

DINÂMICA DA COMPETITIVIDADE DOS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE UVA DE MESA¹

Joelsio José Lazzarotto²
João Caetano Fioravanço³

1 - INTRODUÇÃO

Especialmente nas últimas décadas, têm-se observado mudanças expressivas associadas ao nível de competitividade de inúmeros produtos comercializados mundialmente. Diversos fatores contribuem para aumentar a competição entre os países, tais como: as crescentes exigências dos consumidores com relação à qualidade do produto, o estabelecimento de políticas protecionistas e de subsídios, a existência de barreiras tarifárias e não tarifárias, o desenvolvimento e a inovação tecnológica, os mecanismos de comercialização adotados pelas empresas e os investimentos em estratégias de *marketing* e propaganda.

Diante desse ambiente competitivo que, ao longo do tempo, pode comprometer a sobrevivência das empresas exportadoras, torna-se importante realizar análises que permitam identificar a posição e a vantagem comparativa dos países quanto às vendas externas de certo produto. Esse tipo de análise pode ser muito útil para, além de avaliar se uma determinada nação está, ou não, ampliando sua participação no comércio internacional, verificando quais os maiores concorrentes nesse comércio, auxiliar na definição de mecanismos e estratégias que propiciem um melhor reposicionamento das exportações do país.

Partindo dessas inferências iniciais e considerando que o mercado internacional de venda de uva de mesa é marcado por grande competição, buscou-se mensurar e avaliar, para as últimas três décadas, a dinâmica da competitividade, sob a ótica do desempenho, dos principais países exportadores do produto. Para isso, foram utilizados indicadores de posição relativa,

competitividade revelada e concentração.

2 - FUNDAMENTOS TEÓRICOS

O termo competitividade tem conceitos amplos que, de acordo com Santos e Campos (2005), variam em função da ótica analisada. Na perspectiva do comércio internacional, a competitividade pode ser definida como a capacidade de um país, setor ou empresa particular em participar dos mercados externos mediante formulação e implementação de estratégias concorrenciais, que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável nesses mercados.

Ainda relacionado com questões conceituais, Mashabela e Vink (2008) enfatizam que, ao se discutir o ambiente competitivo, é importante ter clareza acerca dos termos competitividade e vantagem comparativa. Compreender o significado desses termos é fundamental quando se tem por objetivo utilizar diversas medidas disponíveis para mensurar o grau de competitividade de um país ou de uma indústria. Nessa linha, Warr (1994, citado por MASHABELA; VINK, 2008) sumariza as definições desses dois termos. Segundo esse autor, enquanto a vantagem comparativa refere-se à habilidade de uma nação, em relação às demais, produzir um produto com menor custo de oportunidade, o termo competitividade indica se um setor pode ter sucesso nas vendas de um produto comercializado em mercados internacionais caracterizados pela existência de certas políticas e estruturas econômicas.

Diante desses pressupostos teóricos iniciais, Cabral et al., (2003) ressaltam que, na literatura sobre competitividade, existem duas linhas de pesquisa muito distintas: uma que procura explicar os determinantes ou as fontes de competitividade e a outra que busca mensurar desempenhos competitivos. A primeira trata dos fatores responsáveis pelas vantagens competi-

¹Registrado no CCTC, IE-56/2012.

²Médico Veterinário, Doutor, Pesquisador da EMBRAPA Uva e Vinho (e-mail: joelsio@cnpuv.embrapa.br).

³Engenheiro Agrônomo, Doutor, Pesquisador da EMBRAPA Uva e Vinho (e-mail: fioravanco@cnpuv.embrapa.br).

vas de um determinado grupo de produtos no mercado internacional. Nesse caso, a competitividade é vista como eficiência - competitividade potencial. A predileção do potencial competitivo poderia ser realizada por meio da identificação e do estudo das opções estratégicas adotadas pelos agentes econômicos face às suas restrições gerenciais, financeiras, tecnológicas, organizacionais etc. Assim, existiria uma relação causal, com algum grau determinístico, entre a conduta estratégica da firma e o seu desempenho eficiente.

Por outro lado, na segunda linha de pesquisa a competitividade é tratada como desempenho - competitividade revelada. O principal indicador da competitividade revelada está ligado à participação, por exemplo, de um determinado país no mercado internacional de certo produto (*marketshare*). Desse modo, a participação das exportações de um dado setor no mercado internacional pertinente seria um indicador adequado do nível de competitividade internacional (FERRAZ; HAGUERNAUER; KUPFER, 1995). Portanto, apesar de se considerar que a medição da competitividade de um determinado grupo de países poderia ser realizada segundo diferentes aspectos, neste estudo o foco está vinculado à mensuração da competitividade sob a ótica do desempenho. Para isso, são mensurados indicadores de competitividade referentes à participação de importantes países no comércio internacional de uva de mesa. Em outras palavras, pode-se dizer que este trabalho trata de análises da competitividade revelada, que está relacionada com as vantagens comparativas, estabelecidas de forma indireta por meio dos fluxos do comércio internacional de uva de mesa.

Sinteticamente, a partir de Maia (2002), é possível inferir que a obtenção de índices associados às vantagens comparativas reveladas pode demonstrar o desempenho relativo das exportações mundiais de uva de mesa, diagnosticando se um determinado país vem apresentando vantagens ou desvantagens comparativas reveladas na produção dessa fruta.

3 - ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para atingir o objetivo proposto, realizou-se uma pesquisa quantitativa, com natureza

descritiva-exploratória. Isso porque uma pesquisa descritiva procura expor as características de determinado fenômeno, ou seja, o objetivo fundamental consiste em descrever o objeto de estudo, não tendo como preocupação central explicá-lo (VERGARA, 2009). Por sua vez, um estudo exploratório, em que não são elaboradas hipóteses a serem testadas com a investigação científica, tem por finalidade familiarizar-se com certo fenômeno, buscando-se maiores informações sobre o mesmo (GIL, 2002; CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

Em termos específicos, utilizando dados secundários associados, sobretudo, com o comércio mundial de uva de mesa, foram gerados resultados que visam, basicamente, auxiliar no entendimento do comportamento histórico vinculado com a competitividade internacional dos principais países exportadores dessa fruta.

3.1 - Procedimentos Analíticos

Para analisar a dinâmica competitiva dos principais países exportadores de uva de mesa, foram estimadas e analisadas, para o período compreendido entre 1980 e 2009, três medidas: índice de posição relativa (IPR), índice de competitividade revelada (ICR) e índice de Gini (IG).

