

# Inserção do Brasil no Mercado Mundial de Castanha de Caju no Período de 1990 a 2005

## RESUMO

O presente trabalho analisa a inserção do País no mercado internacional de castanha de caju, em face de seus principais concorrentes, bem como determina a influência dos principais fatores responsáveis pelo crescimento das exportações brasileiras de castanha. Para isso, utiliza indicadores de competitividade selecionados como o Índice de Posição Relativa e o método de Constant-Market-Share. Pela análise dos indicadores, concluiu que, apesar do crescimento das exportações, o país tem apresentado dificuldades para competir com seus principais concorrentes, sobretudo com o Vietnã. Pela análise de Constant-Market-Share, conclui que o crescimento das exportações nacionais ficou condicionado à expansão do mercado externo e dos principais mercados de destino do produto brasileiro, já que a competitividade atuou no sentido de limitar o crescimento do setor.

## PALAVRAS-CHAVE:

Competitividade. Castanha de Caju. Inserção Internacional.

### Talles Girardi de Mendonça

- Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de São João Del-Rei/Minas Gerais (MG);
- Doutorado em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa/MG.

### Viviani Silva Lório

- Doutora em Economia Rural pela Universidade Federal de Viçosa (UFV);
- Professor Adjunto III do Departamento de Economia Rural da UFRV.

### Marília Fernandes Maciel Gomes

- Doutora em Economia Rural pela Universidade Federal de Viçosa (UFV);
- Professor Adjunto III do Departamento de Economia Rural da UFRV.

### Antônio Carvalho Campos

- Ph.D em Economia Agrícola pela Oklahoma *State University*;
- Professor Adjunto III do Departamento de Economia Rural da UFRV.

## 1 – INTRODUÇÃO

A década de 1990 foi marcada por elevado crescimento do comércio mundial. Vários países, independentemente do grau de desenvolvimento, reduziram suas tarifas de importação, o que elevou sobremaneira os fluxos comerciais entre as nações, embora algumas tenham substituído esta modalidade de proteção por barreiras não-tarifárias (BNTs). Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), as exportações mundiais apresentaram crescimento da ordem de 85% entre 1990 e 2000.

O Brasil apresentou desempenho semelhante, uma vez que, no mesmo período, as exportações brasileiras mostraram crescimento de 75%. (BRASIL, 2006). O agronegócio brasileiro, que, em sua maioria, conta com padrão tecnológico avançado e que responde por parcela expressiva das exportações nacionais, foi o principal responsável pelo bom desempenho do setor exportador nacional durante a década de 1990.

Neste cenário, o setor exportador de castanha de caju tem-se destacado não só pelo valor das exportações como também pelo seu crescimento ao longo do período analisado. Em 1990, as exportações foram de US\$ 101,3 milhões e chegaram a US\$ 187 milhões em 2005, o que equivale a um crescimento de aproximadamente 84%. (BRASIL, 2006). Cabe ressaltar que a importância do setor em termos de geração de divisas deve-se ao fato de que ele se concentra na região Nordeste do país, uma vez que, em comparação com outros segmentos mais tradicionais do agronegócio, sua geração de divisas é menos expressiva.

O caju, depois de processado, dá origem à amêndoa da castanha de caju (ACC) e ao líquido da casca da castanha de caju (LCC). Juntamente com o fruto, existe o pedúnculo (pseudofruto), que possui o formato de uma pera de cor alaranjada ou avermelhada, o qual normalmente é confundido com o fruto. Do pseudofruto se extraem vários subprodutos, como bebidas, néctares, vinhos, licores, champanhe, doces, entre outros. O líquido da casca da castanha de caju (LCC) possui muitas aplicações industriais, como: resinas, freios para carros, tintas anticorrosivas, vernizes, inseticidas, adesivos etc. (PINHEIRO et al., 2006).

A amêndoa da castanha de caju é rica em proteínas, lipídios, carboidratos, fósforo e ferro, além de zinco, magnésio, fibras e gordura insaturada, que ajudam a diminuir o nível de colesterol no sangue. Da amêndoa, também é possível extrair um óleo que pode ser utilizado como substituto do azeite de oliva. O produto também é rico em ácidos graxos ômega 3 e 6, que são necessários ao funcionamento do organismo. (GAZZOLA et al., 2006).

A amêndoa da castanha de caju (ACC) é o principal produto do setor, dado o valor de suas exportações, e tem como principal destino países de renda elevada, como Estados Unidos e Canadá, e países da União Europeia, como Itália e Holanda. Segundo Paula Pessoa (1997), os mercados europeu e asiático poderiam constituir-se em uma alternativa à concentração das exportações para os Estados Unidos, que, segundo dados de Brasil (2006), é o destino de mais da metade da produção nacional.

Durante o período analisado, os Estados Unidos foram responsáveis, em média, por cerca de 51% das importações mundiais, ao passo que a Holanda foi responsável por cerca de 9,2% dessas importações, o que indica grande concentração do mercado consumidor mundial do produto em apenas dois países. (FAO, 2006).

