região de referência z . Ocorrendo o contrário, quando $VCR_{ij} < 1$, significa que a região apresenta desvantagem comparativa na produção e exportação do referido produto i . Sendo $VCR_{ij} = 1$, a região j não terá vantagem nem desvantagem na produção do produto i : a produção local supre as necessidades internas de consumo, não havendo excedente para ser exportado.

b) Taxa de Cobertura

O segundo indicador de VCR, também conhecido como “taxa de cobertura”, é obtido pela relação entre exportações e importações do produto i , ou grupo de produtos de agronegócio da região j .

$$TC_{ij} = X_j / M_j$$

Onde X_i e M_i representam, respectivamente, as exportações e importações do produto i , ou grupo de produtos do agronegócio da região j . Quando $TC_{ij} > 1$, identifica-se vantagem comparativa em termos de cobertura das importações, ou seja, as exportações do produto i teriam uma dimensão maior, quando comparadas às importações do mesmo produto.

c) Modelo Constant Market Share

O modelo *constant market share* é bastante utilizado em análises de desempenho das exportações (Richardson, 1972). A aplicação deste modelo exige o estabelecimento de períodos para uma comparação entre pontos discretos no tempo. A delimitação destes períodos deve considerar fatos econômicos marcantes que possam causar impactos sobre as exportações. No presente estudo selecionou-se o período compreendido entre 1998-2003, quando se pode constatar um salto das exportações do agronegócio no Ceará. Este período foi ainda dividido nos subperíodos: 1998-2000, 2000-2003 e 1998-2003.

De acordo com este modelo, as variações na participação das exportações de um país no comércio mundial são decompostas em três efeitos: crescimento do comércio mundial, destino das exportações e competitividade. O modelo é dado por:

$$\sum (V'_{iz} - V_{iz}) = \sum (r_i V_{iz}) + \sum (r_{iz} - r_i) V_{iz} + \sum (V'_{iz} - V_{iz} - r_i V_{iz})$$

onde:

$\sum (V'_{iz} - V_{iz})$ - corresponde ao crescimento efetivo total do valor das exportações do produto i .

V'_{iz} - valor das exportações do produto i , para o mercado z , no período 2.

V_{iz} - valor das exportações do produto i , para o mercado z , no período 1.

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

r_{iz} - taxa de crescimento do valor das exportações mundiais do produto i , para o país z , do período 1 para o período 2.

i. Efeito crescimento do comércio mundial = $\sum (r_i V_{iz})$

O efeito do crescimento do comércio do produto i , corresponde ao incremento das exportações do país devido a um aumento geral do comércio. Representa a porcentagem de crescimento observada se as exportações do país tivessem crescido a mesma taxa de comércio internacional.

ii. Efeito destino das exportações = $\sum (r_{iz} - r_i) V_{iz}$

Esse efeito representa os ganhos ou perdas da porcentagem de crescimento devido ao fato de o país exportar para mercados que cresceram a taxas superiores ou inferi-

ores à média observada para todos os países. Mostra os ganhos ou perdas decorrentes da venda do produto para mercados externos mais ou menos dinâmicos.

iii. Efeito competitividade = $\sum (V'_{iz} - V_{iz} - r_i V_{iz})$

Efeito de contribuição ou resíduo, representa a porcentagem de crescimento dos ganhos ou perdas de participação do produto nos diferentes mercados devido aos ganhos ou perdas de competitividade, seja em termos de preços e/ou custos, seja em virtude da melhoria na qualidade do produto e/ou condições de investimentos. Quando este efeito é negativo o país deixa de manter sua parcela no mercado o que indica aumento de preços para o país em questão, em proporções maiores que os preços de seus competidores.