O IPR representa uma medida que, de acordo com Lafay et al. (1999), possibilita verificar a posição competitiva de uma nação no mercado mundial. Para tanto, esse índice apresenta caráter absoluto e consiste em mensurar a participação do saldo comercial (exportações menos importações) de uma determinada nação no mercado mundial de certo produto. Em termos de resultados, o IPR poderá mostrar se as exportações/importações líquidas de um determinado país estão crescendo a taxas superiores ou inferiores às do comércio mundial. Quanto maior o valor do índice, tanto maior será a intensidade de participação do produto doméstico no comércio internacional; se o indicador for positivo, o país será um exportador líquido; se for negativo, será um importador líquido (ESPERANÇA et al., 2011). Para este trabalho, o IPR foi calculado com base na equação (1).

$$IPR_{kj} = 100 \times \left[\left(\frac{X_{kj} - M_{kj}}{W_k} \right) \right] \quad (1)$$

em que:

IPR_{kj} corresponde ao índice de posição relativa do país j , associado com o mercado de uva de mesa (k);

X_{kj} e M_{kj} representam os valores totais, respectivamente, das exportações e importações da fruta pelo país j ; e

W_k corresponde ao valor total do comércio mundial (exportações mais importações) de uva de mesa.

Tendo como base os fluxos de comércio passado é, também, importante identificar os produtos sobre os quais um determinado país apresenta vantagem comparativa, pressupondo que a sua eficiência produtiva relativa pode ser analisada por meio de seu desempenho no comércio internacional. De maneira simplificada, o conceito de vantagem comparativa demonstra que o comércio internacional é vantajoso quando os países se dedicam a produzir apenas aqueles bens em que são, comparativamente, mais eficientes do que os outros. Dentro dessa lógica está inserido o ICR, que mostra o volume de comércio de determinado país em relação a um produto específico. Como resultado, esse índice evidencia se uma nação possui vantagem comparativa para certo produto, em decorrência da sua participação nas pautas exportadora e importadora mundiais. Possibilita, ainda, avaliar se uma determinada nação está, ou não, ampliando sua participação no comércio internacional de certo produto, permitindo, também, verificar quais os maiores concorrentes nesse comércio (SANTOS; CAMPOS, 2005; MACHADO et al., 2007). Na interpretação desse índice, caso o valor obtido seja maior que zero, considera-se que o país apresenta vantagem competitiva revelada no comércio internacional; caso o valor seja menor que zero, existe desvantagem competitiva revelada; e, para um valor igual a zero, o país encontra-se em igualdade de competitividade com o comércio mundial de determinado produto. Para este trabalho, o ICR foi calculado mediante a expressão (2).

$$ICR_{kj} = \ln \left[\frac{X_{kj}/X_{kr}}{X_{mj}/X_{mr}} / \frac{M_{kj}/M_{kr}}{M_{mj}/M_{mr}} \right] \quad (2)$$

em que:

ICR_{kj} refere-se ao índice de competitividade revelada do país j , no mercado de uva de mesa (k);

X_{kj} e M_{kj} correspondem aos valores totais, respectivamente, das exportações e importações dessa fruta pelo país j ;

X_{kr} e M_{kr} consistem nos valores totais, respectivamente, das exportações e importações mundiais de uva de mesa, excluindo-se as exportações e importações totais da fruta pelo país j ;

X_{mj} e M_{mj} são os valores totais, respectivamente, das exportações e importações do país j , excluindo-se as exportações e importações de uva de mesa desse país; e

X_{mr} e M_{mr} indicam os valores totais, respectivamente, das exportações e importações mundiais, excluindo-se as exportações e importações mundiais da fruta e as exportações e importações totais do país j .

Por fim, para contribuir com discussões relacionadas com a dinâmica da competitividade das vendas de uva de mesa no contexto mundial, foram feitas, ainda, estimativas do grau de concentração dessas vendas. Para isso, utilizou-se o IG, que é uma medida útil para avaliar o grau de igualdade/concentração de qualquer distribuição estatística (HOLANDA et al., 2006). Esse índice tem associação direta com a Curva de Lorenz, que pode ser entendida como um gráfico de frequência relativa acumulada (FRA), em que se compara a distribuição empírica de uma variável com a distribuição uniforme. A distribuição uniforme, em um gráfico de FRA, é representada por uma reta com ângulo de 45°. Quanto mais próxima for a curva de FRA de uma variável em relação à reta diagonal que expressa a distribuição uniforme, menor será o coeficiente de Gini; da mesma forma que, quanto maior for a discrepância entre a curva empírica e a reta de igualdade, maior será o coeficiente de Gini e, portanto, maior a concentração dessa variável. O intervalo de resultados possíveis para o IG varia entre zero (máximo grau de igualdade, só ocorrendo quando todas as unidades apresentarem o mesmo valor para determinada variável) e um (máximo grau de desigualdade, só ocorrendo quando apenas uma unidade for responsável pela totalidade dos valores associados com determinada variável) (MATOS, 2003). De acordo com Carneiro (2003), o grau de concentração associado com o valor do IG pode ser classificado em seis classes: 1) até 0,100: concentração nula; 2) de 0,101 a 0,250: concentração fraca; 3) de 0,251 a 0,500: concentração média; 4) de 0,501 a 0,700: con-

concentração forte; 5) de 0,701 a 0,900: concentração muito forte; e 6) acima de 0,900: concentração tendendo a absoluta.

Operacionalmente, os cálculos do IG foram efetuados a partir da equação (3).

$$IG_k = \left| 1 - \sum_{j=1}^{20} (\partial Y_{j-1} + \partial Y_j) \times (\theta X_{j-1} + \theta X_j) \right| \quad (3)$$

em que:

IG_k representa o índice de Gini associado com as exportações mundiais de uva de mesa⁴;

∂Y representa a proporção acumulada das exportações totais de uva de mesa dos 20 países maiores exportadores, ordenados de forma decrescente de acordo com o volume exportado;

∂Y_{j-1} e ∂Y_j simbolizam as proporções acumuladas das exportações de uva de mesa até os países, respectivamente, $j-1$ e j , com j variando entre 1 e 20;

θY refere-se à proporção acumulada dos 20 países maiores exportadores de uva de mesa, ordenados de forma decrescente de acordo com o volume exportado; e

θX_{j-1} e θX_j indicam as proporções acumuladas de países exportadores até os países, respectivamente, $j-1$ e j .

A respeito do IPR e do ICR, cabe ressaltar que, seguindo procedimentos um tanto similares aos adotados no trabalho de Rubin, Ilha e Waquil (2008), por conveniência analítica, especialmente para facilitar as análises comparativas da dinâmica competitiva associada com as exportações de uva de mesa dos 20 países maiores exportadores do produto, foram estabelecidas faixas de classificação desses países. Por exemplo, para o IPR foram definidas quatro faixas: 1) IPR menor ou igual a zero, que indica posicionamento nulo ou deficitário; 2) IPR maior que zero e menor que 2,5, indicando pequena posição superavitária; 3) IPR maior ou igual a 2,5 e menor que 5,0, representando uma média posição superavitária; e 4) IPR igual ou maior que 5,0, que corresponde à alta posição superavitária.