O Brasil, ao lado da Índia e do Vietnã, é um dos principais produtores e exportadores de ACC. O país foi responsável, em média, no período de 1990 a 2005, por cerca de 22% das exportações mundiais. (FAO, 2006).

Em relação à estruturação do setor no Brasil, salienta-se que a pesquisa agrícola realizada em torno do caju era realizada pela Empresa de Pesquisa Agropecuária do Ceará (Epace), pioneira no desenvolvimento de tecnologias referentes à cultura. Após a criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) em 1973, novos esforços foram feitos no sentido de aumentar a produtividade da cultura, dando continuidade ao trabalho então desenvolvido pela Epace. Os resultados foram obtidos já no início dos anos 1980, com o lançamento de novas variedades de cajueiro desenvolvidas pela empresa e que permitiam maior produtividade da cultura. (ALMEIDA, 2004).

Deve-se destacar também que, além da importância na geração de divisas para a região Nordeste, o setor possui ainda grande importância na geração de empregos, uma vez que sua produção está localizada em estados onde as condições climáticas não permitem o desenvolvimento de qualquer cultura, sobretudo no Ceará, que é o maior produtor. A indústria processadora do caju gera cerca de 15.000 empregos. Entretanto, a cultura do cajueiro gera cerca de 200.000 empregos por ocasião da colheita e 40.000 durante o ano inteiro (PAULA PESSOA, 1997).

Aliado a isso, acrescenta-se que esse setor detém um sistema alternativo de processamento da castanha de caju, desenvolvido pela Embrapa, em parceria com a Companhia de Produtos Alimentícios do Nordeste (Copan), denominado minifábrica, que, além de contribuir para elevar a qualidade do produto, também desempenha importante papel na geração de empregos, visto que requer baixo investimento para adoção da tecnologia. (CAVALCANTI, 2005).

No que tange à qualidade do produto, segundo Cavalcanti (2005), o mercado externo valoriza mais castanhas inteiras. O sistema produtivo brasileiro consegue apenas 55% de castanhas inteiras, ao passo que o maior competidor do Brasil, a Índia, consegue 85%.

O modelo proposto e implementado pela Embrapa visa superar essa limitação do setor, além de permitir a aquisição de máquinas e equipamentos acessíveis ao pequeno e médio empresário, descentralizando a renda que fica com os grandes produtores e impulsionando o desenvolvimento econômico das principais regiões produtoras.

Tendo em vista o exposto, coloca-se o seguinte problema: quais os fatores determinantes da inserção da castanha de caju brasileira no mercado internacional no período de 1990 a 2005? Dada a importância na geração de divisas e empregos em regiões onde as alternativas de culturas são limitadas, a investigação de quais fatores têm determinado o comportamento do país no mercado internacional torna-se relevante, uma vez que permitirá traçar um panorama do desempenho das exportações brasileiras, bem como sugerir algumas políticas de fomento ao setor.

## 2 – OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo geral analisar a inserção do país no mercado mundial de castanha de caju no período de 1990 a 2005. Especificamente, pretende:

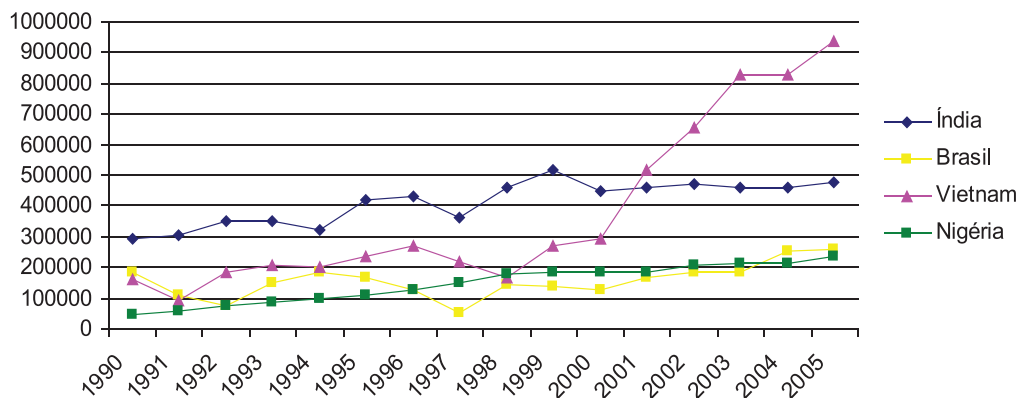
- a) discutir a inserção do Brasil e de seus principais concorrentes no mercado internacional de castanha de caju;
- b) determinar e quantificar a influência dos principais fatores responsáveis pelo crescimento das exportações do setor.

## 3 – CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO EXTERNO

A concentração é a principal característica do mercado externo da castanha de caju, seja pelo lado da oferta, seja pelo lado da demanda. Os principais países produtores são Vietnã, Índia, Brasil e Nigéria.