Resultados e Discussão

Produção e Exportação Mundial de Melão

O melão é a oitava fruta mais produzida no mundo. A sua introdução no Brasil ocorreu no Estado de São Paulo na década de 1960, sendo que a partir de 1970 passou a ser cultivada no Vale do São Francisco e firmou-se no Nordeste ao longo dos anos 1990. Apesar das condições propícias como extensão territorial e clima, o Brasil apresenta pequena participação na produção mundial, onde aparecem como principais produtores a China, a Turquia e os Estados Unidos. Em 2003, estes países participaram, respectivamente, com 51,24%; 6,34% e 4,61% do total produzido no mundo. Embora a produção brasileira seja baixa, tem-se observado nos últimos anos uma tendência de crescimento no cultivo do melão em função do aumento no consumo interno e das exportações. O Nordeste é responsável pela maior parcela da produção nacional e o Estado do Rio Grande do Norte o principal produtor, seguido do Ceará e da Bahia. Merece destaque, no entanto, a expansão que vem sendo observada no Piauí, apesar de sua pequena participação no total produzido.

O “ranking” dos principais exportadores de melão não coincide com os principais produtores. Espanha, Costa Rica, Honduras, os Estados Unidos e Brasil lideraram as vendas mundiais desta fruta em 2003. A participação do Brasil, embora pequena, apresentou clara tendência de crescimento, principalmente por estímulos de programas desenvolvidos pelo IBRAF (Instituto Brasileiro de Frutas) e pela APEX (Agência de promoção das exportações), com destaque para o programa “*Brazilian Fruit*” (limão, maçã, manga, melão, papaia, uva, abacaxi e banana). Segundo dados da FAO (*Food and Agriculture Organization of the United Nations*), os principais incrementos nas exportações de melão, no período 1998-2003, foram observados no Brasil (130,4%), Costa Rica (64,0%) e Honduras (55,8%)

apesar da crise enfrentada entre 1999 e 2001. A principal perda de mercado ocorreu no México, que apresentou um decréscimo de 43,4%.

As exportações brasileiras de melão têm origem essencialmente no Nordeste, sendo os principais estados exportadores o Estado do Rio Grande do Norte, seguido do Ceará. O principal destino do melão cearense é a Europa: Reino Unido e Holanda, com 99% das exportações. Segundo Ceará (2004), exportações cearenses a cada ano ganham novos mercados. Em 2003, foram comercializadas parcelas dessa fruta para Holanda, Reino Unido, Itália, Alemanha e Espanha, contudo, ainda não tem expressão no mercado norte-americano em decorrência das barreiras fitossanitárias que elevam os custos de exportação.

Análise dos Indicadores

Como pode ser observado na Tabela 1, o melão exportado pelo Ceará apresenta vantagens comparativas em relação ao Brasil, aos seus principais concorrentes no mercado internacional e ao mundo. A análise revela que este produto é mais competitivo no mercado mundial do que no interno. Em relação aos seus principais concorrentes no período 1998-2003, nota-se vantagens crescentes, sendo importante destacar os ganhos de competitividade em relação aos melões exportados pelos Estados Unidos e França. É importante ressaltar uma leve queda no valor do indicador de VCR entre 2002 e 2003 referente ao Brasil, Espanha, Costa Rica e França, o que sugere uma perda de mercado desses países. A menor competitividade do melão cearense ocorre em relação a Honduras e Costa Rica. Ainda podem ser observados consideráveis ganhos de competitividade a partir de 2001 decorrentes da isenção de ICMS dada pelo Governo Estadual que contribuiu para incentivar a produção.

A Tabela 2 apresenta os indicadores de vantagens comparativas reveladas dos principais países exportadores em relação ao mundo. Os índices calculados mostram que Costa Rica, Honduras e Espanha, principais exportadores, são mais competitivos em relação aos demais países. Em relação ao Brasil, foi verificada uma vantagem comparativa durante todo o período. Os Estados Unidos apresentaram uma desvantagem comparativa somente no ano de 1998, com valor igual a 0,93. A partir do ano seguinte 1999, essa situação se reverteu. Entretanto, assim como a França, os Estados Unidos apresentaram-se menos competitivos em relação ao Brasil.