⁴Para calcular o índice de Gini foram utilizados apenas os dados dos 20 países maiores exportadores de uva de mesa no ano de 2009. Nesse ano, esses países responderam por mais de 92% do volume total da fruta exportada mundialmente.

3.2 - Os Dados e as Suas Fontes

Os dados de produção, exportação e importação de uva de mesa no mundo e nos 20 países que, em 2009, representaram os maiores exportadores desse produto, foram obtidos junto à Organisation Internationale de La Vigne et Du Vin (OIV) e à Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). Quanto aos dados de exportações e importações totais mundiais e dos referidos países, os mesmos foram provenientes do Banco Mundial (World Bank).

4 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 - Panorama Geral da Produção e Exportação de Uva

Na tabela 1, são apresentados os dados referentes à produção de uva (total e de mesa) dos principais países exportadores para o consumo *in natura*. Com base nesses dados, pode-se verificar que a produção de uva de mesa, no período de 2006-2009, representou cerca de 30% da produção total (no período de 1986-1990 correspondia a apenas 21%). Nota-se, ainda, que a exploração da fruta com a finalidade de atender demandas de consumo *in natura* tem crescido a taxas muito superiores àquelas observadas para a uva como um todo: entre 1986-1990 e 2006-2009, as taxas médias de crescimento da uva de mesa e total foram, respectivamente, de 13,7% e 3,3%; entre esses dois períodos, essas duas produções registraram crescimentos totais de 57,2% e 10,0%, respectivamente.

Em todo o período analisado, os maiores destaques em termos de expansão na produção de uva de mesa foram, em ordem decrescente, China, Peru, Índia, África do Sul, Brasil e Egito. Por outro lado, países importantes da Europa, como Itália, Espanha e Grécia, diminuíram significativamente a produção.

A partir dos volumes produzidos de uva (total e de mesa), pode-se enquadrar os países relacionados em três grandes grupos, de acordo com o segmento vitícola predominante: 1) uva para processamento, em que estão Chile, Itália, Estados Unidos, África do Sul, Espanha, Grécia,

TABELA 1 - Evolução da Produção de Uva (total e de mesa) dos Países Maiores Exportadores¹ da Fruta para Consumo *in Natura*, por Período, 1986 a 2009 (em 1.000 t)

País ²	Produção total de uva					P% ³	C% ⁴	T% ⁵
	1986/ 1990	1991/ 1995	1996/ 2000	2001/ 2005	2006/ 2009			
Chile	1.014	1.320	1.683	1.937	2.388	3,6	135,5	23,3
Itália	10.094	9.508	9.002	8.222	7.939	11,8	-21,4	-6,1
EUA	5.102	5.339	5.908	6.251	6.357	9,5	24,6	6,2
África do Sul	1.215	1.324	1.439	1.592	1.796	2,7	47,8	10,1
Turquia	3.316	3.550	3.600	3.540	3.949	5,9	19,1	3,5
Egito	545	671	971	1.203	1.455	2,2	166,9	29,0
México	533	506	443	377	296	0,4	-44,6	-13,7
Espanha	5.499	4.425	5.558	6.315	6.021	9,0	9,5	5,5
Índia	342	633	959	1.306	1.737	2,6	407,9	48,8
China	808	1.476	2.551	5.047	7.109	10,6	780,2	74,7
Grécia	1.435	1.236	1.227	1.194	954	1,4	-33,5	-8,2
Uzbequistão ⁶	si ⁷	449	460	544	844	1,3	88,1	22,9
Austrália	835	864	1.144	1.768	1.816	2,7	117,6	25,5
Peru	54	59	97	147	219	0,3	303,4	44,9
Brasil	679	776	861	1.160	1.354	2,0	99,3	19,5
Argentina	2.952	2.300	2.285	2.517	2.744	4,1	-7,0	-0,6
Moldávia ⁶	si ⁷	824	522	605	596	0,9	-27,7	-7,9
Mundo	60.947	56.556	60.068	64.500	67.042	100,0	10,0	3,30

País ²	Produção de uva de mesa					P% ³	C% ⁴	T% ⁵
	1986/ 1990	1991/ 1995	1996/ 2000	2001/ 2005	2006/ 2009			
Chile	362	459	589	712	871	4,3	140,7	24,6
Itália	1.165	1.097	1.240	1.316	1.049	5,2	-9,9	-0,3
EUA	660	705	685	740	788	3,9	19,4	4,1
África do Sul	90	118	185	256	332	1,7	267,5	40,2
Turquia	1.314	1.382	1.369	1.495	1.568	7,8	19,3	4,4
Egito	487	601	870	1.082	1.324	6,6	171,7	29,5
México	231	227	230	201	166	0,8	-28,3	-7,6
Espanha	486	362	313	316	416	2,1	-14,4	-4,4
Índia	309	570	863	1.163	1.581	7,9	410,9	48,8
China	324	569	1.146	3.241	3.338	16,6	930,8	89,7
Grécia	251	256	230	244	184	0,9	-26,6	-6,4
Uzbequistão ⁶	si ⁷	174	219	239	422	2,1	142,0	31,5
Austrália	44	43	61	72	89	0,4	103,8	21,4
Peru	12	20	33	56	92	0,5	686,1	67,8
Brasil	213	221	418	638	704	3,5	230,7	41,2
Argentina	53	39	45	81	80	0,4	51,0	16,6
Moldávia ⁶	si ⁷	67	92	134	107	0,5	59,9	19,5
Mundo	12.790	11.669	13.553	17.103	20.113	100,0	57,2	13,7

¹Dentre os 20 países maiores exportadores de uva de mesa, por falta de informações estatísticas adequadas, na tabela 1, não constam os dados de produção referentes a Holanda, Hong Kong e Bélgica.

²Países ordenados de forma decrescente de acordo com o volume médio de uva de mesa exportado em 2009.

³P% = Participação mundial relativa ao período de 2006-2009.

⁴C% = Crescimento total entre os períodos de 1986-1990 e 2006-2009.

⁵T% = Taxa média de crescimento entre os períodos de 1986-1990 e 2006-2009.

⁶Para o Uzbequistão e a Moldávia, C% e T% compreendem os períodos de 1991-1995 e 2006-2009.

⁷Si = Sem informação.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados da FAO (2012) e da OIV (2012).