De acordo com o Gráfico 1, constata-se o crescimento acelerado da produção vietnamita. O Brasil, a partir de 2001, tornou-se o principal produtor mundial; o crescimento observado de sua produção, em mil toneladas, entre 1990 e 2005, foi de 486%. O país, que aparece como terceiro maior produtor mundial, apresentou crescimento moderado da ordem de 39%, sendo, a partir de 1999, ultrapassado pela Nigéria, cujo crescimento entre 1990 e 2005 foi de 428%. O elevado crescimento percentual da produção deste país está relacionado ao fato de que, no início do período analisado, sua produção era extremamente baixa.

É importante ressaltar que o crescimento acelerado da produção vietnamita a partir de 2000 é resultado de esforços governamentais no sentido de promover o setor. Segundo Nair (2008), o governo vietnamita gastou cerca de US\$ 1,4 bilhão no período 2000-2005 no intuito de promover a modernização do setor produtivo, de forma a elevar a qualidade e a produção de castanha do país. Ademais, segundo Giang (2008), políticas governamentais adequadas, mais de 400.000ha de área plantada, mais de 200 fábricas, mão-de-obra barata, abundante e criativa e boas



**Gráfico 1 – Evolução da Produção de Castanha de Caju (Em Mil Toneladas) nos Principais Países Produtores, 1990 a 2005**

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da *Food and Agriculture Organization* (FAO).

relações com clientes têm favorecido a expansão do país no mercado mundial de castanha de caju.

A Índia, responsável pela maior parte da produção mundial em boa parte do período analisado, apresentou crescimento de 62% entre 1990 e 2005, o que reflete o menor dinamismo do setor produtivo deste país em relação ao seu principal concorrente no mercado: o Vietnã.

As exportações, a exemplo da produção, também são concentradas em alguns poucos países. Índia, Brasil, Vietnã e Holanda são os principais exportadores. (Gráfico 2). As exportações apresentaram tendência de crescimento ao longo do período para todos os países, com destaque para o desempenho apresentado pelo Vietnã, cujo crescimento das exportações em dólares entre 1990 e 2005 foi da ordem de 3.594%. O país, em 1990, praticamente não participava do mercado internacional do produto, apresentando, entretanto, crescente inserção no mercado a partir de 1993. A Índia, principal exportador mundial do produto, apresentou crescimento no período de 137%, o que sugere que o país, por não acompanhar o crescimento observado para o seu principal concorrente no mercado, perderá sua posição de principal exportador mundial. O Brasil, que se manteve como segundo maior exportador mundial até 1999, ano em que foi ultrapassado pelo Vietnã, mostrou menor dinamismo,

se comparado a este país, já que, entre 1990 e 2005, as exportações brasileiras cresceram 85%.

É importante ressaltar que tanto o setor exportador indiano quanto o brasileiro apresentaram-se dinâmicos. Entretanto, a rápida inserção do produto vietnamita no mercado, sobretudo a partir de 2000, limitou a expansão desses países no mercado externo.

A crescente inserção do Vietnã no mercado internacional de castanha a partir de 2000 pode ser explicada por outros fatores além daqueles ligados ao setor produtivo, destacados anteriormente. Segundo Nair (2008), os Estados Unidos reduziram a zero a tarifa de importação sobre castanhas de caju em 2001, fato que certamente influenciou as exportações vietnamitas para o mercado americano. Outro fato destacado pelo autor diz respeito à inserção do Vietnã em novos mercados como Irã, Arábia Saudita e Rússia.

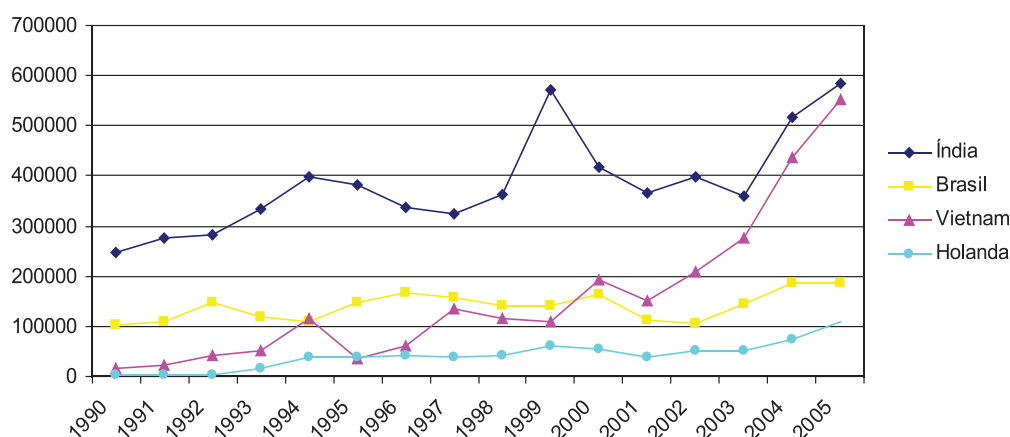
É importante destacar que a Holanda não aparece como produtor, mas ainda assim participa do mercado externo do produto, o que caracteriza as exportações realizadas por este país como reexportações. O crescimento observado de suas exportações no período foi de 2.724%. Outro fato a ser destacado é que a Nigéria, que figura como grande produtor mundial, não aparece como importante exportador do produto. Segundo dados da FAO, as exportações de castanha

desse país são insignificantes, se comparadas às dos demais países, apresentando, inclusive, alguns anos de interrupção no período considerado, o que sugere que a maior parte da castanha produzida no país é consumida pelo mercado interno.