A Tabela 3 apresenta as taxas de cobertura do melão. Conforme observado, Brasil, Espanha, Costa Rica e Honduras não atuam como importantes compradores de melão, cabendo esse papel aos Estados Unidos e a França, o que era de se esperar, uma vez que são grandes importadores. Comparando-se os resultados das Tabela 2 e 3 identificaram-se os “pontos fortes e fracos” da competitividade

Tabela 1 - Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas do Melão do Ceará em relação ao comércio nacional e mundial (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	2,11	4,59	5,82	15,71	18,44	15,88
Espanha	0,46	1,37	1,51	4,83	5,94	4,73
Estados Unidos	4,48	9,13	11,46	36,95	41,98	47,00
Costa Rica	0,14	0,26	0,28	1,04	1,25	1,19
França	3,92	9,45	11,25	37,82	44,39	44,26
Honduras	0,16	0,56	3,01	14,68	1,17	1,97
Mundo	4,16	9,67	11,89	42,35	46,95	47,89

Tabela 2 - Indicador das Vantagens Comparativas Reveladas do Melão dos principais exportadores com relação ao mundo (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	1,97	2,11	2,04	2,70	2,55	3,02
Espanha	8,99	7,07	7,88	8,77	7,90	10,13
Estados Unidos	0,93	1,06	1,04	1,15	1,12	1,02
Costa Rica	30,32	37,55	42,01	40,68	37,62	40,11
França	1,06	1,02	1,06	1,12	1,06	1,08
Honduras	25,60	17,40	3,95	2,89	40,01	24,32

Tabela 3 - Indicador de Taxa de cobertura do Melão para os principais exportadores mundiais (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	514,98	1.249,26	1.316,21	-	9.444,50	-
Espanha	23,70	19,18	17,13	18,84	11,74	10,53
Estados Unidos	0,30	0,28	0,29	0,31	0,38	0,35
Costa Rica	4.566,85	-	7.831,75	4.944,33	3.425,19	5.118,85
França	0,66	0,64	0,56	0,57	0,55	0,51
Honduras	637,03	1.000,00	53,69	17,08	-	1.826,72

(-) → TC tende para o infinito, em razão de não haver importação do produto.

nas exportações de melão nas diferentes regiões/países estudados. De acordo com a Tabela 4, mais uma vez, é ressaltado o potencial competitivo do Brasil e conseqüentemente do Ceará, que é o segundo maior produtor e exportador de melão do País. Brasil, Espanha, Costa Rica e Honduras apresentaram-se como fortemente competitivos no mercado internacional uma vez que os indicadores de VCR e TC são maiores que um. Os países considerados fortemente competitivos no comércio internacional tendem a apresentar um produto com sólidas oportunidades de inserção e expansão de mercado. Porém, o não-aproveitamento de oportunidades comerciais pode ter por motivo a existência de barreiras tarifárias ou ainda a existência de acordos e sistemas de preferências comerciais entre países. De acordo com Miranda (2001), as barreiras não tarifárias

vêm se consolidando como instrumentos utilizados para restringir ou dificultar as exportações de países em desenvolvimento. Estas barreiras afetam mais intensivamente os produtos do setor agropecuário, uma vez que envolvem aspectos relacionados à qualidade destes produtos, saúde da população, trabalho infantil e proteção ao meio ambiente. No caso específico do melão, no entanto, é importante enumerar alguns fatores que comprometem o seu desempenho no mercado internacional. Segundo Lacerda et al. (2004), são eles:

-Barreiras tarifárias e não-tarifárias (especificamente as barreiras fitossanitárias, medidas anti-dumping, de salvaguardas, licença prévia de importação) impostas pelos países desenvolvidos principalmente da Europa e dos Estados Unidos;

Tabela 4 - "Pontos Fortes" e "Pontos Fracos" dos principais exportadores de melão (1998-2003).

Região	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Espanha	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
Estados Unidos	Fraco	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Costa Rica	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte
França	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro	Neutro
Honduras	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte	Forte

Tabela 5 - Fontes de crescimento das exportações de melão do Estado do Ceará (1998-2003).