Austrália, Argentina e República da Moldávia; 2) uva de mesa, em que estão incluídos Turquia, Egito e Índia; 3) uva de mesa e de processamento, em que fazem parte o México, a China, o Uzbequistão, o Peru e o Brasil (Tabela 1).

Do total de uva de mesa produzida no mundo, atualmente, em torno de 18,5% é comercializada no mercado internacional (no período de 1986-1990, o volume desse comércio era de apenas 11,5%). Ao longo do período analisado, nota-se um crescimento altamente expressivo nas exportações mundiais: 153,3% e 26,2% referentes, respectivamente, ao crescimento total e por período (Tabela 2). Egito, China, Peru, Brasil e Índia foram os países que, em ordem decrescente, registraram as maiores taxas médias de crescimento nas exportações. Observa-se, ainda, que a maior parte da produção de importantes países é direcionada para o mercado externo: no Chile, que é o maior exportador, mais de 90% da produção é direcionada para esse mercado; para a África do Sul e o México, atualmente esse valor situa-se próximo dos 85%.

Especialmente referente à Holanda, que é um dos países maiores exportadores de uva de mesa, é interessante enfatizar que a grande maioria do produto comercializado no mercado mundial é proveniente de outros países, ou seja, a Holanda é grande importadora e re-exportadora de uva de mesa.

4.2 - Análise da Posição Relativa nas Exportações de Uva de Mesa

Os resultados referentes ao IPR evidenciam que a grande maioria dos 20 maiores exportadores de uva de mesa tendeu, nas últimas décadas, a apresentar saldos relativos superavitários no comércio mundial desse produto. Para os Estados Unidos, embora seja o terceiro maior exportador, verifica-se uma tendência de posicionamento deficitário, haja vista que as importações superam as exportações. Por sua vez, o Brasil tornou-se autossuficiente a partir de meados dos anos 2000 (Tabela 3).

Ao levar em conta o comportamento do IPR dos países destacados, pode-se perceber que, nas vendas externas de uva de mesa, nas últimas décadas, em geral, nenhum país registrou ampliação expressiva na sua posição relativa

(Tabela 3). Para o caso do Chile e da Itália, que em 2009 responderam por 22,4% e 10,4%, respectivamente, das exportações mundiais de uva de mesa, os IPRs, inclusive, tenderam a diminuir frente a pequenos avanços na posição relativa de países menos expressivos na exportação do produto. Além disso, salienta-se que a maior parte dos países com IPR superavitário continua com índices muito próximos de zero, o que significa dizer que não tiveram ganhos relevante sem termos de posicionamento no mercado internacional do produto, que também tem registrado aumento acentuado na competição. Esses resultados, de maneira geral, evidenciam que, atualmente, as exportações em discussão estão mais distribuídas entre os países produtores.

Para auxiliar nas análises acerca do comportamento do IPR dos principais exportadores de uva de mesa, foi elaborada também a figura 1, em que, por conveniência, apenas para efeito de comparação, foram estabelecidas quatro faixas: 1) IPR menor ou igual a zero, que indica posicionamento nulo ou deficitário; 2) IPR maior que zero e menor que 2,5, indicando pequena posição superavitária; 3) IPR maior ou igual a 2,5 e menor que 5,0, representando uma média posição superavitária; e 4) IPR igual ou maior que 5,0, que corresponde à alta posição superavitária. A partir dessas faixas, fica fácil visualizar que, nas últimas três décadas, apenas o Chile e a Itália apresentaram alta posição superavitária e que a distância da posição desses países, em relação ao posicionamento dos demais é, ainda, muito expressiva. Pela classificação realizada, apenas a África do Sul possui uma média posição superavitária. Para a maioria dos demais países, a posição superavitária no mercado exportador de uva de mesa continua sendo pequena.

4.3 - Análise da Competitividade Revelada nas Exportações de Uva de Mesa

Os resultados do ICR evidenciam que, dos principais exportadores da fruta, nas últimas três décadas, o Chile tem apresentado uma competitividade muito superior aos demais, com exceção do Uzbequistão, que a partir dos anos 2000 passou a registrar um ICR maior que o do Chile (Tabela 4). Portanto, esses resultados,

TABELA 2 - Evolução da Exportação de Uva de Mesa e da Relação Entre Exportação e Produção da Fruta dos Países Maiores Exportadores¹ Mundiais, por Período, 1986 a 2009 (1.000 t)

País ²	Exportação de uva de mesa						C% ⁴	T% ⁵
	1986/ 1990	1991/ 1995	1996/ 2000	2001/ 2005	2006/ 2009	P% ³		
Chile	329	429	544	667	818	21,9	148,8	25,4
Itália	437	552	567	529	471	12,7	7,9	1,1
EUA	159	250	289	384	390	10,5	144,6	24,8
África Sul	45	86	146	211	276	7,4	512,1	57,1
Turquia	17	21	46	114	174	4,7	927,0	89,2
Egito	0	1	2	12	91	2,5	91.231,5	391,8
México	34	53	95	141	143	3,9	322,0	47,2
Espanha	94	90	95	111	123	3,3	31,0	7,8
Índia	5	15	18	31	99	2,7	2.056,4	98,4
China	1	1	1	61	63	1,7	8.969,4	285,1
Grécia	101	110	100	80	79	2,1	-21,8	-7,7
Uzbequistão	si ⁶	si ⁶	27	56	96	2,6	nc ⁷	nc ⁷
Austrália	13	13	29	45	50	1,3	279,3	48,0
Peru	1	1	3	12	40	1,1	4.300,2	168,8
Brasil	2	7	7	33	70	1,9	3.061,4	132,3
Argentina	6	6	17	40	61	1,6	875,7	90,2
Moldávia	si ⁶	15	7	9	27	0,7	85,3	23,2
Mundo	1.471	1.866	2.377	2.972	3.726	100,0	153,3	26,2