Os principais países responsáveis pela demanda mundial do produto são Estados Unidos, Holanda, Canadá e Japão. Por meio do Gráfico 3, pode-se constatar a evolução das importações desses países.

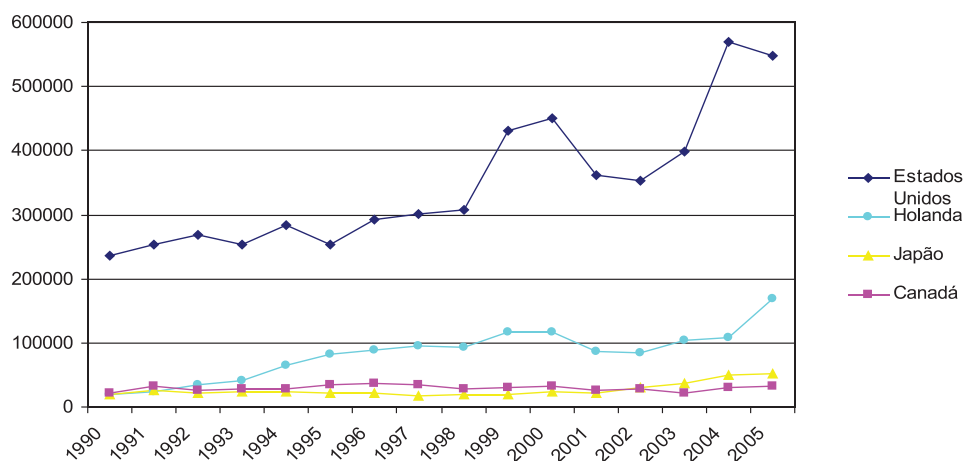
Os Estados Unidos são os principais importadores mundiais. Em 1990, importaram US\$ 236.306 milhões e, em 2005, US\$ 549.078 milhões, o que corresponde a um aumento de 132%. O produto é amplamente utilizado na produção de *snack foods* e sobremesas como sorvetes e chocolates, largamente consumidos pela população do país, além de ser consumido também com bebidas alcoólicas.

A Holanda é o segundo maior importador



**Gráfico 2 – Evolução das Exportações (Em US\$ 1.000) dos Principais Países Exportadores, 1990 a 2005**

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da Food and Agriculture Organization (FAO).



**Gráfico 3 – Evolução das Importações (em US\$ 1.000) dos Principais Países Consumidores, 1990 a 2005**

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da Food and Agriculture Organization (FAO).

mundial de castanha. No entanto, a maior parte das importações do país é direcionada a outras nações europeias, conforme mencionado anteriormente. Em 1990, o país importou US\$ 18.962 milhões e, em 2005, US\$ 169.939 milhões, ou seja, um crescimento de 469%. O consumo nos países europeus está relacionado ao consumo de vinhos e, principalmente, à utilização como matéria-prima pela indústria de chocolates e na produção de sobremesas.

O mercado canadense, embora não tão expressivo quanto o americano, apresentou-se mais dinâmico, já que o crescimento observado de suas importações entre 1990 e 2005 equivaleu a 157%. Já o mercado japonês, além da pouca expressividade, também se apresentou pouco dinâmico, visto que o crescimento do mercado entre 1990 e 2005 para o país ficou em torno de 49%.

## 4 – METODOLOGIA

### 4.1 – Referencial Teórico

#### 4.1.1 – Teoria da Competitividade

O conceito de competitividade internacional foi abordado inicialmente por Adam Smith e David Ricardo nos séculos XVIII e XIX. Esses autores buscaram explicar o posicionamento das nações no mercado internacional por meio de suas teorias de vantagem absoluta e comparativa, respectivamente.

Atualmente, tornou-se consenso entre os pesquisadores que o conceito de competitividade é bem mais amplo que o original e abrange vários fatores. Segundo Haguenaer (2007), os conceitos de competitividade podem ser divididos em dois grupos. O primeiro deles entende a competitividade como desempenho, expressa pela participação no mercado (*market-share*) alcançada por uma firma em determinado ponto do tempo. A participação das exportações da firma ou conjunto de firmas no comércio internacional total do produto aparece como seu indicador mais imediato, considerando-se, nesse caso, a competitividade internacional. No segundo grupo estariam os conceitos que atribuem a competitividade à eficiência produtiva. Sob esta ótica, a competitividade está associada à capacidade de uma

firma/indústria produzir bens com maior eficácia que os concorrentes no que se refere a preços, tecnologia, salários e produtividade, estando relacionada às condições gerais ou específicas em que se realiza a produção da firma/indústria vis-à-vis à concorrência.