Fontes de Crescimento	Crescimento (Mil US\$ FOB)			Participação no Crescimento (%)		
	1998-2000	2001-2003	1998-2003	1998-2000	2001-2003	1998-2003
Efeito cresc. comércio mundial	-44,98	1.526,45	29,11	-2,17	22,30	0,17
Efeito destino das exportações	24,25	-237,15	5,75	1,17	-3,46	0,03
Efeito competitividade	2.096,73	5.556,70	17.311,13	101,00	81,17	99,80
Crescimento total	2.076,00	6.846,00	17.346,00	100,00	100,00	100,00

-Elevados requisitos de qualidade;

-Existência de preços de entrada (*Entry Price System*) irreais na União Européia e nos Estados Unidos, em que a tarifa de importação recai sobre o preço de entrada e não sobre o preço real do produto;

-Sistema geral de preferências existente na União Européia que discrimina a exportação do melão brasileiro que paga uma tarifa de mais de 9% contra 0% de outros países;

-Perdas na colheita e pós-colheita;

-A carga tributária que incide sobre a produção e comercialização do melão nacional é maior que o imposto cobrado ao melão importado, o qual conta ainda com prazos maiores de financiamento e juros menores;

-Falta de governança no agronegócio do melão;

-Pouco incentivo em divulgação;

Os fatores mencionados acima são limitantes, mas não impedem o crescimento das exportações de melão. A utilização do conceito de competitividade com base no desempenho das exportações permite usar como instrumental metodológico o modelo “*constant market share*”.

Segundo Hidalgo (2002), mesmo com custos competitivos e boa qualidade, regiões com vantagens comparativas podem não se manter no mercado devido aos fortes subsídios estabelecidos pelos países desenvolvidos à agricultura local. No caso do Ceará, existem ainda as dificuldades de inserção no mercado internacional ligadas às barreiras fitossanitárias impostas pelos países importadores e às regras estabelecidas nas negociações e acordos internacionais que incorporam medidas protecionistas prejudiciais aos exportadores.

A Tabela. 5 mostra que o crescimento médio das exportações dessa fruta no Ceará no período de 1998-2003, foi atribuído quase que totalmente ao crescimento da competitividade do setor (99,80%), refletindo um efeito conjunto de fatores internos como: investimentos em tecnologia, aumento de produtividade, ajustes da política cambial, incentivos às exportações.

A importância do efeito competitividade nas exportações foi verificada também por Sereia et al. (2002), Noce et al. (2003) e Figueiredo et al (2004) em estudos sobre as exportações do complexo agroindustrial do Paraná, expor-

tações de madeira serrada e exportações de soja em grãos, respectivamente.

Comparando os períodos antes (1998-2000) e após (2001-2003) a política de isenção do ICMS no Estado do Ceará, observa-se que houve um estímulo aos efeitos crescimento do comércio mundial e competitividade das exportações. O efeito do crescimento do comércio mundial aumentou sua participação de -2,17% para 22,30% no crescimento das exportações de melão.

O efeito destino das exportações foi responsável por apenas 0,03% do crescimento total delas, com uma perda de mercado nos países importadores correspondendo a 3,46% entre 2001-2003. Esse resultado é preocupante pois reflete que as exportações de melão do Ceará não acompanharam o crescimento do mercado dos países importadores, o que pode ter ocorrido devido à concorrência internacional. Uma alternativa para alterar este cenário seria redirecionar as exportações para outros países. No entanto, é necessário ressaltar que a conquista de novos mercados só será alcançada através de uma agressiva campanha de *marketing* que divulgue o produto nos mercados que ainda não o conhecem, o que ocorre em muitos países da Europa. Segundo Nachreiner et al. (2004), a falta de divulgação das frutas tropicais em países de clima frio é um dos entraves enfrentados pelo exportador brasileiro no mercado internacional.

Porém, há uma tendência de redução das tarifas e restrições fitossanitárias em função de acordos multilaterais de modo que a competitividade do setor requer o atendimento das exigências dos consumidores através do desenvolvimento de estruturas eficientes que garantam a regularidade na oferta e a qualidade do produto final (tamanho, cor, aparência e uniformidade).

Conclusões

O melão foi a fruta mais exportada pelo Estado do Ceará no período em análise. Mundialmente os maiores produtores (China e Turquia) não são os principais exportadores (Espanha, Estados Unidos). Houve aumento do número de países importadores do melão cearense apesar da participação relativa no comércio mundial ser ainda pequena.