País ²	Relação entre exportação e produção de uva de mesa (%)						C% ⁴	T% ⁵
	1986/ 1990	1991/ 1995	1996/ 2000	2001/ 2005	2006/ 2009	P% ³		
Chile	90,80	93,48	92,39	93,73	93,83	3,3	0,7	
Itália	37,52	50,29	45,72	40,17	44,95	19,8	1,4	
EUA	24,14	35,48	42,24	51,92	49,47	104,9	19,9	
África Sul	49,89	73,22	78,64	82,17	83,09	66,5	12,0	
Turquia	1,29	1,48	3,34	7,63	11,07	760,9	81,2	
Egito	0,02	0,20	0,20	1,10	6,90	33.514,4	279,6	
México	14,72	23,18	41,33	69,86	86,65	488,7	59,2	
Espanha	19,34	24,97	30,51	35,18	29,59	53,0	12,7	
Índia	1,49	2,70	2,10	2,69	6,28	322,1	33,3	
China	0,22	0,12	0,04	1,88	1,90	779,8	102,9	
Grécia	40,21	42,85	43,67	32,87	42,82	6,5	-1,4	
Uzbequistão	nc ⁷	nc ⁷	12,46	23,58	22,78	nc ⁷	nc ⁷	
Austrália	30,14	29,77	47,39	62,14	56,08	86,1	21,9	
Peru	7,69	6,09	10,09	21,63	43,06	459,7	60,2	
Brasil	1,03	3,26	1,67	5,16	9,88	856,0	64,5	
Argentina	11,95	15,74	37,98	50,12	77,24	546,1	63,1	
Moldávia	nc ⁷	21,76	7,37	6,41	25,21	15,9	3,1	
Mundo	11,5	16,0	17,5	17,4	18,5	61,1	10,9	

¹Dentre os 20 países maiores exportadores de uva de mesa, por falta de informações estatísticas adequadas de produção, na tabela 2, não constam os dados referentes a Holanda, Hong Kong e Bélgica.

²Países ordenados de forma decrescente de acordo com o volume médio de uva de mesa exportado em 2009.

³P% = Participação mundial relativa ao período de 2006-2009.

⁴C% = Crescimento total entre os períodos de 1986-1990 e 2006-2009.

⁵T% = Taxa média de crescimento entre os períodos de 1986-1990 e 2006-2009.

⁶Si = Sem informação.

⁷Nc = Não calculado.

Fonte: Elaborada a partir de dados da FAO (2012) e da OIV (2012).

TABELA 3 - Evolução do Índice de Posição Relativa dos 20 Maiores Exportadores Mundiais de Uva de Mesa (médias por período), 1980 a 2009

País ¹	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009
Chile	6,63	10,77	9,06	8,46	9,63	8,39
Itália	13,70	13,41	12,50	9,18	7,74	5,51
Estados Unidos	0,05	-6,26	-1,81	-3,05	-4,02	-4,38
Holanda	-1,17	-0,87	-1,06	-0,33	-0,80	-1,02
África do Sul	2,96	1,29	2,20	2,71	2,84	2,87
Turquia	0,25	0,25	0,25	0,40	0,71	1,04
Egito	0,01	0,00	0,02	0,01	0,00	0,70
México	0,20	0,46	0,23	0,79	0,44	0,37
Espanha	2,59	2,47	2,59	1,77	1,32	1,36
Índia	-0,02	0,10	0,24	0,30	0,32	0,64
China	-0,06	-0,33	-0,34	-0,44	-0,97	-0,90
Hong Kong	-1,16	-1,17	-1,41	-2,47	-1,35	-0,86
Grécia	2,99	2,34	1,98	2,38	1,57	1,28
Uzbequistão	nc ²	nc ²	nc ²	0,23	0,36	0,70
Austrália	0,26	0,70	0,56	0,78	0,85	0,60
Peru	0,00	0,01	0,00	-0,01	0,21	0,63
Brasil	-0,12	-0,08	-0,05	-0,38	0,46	1,14
Argentina	0,05	0,10	0,09	0,32	0,58	0,61
Bélgica	-1,44	-1,34	-1,34	-0,81	-0,48	-0,60
Moldávia	nc ²	nc ²	0,18	0,04	0,03	0,06

¹Países ordenados de forma decrescente de acordo com o volume médio de uva de mesa exportado em 2009.

²Nc = Não calculado.

Fonte: Dados da pesquisa.

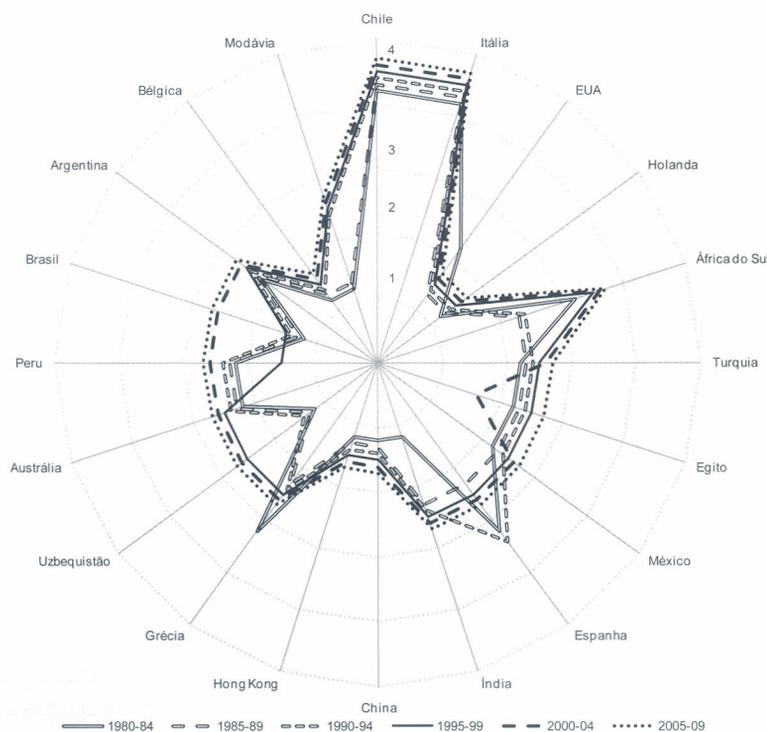


Figura 1 - Classificação dos Principais Países Exportadores de Uva de Mesa, de acordo com os Valores do IPR, por Período, 1980 a 2009.

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 4 - Evolução do Índice de Competitividade Revelada nas Exportações dos 20 Maiores Exportadores Mundiais de Uva de Mesa (médias por período), 1980 a 2009

País ¹	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2009
Chile	21,09	21,98	22,27	13,90	10,16	10,85
Itália	4,64	4,01	3,76	3,56	3,40	2,94
Estados Unidos	0,41	-0,38	0,07	-0,01	0,12	0,02
Holanda	-1,00	-0,37	-0,32	-0,01	-0,22	-0,13
África do Sul	9,25	14,22	8,43	6,01	6,22	5,01
Turquia	17,96	15,82	9,47	5,25	6,33	5,91
Egito	11,69	14,04	7,76	2,30	1,74	4,30
México	2,36	3,59	1,67	0,91	0,49	0,65
Espanha	10,98	5,43	3,11	2,03	1,65	1,66
Índia	1,42	2,23	13,08	14,47	4,50	3,36
China	-0,49	-1,21	-2,21	-4,04	-3,13	-1,48
Hong Kong	-3,81	-2,93	-2,04	-1,19	-0,82	-0,67
Grécia	15,27	10,53	5,77	5,35	4,53	3,96
Uzbequistão	nc ²	nc ²	nc ²	nc ²	14,49	20,40
Austrália	7,41	9,80	14,81	11,03	9,69	1,42
Peru	nc ²	13,82	9,41	0,27	2,48	4,18
Brasil	-1,21	-0,66	-0,22	-0,79	1,73	2,41
Argentina	9,95	4,53	2,09	1,96	3,16	3,81
Bélgica	-2,05	-1,85	-1,11	-0,26	-0,15	-0,39
Moldávia	nc ²	nc ²	nc ²	6,37	4,47	3,33

¹Países ordenados de forma decrescente de acordo com o volume médio de uva de mesa exportado em 2009.