Para aqueles que entendem a competitividade como desempenho, é razoável supor que a eficiência na utilização de recursos definiria apenas algumas fontes de competitividade existentes em uma firma/ indústria, mas nunca a competitividade em si, já que esta depende de muitos outros fatores, entre os quais muitos são subjetivos. Segundo Fajnzylber (1988), os fatores determinantes da competitividade podem ser extremamente abrangentes, uma vez que competem entre si no mercado internacional não apenas empresas, mas sistemas produtivos, esquemas institucionais, organizações sociais, sistemas educacionais, infraestrutura de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D), sistemas financeiros etc. Assim, competitividade é uma variável que sintetiza fatores preço e não-preço, dentre os quais cabe destacar ainda: qualidade de produtos e fabricação, habilidade de servir ao mercado, além da capacidade de diferenciação de produtos.

A competitividade, entendida como fruto único e exclusivo da eficiência produtiva, atribui o desempenho no mercado como consequência da competitividade e não sua expressão. No entanto, segundo Haguenaer (2007), acreditar que a maior eficiência produtiva se traduza em maior participação no mercado implica aceitar os cânones da concorrência perfeita no sentido de que há total mobilidade de capital, inexistem barreiras à entrada e saída de novos concorrentes no mercado, não há preferências dos consumidores nem discriminação de preços entre mercados, além de outras suposições pouco realistas.

Ao longo dos anos, vários foram os métodos elaborados que permitem mensurar as vantagens competitivas de um país em determinado setor e comparar seu desempenho com o dos principais concorrentes no mercado externo.

No presente trabalho, optou-se por dois indicadores que visam determinar o posicionamento e a vantagem comparativa revelada da castanha de caju brasileira

no mercado externo. Os indicadores utilizados foram o Índice de Posição Relativa no Mercado (POS, Lafay et al. (1999), e o Índice de Vantagem Comparativa Revelada, Balassa (1989). Adicionalmente, utilizou-se o modelo de comércio internacional de *Constant-market-share* para determinar os fatores e em que medida cada um deles favoreceu o crescimento das exportações. Ou seja: a competitividade, neste trabalho, é analisada sob o entendimento do enfoque do desempenho.

## 4.2 – Modelo Analítico

### 4.2.1 – Índice de Posição Relativa no Mercado (POS)

Este índice, sugerido por Lafay et al. (1999), determinar a posição do país  $i$  no mercado mundial do produto  $k$ , pela divisão do saldo comercial do país  $i$ , no produto  $k$ , pelo comércio mundial  $W$  do produto  $k$  (exportações mais importações mundiais do produto  $k$ ), em determinado período de tempo  $n$ .

Algebricamente, tem-se:

$$POS_{ik}^n = 100^* \left( \frac{X_{ik}^n - M_{ik}^n}{W_k^n} \right) \quad (1)$$

em que  $POS_{ik}^n$  é a posição do país  $i$  no mercado mundial do produto  $k$ , em determinado ano  $n$ ;  $X_{ik}^n$ , valor das exportações do produto  $k$ , do país  $i$ ;  $M_{ik}^n$ , valor das importações do produto  $k$ , do país  $i$ ; e  $W_k^n$ , valor das exportações mais as importações mundiais do produto  $k$ , em determinado ano  $n$ .

O indicador pode apresentar resultados positivos e negativos. Os países que apresentarem resultados positivos terão posicionamento relativo superavitário no comércio internacional, e aqueles que mostrarem resultados negativos terão posicionamento relativo deficitário no comércio internacional do produto.

Segundo Lafay et al. (1999), esse indicador de competição internacional é influenciado por variáveis macroeconômicas, pelo peso da economia do país em relação ao mundo, pelas características estruturais do consumo e da produção do bem e pelas distorções que podem ser introduzidas pelo poder público, como subvenção às exportações e, ou, geração de barreiras ao processo de importação.

### 4.2.2 – Índice de Vantagem Comparativa Revelada de Balassa (VCR)

O Índice de Vantagem Comparativa Revelada, VCR, sugerido por Balassa (1989), busca mensurar a vantagem comparativa com base nos fluxos de comércio passado, pressupondo que a eficiência produtiva relativa de um país possa ser identificada por meio de seu desempenho no comércio internacional.