O crescimento das exportações do melão é explicado basicamente pelo efeito competitividade. Acredita-se que os ganhos de competitividade são decorrentes de condições internas favoráveis, como incentivos governamentais para o desenvolvimento da agricultura irrigada em especial fruticultura irrigada, que estimulou investimentos na atividade com melhorias tecnológicas, capacitação de produtores, sendo importante ressaltar ainda o efeito positivo proporcionado pela diminuição na carga tributária imposta ao produto a partir de 2001. Ademais, existe ainda, um mercado potencial para as exportações de melão que também favorece o desempenho deste produto no mercado internacional. Considera-se que a conquista de novos mercados pode ser alcançada, entre outros meios, através de uma agressiva campanha de *marketing* que divulgue o produto nos mercados que ainda não o conhecem, o que ocorre em muitos países da Europa.

Uma importante estratégia para elevar as exportações de melão do Brasil e do Ceará, em particular, é a implantação do sistema de produção integrada de frutas (PIF), uma exigência de alguns mercados importadores, principalmente da União Européia. Esse sistema produz frutas de elevada qualidade e sanidade, seguindo normas de sustentabilidade ambiental e segurança alimentar a partir de tecnologias apropriadas. As frutas produzidas nessas condições recebem um selo que funciona como um elemento diferenciador que permite a sua rastreabilidade. O consumo destes produtos é uma tendência do mercado internacional e um propulsor de competitividade.

Referências Bibliográficas

CEARÁ. Secretaria de Agricultura Irrigada. **As exportações do agronegócio cearense em 2003**. Fortaleza, 2004. 20p.

COUTINHO, L. G.; FERRAZ, J. C. **Estudo da competitividade da indústria brasileira. Sistema de indicadores de competitividade**. Campinas: NICAMP/UFRJ/PDC/FUNCEX, 1993. (Mimeografado).

FARINA, E. M. Q.; ZYLBERSTAJN, D. **Competitividade no agribusiness brasileiro**. São Paulo: PENSA/FIA/FEA/USP, 1998. v.1.

FERRAZ, J. C.; KRUPFER, D.; HAGUENAUER, L. **Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

FIGUEIREDO, A. M. ; SANTOS, M. L.; LIRIO, V. S. Análise de *Market Share* e fontes de variação das exportações brasileiras de soja. **Revista de Economia e Agronegócio**, v.7, n.3, p.335-359, 2004.

HIDALGO, A. B. Especialização e competitividade do Nordeste no mercado internacional. **Revista Econômica do Nordeste**. Fortaleza: BNB/ETENE, v.29, p.491-515, 1998. Numero.Especial.

HIDALGO, A. B. Exportações do Nordeste do Brasil: crescimento e mudança na estrutura. **Revista Econômica do Nordeste**. Fortaleza: BNB/ETENE, v.31, p.560-575, 2002. Numero Especial.

LACERDA, M. D.; LACERDA, R. D.; ASSIS, P. C. O. A participação da fruticultura no agronegócio brasileiro. **Revista de Biologia e Ciências da Terra**, v.4, n.1, p.76, 2004.

LAURSEN, K. **Revelead comparative advantage and the alternatives measure of international pECIALIZATION**. Copenhagen: Danish Research Unit for Industrial Dynamics, 1998. (Working paper 98-30).

MIRANDA, S. H. G. de. **Quantificação dos efeitos das barreiras não tarifárias sobre as exportações brasileiras de carne bovina**. Piracicaba, 2001. 233p. Tese (Doutorado) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, 2001.

NACHREINER, M. L.; DANTOS, R. R. P. dos; BOTEON, M. **Janelas de mercado: a fruticultura brasileira no mercado internacional**. Disponível em: <http://www.cepea.esalq.usp.br/pdf/janelas.pdf>> Acesso em: 13 out. 2004

NOCE, R; CARVALHO, R. M. M. A; SOARES, T. S. Desempenho do Brasil nas exportações de madeira serrada. **Revista Árvores**. Viçosa: Sociedade de Investigações Florestais. v.27, n.5, p.695-700, 2003.

RICHARDSON, D. Constant-market-shares analysis of export growth. **Journal of International Economics**, v.1, p.227-239, 1972.

ROSA, T. D. L; ALVES, A. F. Comercio Exterior de Produtos Agrícolas do Estado do Paraná de 1998 a 2001: Análise de Vantagens Comparativas e do Padrão de Comércio. **Revista de Economia e Agronegócio**. v.2, n.2, p.183-208, 2004.

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