²Nc = Não calculado.

Fonte: Dados da pesquisa.

além de indicar que esses dois países apresentam alta eficiência produtiva relativa vinculada com a produção dessa fruta, constituem fortes indicativos de especialização desses dois países na exportação do fruto na forma *in natura*.

Especialmente sobre o Chile, Mashabela e Vink (2008) enfatizam que ele possui uma forte vantagem competitiva no comércio mundial de uva de mesa pois, entre outras coisas, caracteriza-se por desenvolver uma agricultura de sucesso voltada para a produção e exportação de produtos com alto valor agregado, que estão em consonância com as demandas do mercado internacional. Esse sucesso foi atingido devido, principalmente, ao fato de o país levar em conta as suas vantagens comparativas, que foram combinadas com investimentos estrangeiros, subsídios, publicidades associadas com pesquisas de mercado e iniciativas públicas de estruturação de programas de pesquisa e desenvolvimento científico.

Os resultados mostram, ainda, que a maior parte dos principais países exportadores, embora tenham um ICR positivo, registraram, ao longo do período analisado, tendência de queda

relevante no valor desse índice, sinalizando, portanto, diminuição na sua competitividade revelada histórica no comércio de uva de mesa. Dentre esses países, pode-se destacar, além do Chile, a Itália, a África do Sul, a Turquia, o Egito, o México, a Espanha e a Grécia.

No caso da África do Sul, é pertinente ressaltar que, apesar de ter mostrado ampliação do desempenho histórico medido pelo IPR, quando levado em conta o ICR percebe-se uma tendência de queda significativa na competitividade em questão. Essa queda, de certa forma, é reflexo de um crescimento expressivo também na produção, importação e consumo de uva mesa nesse país.

Por sua vez, Brasil e Argentina, embora ainda apresentem pequena competitividade revelada no comércio mundial, têm experimentado uma situação contrária à maior parte dos principais exportadores - ou seja, o ICR tem apresentado tendência de aumento significativo, especialmente a partir do início dos anos 2000.

Para auxiliar nas análises do comportamento histórico do ICR dos principais exportadores de uva de mesa, foram, também, definidas

cinco faixas em função dos valores desse índice (Figura 2): 1) ICR menor que -3,0, que indica acentuada desvantagem na competitividade vinculada ao comércio internacional da fruta; 2) ICR maior ou igual a -3,0 e menor que zero, representando pequena desvantagem nessa competitividade; 3) ICR maior ou igual a zero e menor que 3,0, indicando uma competitividade pequena a neutra; 4) ICR maior ou igual a 3,0 e menor que 6,0, referindo-se a uma média competitividade no contexto mundial; e 5) ICR maior ou igual a 6,0, que sinaliza alta competitividade no mercado internacional de uva de mesa.

Pela classificação realizada, de maneira geral, percebe-se uma grande oscilação no comportamento histórico do ICR de vários países, em decorrência de variações importantes nos volumes exportados e importados da fruta. Ao longo do período considerado, o Chile foi o único país a registrar sempre alta competitividade. A África do Sul e a Turquia, recentemente, vêm passando de uma situação de alta para média competitividade no comércio mundial de uva de mesa. Para a grande maioria dos demais países, o nível de competitividade situa-se entre neutro e pequeno. Finalmente, para o caso do Brasil e da Argentina, sobretudo na última década, evidenciase uma ampliação da competitividade, que vem se consolidando, respectivamente, nas faixas de pequena e média competição revelada.

4.4 - Análise da Evolução da Concentração nas Exportações de Uva de Mesa

Para ampliar as discussões relacionadas com a dinâmica do ambiente competitivo do mercado mundial de uva de mesa, foi elaborada, também, a figura 3, onde se apresenta a evolução do índice de concentração (índice de Gini) das exportações desse produto. Para calcular esse índice, foram considerados apenas os 20 países maiores exportadores que, em 2009, responderam por mais de 92% do volume total da fruta exportada no contexto internacional.

Ao analisar o comportamento histórico do referido indicador, fica evidente que, nas últimas três décadas, houve, entre os principais exportadores, um aumento significativo na competição mundial vinculada com as vendas de uva de mesa. Isso porque o índice de Gini, ao longo

dos seis períodos constantes na figura 3, apresentou um decréscimo médio, por período, da ordem de 7,1%. Isso indica que, entre os referidos países, ocorreu uma queda expressiva na concentração das exportações da fruta, pois, seguindo-se a classificação de Carneiro (2003), passou-se de uma concentração muito forte, até meados dos anos 1990, para uma concentração forte a partir desse período, havendo, ainda, tendência clara de se estabelecer uma concentração média. Para facilitar esse entendimento, constata-se que, enquanto em 1980 os três maiores exportadores respondiam por mais de 57% do volume exportado, em 2009 esse valor situava-se próximo dos 46%.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da mensuração e avaliação da competitividade sob a ótica do desempenho dos países maiores exportadores de uva de mesa, pode-se afirmar que nas últimas três décadas ocorreu acentuado aumento no ambiente competitivo associado com as vendas externas do produto, cuja produção e exportação, ainda, estão muito concentradas em poucos países. Constatou-se que mesmo os grandes exportadores históricos, como o Chile e a Itália, vêm perdendo espaço para países pouco expressivos no comércio internacional da fruta, com destaque para Uzbequistão, Peru, Brasil e Argentina.