Para o caso deste indicador, resultados maiores do que a unidade indicam que o país possui vantagem comparativa na produção do bem em questão. Quanto mais alto for o indicador, maior será a vantagem comparativa do país no comércio internacional. A Vantagem Comparativa Revelada pode ser definida pela seguinte expressão:

$$VCR = \frac{\frac{X_k^{país}}{X_T^{país}}}{\frac{X_k^{mundo}}{X_T^{mundo}}} \quad (2)$$

em que  $X_k^{país}$  é o valor das exportações do bem  $k$  do país;  $X_T^{país}$ , valor das exportações totais do país;  $X_k^{mundo}$ , valor das exportações mundiais do bem  $k$ ; e  $X_T^{mundo}$ , valor das exportações totais do mundo.

A vantagem comparativa também pode ser calculada de maneira dinâmica, para observar os ganhos ou perdas obtidas quando os países trocam de posição em suas capacidades de inserção no comércio internacional. Para isso, selecionam-se os países a serem comparados, calculando-se em seguida os seus respectivos índices de VCR para dada série temporal de dados, o que permite a observação dos seus respectivos posicionamentos no mercado internacional do bem que esteja sendo analisado.

### 4.2.3 – O modelo *constant-market-share*

O modelo de *Constant-market-share*, em linhas gerais, atribui o crescimento favorável ou desfavorável do setor exportador de um dado país ao crescimento do comércio internacional, à estrutura das exportações, ao mercado de destino e à competitividade.

Este modelo permite determinar o peso de cada um desses efeitos nas exportações e mostra a extensão para a qual estas se direcionam para mercadorias e, ou, mercados com maior potencial de expansão.

Vários trabalhos utilizaram o modelo de *Constant-market-share* para analisar a evolução de diferentes setores exportadores da economia brasileira. Dentre eles, cabe destacar os de Carvalho (1995), para o complexo agroindustrial; Alves (2000), para a manga; Stalder (1997), para o açúcar; e Rocha (2002), para a soja em grão.

A equação completa do modelo, tal como proposto por Leamer e Stern (1970), que leva em consideração todos os efeitos anteriormente mencionados, é apresentada a seguir:

$$V_{\bullet}^* - V_{\bullet} \equiv r_{\bullet} V_{\bullet} + \sum_i (r_i - r) V_i + \sum_i \sum_j (r_{ij} - r_i) V_{ij} + \sum_i \sum_j (V_{ij}^* - V_{ij} - r_{ij} V_{ij}) \quad (3)$$

em que:

$V_{ij}$  = valor das exportações da mercadoria  $i$  para o país  $j$ , no período 1;

$V_{ij}^*$  = valor das exportações da mercadoria  $i$  para o país  $j$ , no período 2; e

$r_{ij}$  = incremento percentual das exportações mundiais da mercadoria  $i$  para o país  $j$ , do período 1 para o período 2.

A equação anterior permite decompor a taxa de crescimento das exportações do país em questão ( $V_{\bullet}^* - V_{\bullet}$ ) em quatro efeitos, quais sejam:

- (a) **Efeito crescimento do comércio mundial:** aumento observado, se as exportações do país tiverem crescido à mesma taxa de crescimento do comércio mundial, ou seja, o crescimento das exportações ocorre devido ao crescimento mundial das exportações;
- (b) **Efeito composição da pauta:** mudança na estrutura da pauta com concentração em mercadorias com crescimento de demanda, ou seja, aumento devido à composição das exportações do país;

- (c) **Efeito destino das exportações:** mudanças decorrentes das exportações de mercadorias de crescimento mais ou menos dinâmico, ou seja, crescimento decorrente da distribuição do mercado de exportação do país;

- (d) **Efeito residual, representando competitividade:** o resíduo reflete a diferença entre o crescimento efetivo das exportações e o crescimento que teria ocorrido nas exportações do país, se a participação de cada bem, para os mercados compradores, tivesse sido mantida. A medida deste efeito residual está relacionada com mudanças nos preços relativos, isto é, os importadores tendem a substituir o consumo dos bens cujos preços se elevam pelo consumo daqueles com preços relativos menores.

Uma das limitações do modelo *Constant-market-share* é atribuir o efeito competitividade apenas a variações nos preços relativos, uma vez que variáveis como diferenciação de produtos, aumento na eficiência de comercialização e capacidade para o cumprimento de prazos junto aos compradores certamente estariam compreendidos no resíduo de competitividade. (LEAMER; STERN, 1970).

Entretanto, a utilização do modelo proporciona orientação estratégica tanto para o governo como para o setor privado na adoção de políticas adequadas ao fomento das exportações, visto que permite observar quais mercadorias e mercados estão apresentando maior crescimento.

Para operacionalização do modelo, faz-se necessária a definição de períodos de análise. No presente trabalho, foram selecionados três subperíodos. Os dois primeiros representam a média de cinco anos e o último, a média de seis anos. Na definição dos subperíodos, é importante observar mudanças ocorridas em políticas macroeconômicas nacionais e/ou mudanças no mercado internacional. Assim:

- a) 1990/1994: período que compreende os primeiros anos da abertura comercial;
- b) 1995/1999: período que representa o



aprofundamento da abertura comercial e a implantação do Plano Real, com a consequente estabilização de preços; e

- c) 2000/2005: este período é marcado pela desvalorização cambial, até 2003, e pela continuidade da desregulamentação das políticas comerciais protecionistas.