Essas constatações, de certa forma, são indicativas relevantes de que, para competir no mercado mundial de uva de mesa, será cada vez mais importante levar em consideração questões fundamentais de mercado, como qualidade, diferenciação e regularidade da oferta do produto, tendo como foco as tendências e exigências dos consumidores, tanto em nível doméstico como internacional. Nessa linha, a partir da leitura de Creese et al., (2010), é pertinente citar oito aspectos que podem ser considerados imprescindíveis para ampliar a competitividade nacional relativa ao comércio internacional de uva de mesa:

1 - realizar investimentos em diferenciação do produto é útil para criar vantagem competitiva. Essa diferenciação implica, sobretudo, em qualidades nutricional, sanitária e organoléptica superiores. Embora o preço seja

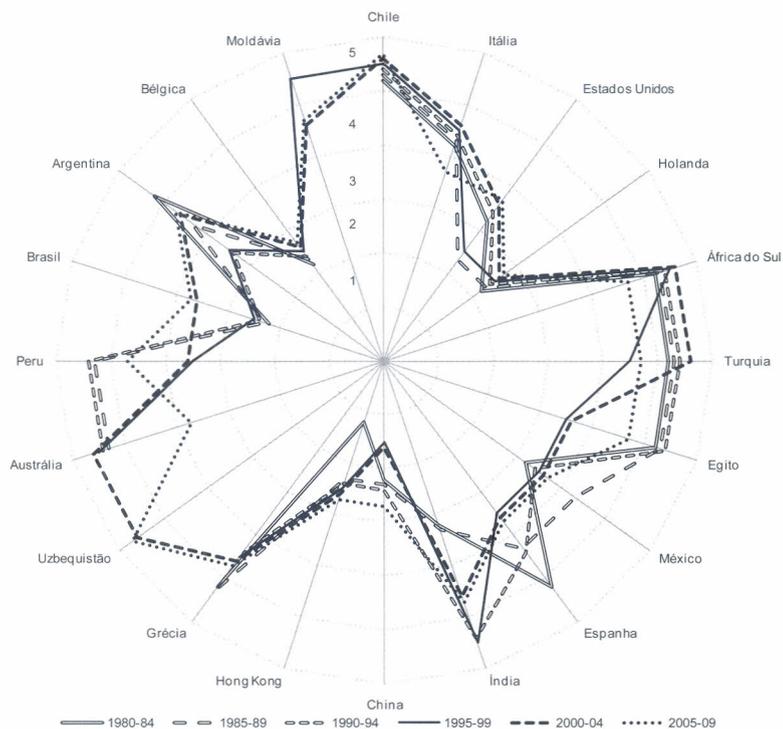


Figura 2 - Classificação dos Principais Países Exportadores de Uva de Mesa, de Acordo com os Valores do ICR, por Período, 1980 a 2009.

Fonte: Dados da pesquisa.

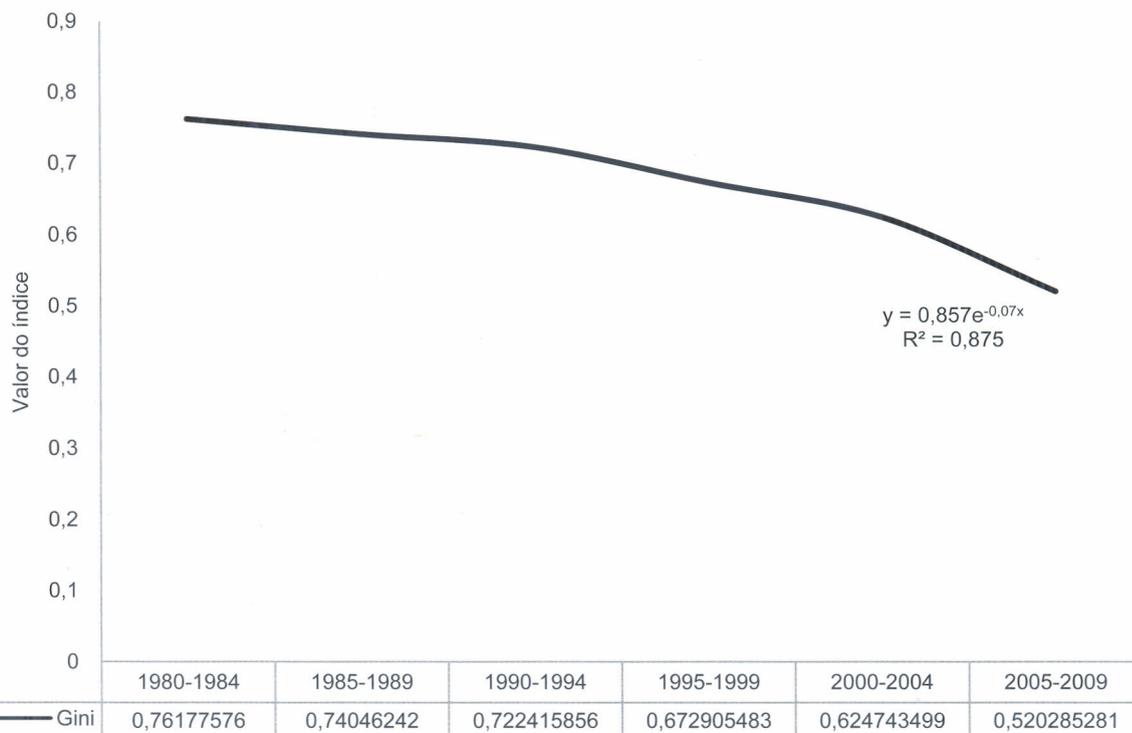


Figura 3 - Evolução do Índice de Gini Associado com os Volumes Exportados de Uva de Mesa Pelos 20 Países Maiores Exportadores do Produto, 1980 a 2009.

Fonte: Dados da pesquisa.

um importante fator de competitividade, há diversos mercados (e segmentos de consumidores dentro de certos mercados) que estão dispostos a pagar mais para ter uma qualidade mais consistente ou uma diferenciação em determinado atributo da fruta;

2 - efetivar permanente avaliação das demandas do consumidor é fundamental, especialmente para auxiliar no desenvolvimento de inovação e diferenciação tecnológica, bem como na definição de estratégias de *marketing*. Nesse sentido, o desenvolvimento de um sistema de controle de qualidade em resposta às novas demandas dos consumidores representa importante inovação para o setor produtivo;

3 - investir em inovação tecnológica, pois os mercados não são estáticos. Modernos mercados tendem a se caracterizar por novos estilos de vida, maiores rendas e buscas por maiores facilidades e conveniências de consumo;

4 - conhecer os requerimentos, bem como as restrições para acessar certos mercados, contribui para direcionar e adequar investimentos empresariais, possibilitando, assim, criar maior vantagem competitiva. Isso porque existe uma forte correlação entre acesso a mercados e performance de comércio;

5 - desenvolver a capacidade de oferta, pois regularidade, consistência e quantidade ofertada do produto são condições cruciais para assegurar que as empresas exportadoras, ao longo do tempo, no mínimo, mantenham sua parcela de mercado e suas vantagens competitivas. A questão da sazonalidade é, portanto, um grande desafio, haja vista que restringe a capacidade empresarial para prover, de forma contínua e regular, a oferta de produtos aos seus consu-

midores;