É importante ressaltar que o efeito estrutura não será analisado no presente trabalho, em virtude do fato de se estar trabalhando com apenas um produto de exportação.

## 5 – FONTE DE DADOS

Os dados utilizados neste trabalho foram obtidos a partir dos sites da *Food and Agriculture Organization* (FAO) e do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

## 6 – ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 6.1 – Análise da Inserção do Brasil e de seus Principais Concorrentes no Mercado Externo de Castanha de Caju

Índice de Posição Relativa no Mercado (POS)

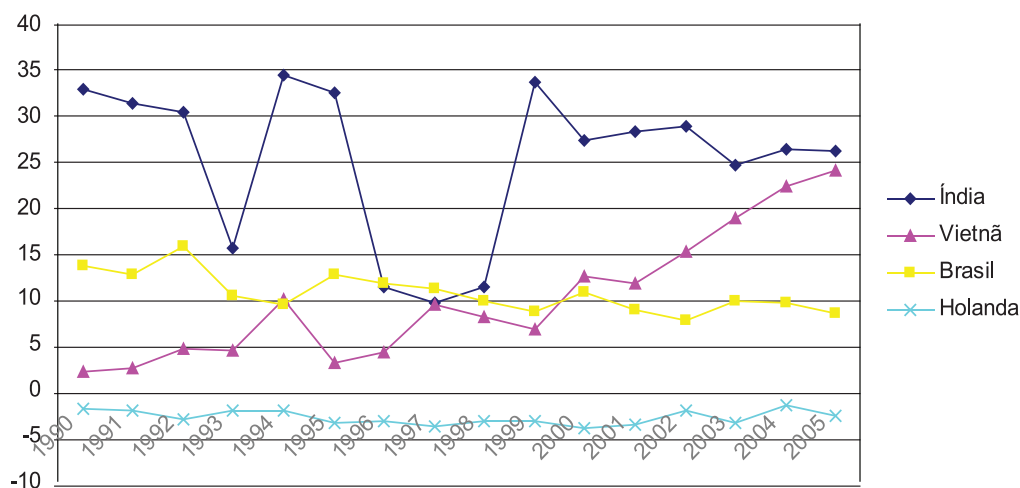


Gráfico 4 – Índice de Posição Relativa do Brasil, Índia, Vietnã e Holanda, no Período de 1990 a 2005

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da *Food and Agriculture Organization* (FAO).

A análise do Índice de Posição Relativa (Gráfico 4) mostrou que, ao longo do período analisado, a Índia foi responsável pela maior parte das exportações de castanha de caju; sua posição relativa no mercado internacional do produto só foi superada pelo Brasil nos anos de 1996 e 1997. A queda no índice da Índia neste período e a consequente superação pelo índice brasileiro podem ser explicadas pelo fato de que, neste período, as importações indianas do produto aumentaram de forma significativa, o que influenciou de forma decisiva o seu comportamento. Entretanto, nos anos seguintes, a Índia recuperou sua posição relativa no mercado. Ao considerarmos todo o período em foco para a análise, a posição relativa do país no mercado internacional apresentou redução, uma vez que o índice calculado no início do período em 1990 apresentou o valor 32,94, ao passo que, em 2005, este mesmo valor ficou em cerca de 26,10, o que representa queda de 20,76%. Apesar do comportamento descendente da posição relativa do país no mercado internacional, a Índia possui importantes vantagens de custo de mão-de-obra e de qualidade do produto em relação a seus concorrentes.

A posição relativa do Brasil no mercado internacional mostrou-se mais constante que a observada para a Índia. Entretanto, a exemplo deste país, o índice brasileiro também apresentou redução no período de 1990 a 2005. A queda verificada foi da

ordem de 38,07%, já que, em 1990, o valor calculado para o índice brasileiro foi de 13,50 e, em 2005, de 8,36. Esse comportamento pode ser explicado, em parte, por dificuldades do setor de processamento de castanha brasileiro em obter um produto de qualidade superior ao dos países asiáticos. Esta é uma grande limitação à expansão do produto nacional no mercado externo, já que, no processamento da castanha brasileira, grande parte do produto obtido, cerca de 45%, resulta em castanhas quebradas, que não possuem grande aceitação no mercado externo ou são pouco valorizadas, ao passo que o setor de processamento da Índia obtém apenas 15% de castanhas quebradas. (CAVALCANTI, 2005). Destaque-se que o baixo rendimento da indústria nacional no que diz respeito à obtenção de castanhas inteiras, resultado do processamento mecanizado, tem forte relação com o elevado custo, em razão dos encargos sociais, da mão-de-obra no país. Além disso, a elevada carga tributária vivenciada pelo setor produtivo nacional como um todo pode ser apontada como fator limitador da inserção do país no mercado internacional.