6 - avaliar os competidores é importante, sobretudo para, partindo do conhecimento das necessidades dos consumidores, ofertar produtos que melhor atendam essas necessidades. Ressalta-se que essa avaliação vai muito além de apenas monitorar os preços ou as estratégias de mercado dos competidores; inclui, principalmente, aspectos tecnológicos que conduzem à diferenciação da produção;

7 - implementar ações de *marketing* e propaganda é fundamental para sensibilizar os consumidores, especialmente quando se trata de um produto diferenciado. Iniciativas de *marketing* podem ajudar, por exemplo, a capitalizar investimentos no desenvolvimento de um produto, fazendo com que o consumidor consiga reconhecer o atributo diferenciado e, assim, distingui-lo daquele vinculado aos produtos dos concorrentes; e

8 - caso a competição esteja sustentada no preço, considerar a economia de escala pode gerar vantagens em termos de custos que um determinado empreendimento pode obter devido à expansão da produção. Isso porque o custo médio por unidade produzida, até um determinado nível, pode cair como consequência do crescimento da escala de produção. Salienta-se que economias de escala podem ser atingidas internamente, mediante ampliação da produção, ou externamente, por meio da cooperação entre várias empresas.

Finalmente, cabe ressaltar que, além dos aspectos considerados, o governo também tem papel chave, sobretudo no estabelecimento de políticas comerciais e estruturais para auxiliar o setor produtivo a melhorar sua performance competitiva

LITERATURA CITADA

CABRAL, J. E. de O. et al. Evolução do desempenho competitivo do agronegócio brasileiro de amêndoas de castanha de caju. In: INTERAMERICANSOCIETY FOR TROPICAL HORTICULTURAL, 47., 2003, Fortaleza. **Proceedings...** Fortaleza: Embrapa Agroindústria Tropical, 2003. p. 153-156.

CARNEIRO, P. R. F. **Dos pântanos à escassez**: uso da água e conflito na baixada dos goytacazes. São Paulo: Annablume, 2003. 136 p.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CREESE, J.; PAECH, A.; FRAVAL, S. **Victoria's southern hemisphere competitors for exports to Asia**: ten com-

petitiveness factors. Melbourne: Department of Primary Industries, 2010. 13 p. Disponível em: <http://www.dpi.vic.gov.au/_data/assets/pdf_file/0003/27696/Victorias-Southern-Hemisphere-competitors-for-exports-to-Asia.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2012.

ESPERANÇA, A. A.; LÍRIO, V. S.; MENDONÇA, T. G. de. Análise comparativa do desempenho exportador de flores e plantas ornamentais nos estados de São Paulo e Ceará. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 42, n. 2, p. 259-286. abr./jun. 2011.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS - FAO. **Banco de dados**. Disponível em: <<http://faostat.fao.org/default.aspx>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

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

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

HOLANDA, M. C.; GOSSON, A. M. P. M.; NOGUEIRA, C. A. G. **O índice de Gini como medida de concentração de renda**. Fortaleza: Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), 2006. 5 p. (Nota técnica, 14). Disponível em: <http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/notas_tecnicas/NT_14.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2012.

LAFAY, G. et al. **Nations et mondialisation**. Paris: Economica, 1999. p. 67-334.

MACHADO, T. de A.; ILHA, A. da S.; RUBIN, L. da S. Competitividade da carne bovina brasileira no comércio internacional (1994-2002). **Cadernos PROLAM/USP**, ano 6, v.1, p. 87-101. 2007.

MAIA, S. F. Impactos da abertura econômica sobre as exportações agrícolas brasileiras: análise comparativa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 40., 2002, Passo Fundo. **Anais...** Brasília: SOBER, 2002. CD-ROM.

MASHABELA, T. E.; VINK, N. Competitive performance of global deciduous fruit supply chains: South Africa versus Chile. **Agrekon**, Vol. 47, Issue 2, pp. 240-257, June 2008.

MATOS, J. D. Concentração de renda dos ocupados nas regiões metropolitanas: a influência da escolaridade. **Indicadores Econômicos FEE**, v. 31, n. 3, p. 47-70, nov. 2003.

ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA VIGNE ET DU VIN - OIV. **Statistiques du secteur vitivinicole mondial**. Disponível em: <<http://www.oiv.int/>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

RUBIN, L. da S.; ILHA, A. da S.; WAQUIL, P. D. O comércio potencial brasileiro de carne bovina no contexto de integração regional. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 46, n. 4, p. 1067-1094, out./dez. 2008.

SANTOS, C. M. dos; CAMPOS, A. C. Indicadores de competitividade das exportações brasileiras de suco de laranja congelado e congelado - SLCC, 1980-2002. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Brasília: SOBER, 2005. CD-ROM.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 102 p.

DINÂMICA DA COMPETITIVIDADE DOS PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE UVA DE MESA

RESUMO: O mercado internacional de venda de uva de mesa é marcado por um ambiente de grande competição. Diante disso, buscou-se mensurar e avaliar, para as últimas três décadas, a dinâmica da competitividade, sob a ótica do desempenho, dos 20 países maiores exportadores do produto. Em termos metodológicos, utilizando dados secundários associados, sobretudo, com o comércio mundial da fruta, foram estimados e analisados, para o período de 1980 a 2009, três indicadores: posição relativa, competitividade revelada e índice de Gini. Com base nos resultados obtidos, pode-se destacar que, nas últimas três décadas, ocorreram mudanças acentuadas no ambiente competitivo vinculado com as vendas externas de uva de mesa, cuja produção e exportação, ainda, estão muito concentradas em poucos países.

Palavras-chave: vantagem comparativa, competitividade revelada, comércio internacional.

DYNAMICS OF THE COMPETITIVE PERFORMANCE OF THE MAJOR COUNTRY EXPORTERS OF TABLE GRAPES

ABSTRACT: The international trade for the sale of grapes is conducted amidst strong competition. Thus, the objective of this study was to measure and evaluate the dynamics of the competitive performance of 20 leading table grape exporters. Methodologically, we used secondary data (1980-2009) mainly associated with table grape world trade to estimate and analyze three indicators: relative competitive position, revealed competitiveness and Gini index. Based on the results, we concluded that the competition environment linked with foreign sales of table grapes has changed dramatically in the last three decades. Furthermore, our findings also showed that table grape production and exports are still very concentrated in a few countries.

Key-words: comparative advantage, revealed competitiveness, international trade, table grape.

Recebido em 31/08/2012. Liberado para publicação em 17/04/2013.