A Holanda aparece como reexportador do produto, visto que sua posição relativa no mercado indica ser este país deficitário nas negociações com castanha de caju, o que o caracteriza como importador líquido do produto. O indicador holandês, entretanto, apresentou melhora ao longo do período analisado. Em comparação a 1990, o crescimento do índice em 2005 foi da ordem de 37,31%, apesar de ainda continuar negativo.

O Vietnã foi o único, entre os países exportadores, que apresentou crescimento significativo no seu Índice de Posição Relativa. Em 1990, o valor do índice calculado para este país foi de 1,98 e atingiu 24,04 em 2005, o que representa aumento da ordem de 1.114%. O país, a exemplo da Índia, possui vantagens de custo de mão-de-obra e seu setor de processamento, ao obter maior volume de castanhas inteiras, consegue grande aceitação do produto no mercado externo. Tanto a Índia como o Vietnã utilizam grande quantidade de mão-de-obra no processamento de castanha, o que lhes permite a obtenção de maior volume de castanhas inteiras.

Outro aspecto a ser destacado e que provavelmente tem influenciado o posicionamento relativo no mercado internacional do produto são as diferentes políticas

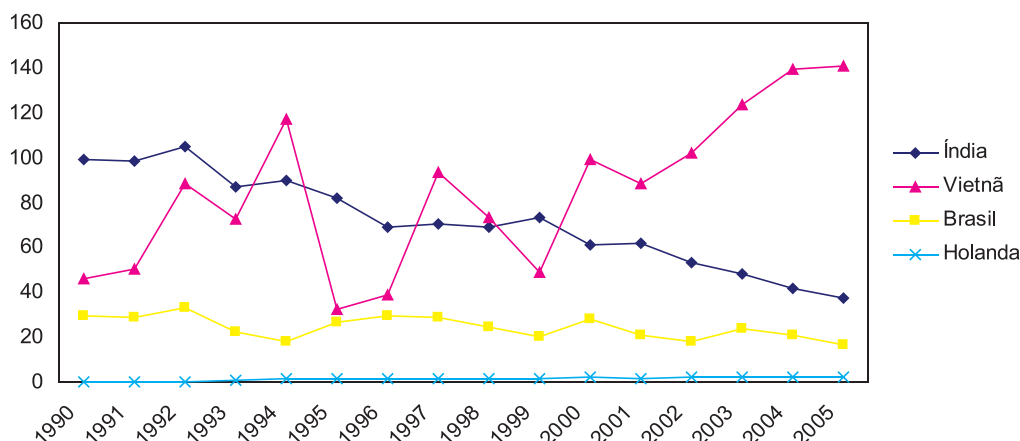
cambiais adotadas nos países concorrentes. No Brasil, durante boa parte do período analisado, a política cambial atuou no sentido de manter o câmbio sobrevalorizado, sobretudo nos períodos 1994-1999 e 2004-2005. Entretanto, não só a Índia e o Vietnã, como também outros países asiáticos, vêm adotando a partir dos anos 1990 políticas cambiais que visam à subvalorização cambial no intuito de promover saldos comerciais superavitários, acúmulo de reservas e crescimento acelerado de suas economias. (BELLUZO, 2007). A estratégia de desenvolvimento adotada por estes países no que diz respeito à política cambial vem contribuindo para que eles apresentem crescimento acelerado de suas exportações em detrimento de seus concorrentes no mercado externo. Este fato vem contribuindo para determinar o posicionamento da Índia e do Vietnã no mercado internacional de castanha de caju.

Entretanto, a política cambial adotada nos países asiáticos, segundo Belluzzo (2007), tem um custo crescente. Isso porque as operações de esterilização – mediante a colocação de títulos públicos para absorver o “excesso” de liquidez gerado pela formação de reservas – estão se tornando cada vez mais onerosas, o que poderá inviabilizar a continuidade, em longo prazo, da subvalorização cambial.

#### **Índice de Vantagem Comparativa Revelada de Balassa (VCR)**

Ao observar os resultados obtidos pelo método sugerido por Balassa para mensuração da vantagem comparativa de um país para produção de determinado produto (Gráfico 5), verifica-se que a Índia, apesar de dominar o mercado externo do produto, apresentou redução em sua vantagem comparativa revelada da ordem de 62,27%. O indicador calculado para o país em 1990 apresentou o valor de 98,90, ao passo que, em 2005, o valor calculado foi da ordem de 37,31. O comportamento apresentado pela Índia indica que o país tem perdido sua capacidade de inserção no mercado externo de castanha de caju, apesar de suas vantagens mencionadas anteriormente.

O Vietnã mostrou elevação considerável de sua inserção no mercado externo, o que indica que este país está se especializando na produção de castanha de caju. O país, a partir de 2000, apresentou maior



**Gráfico 5 – Indicador de Vantagem Comparativa Revelada para o Brasil, Índia, Vietnã, e Holanda, no período de 1990 a 2005**

**Fonte:** Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da *Food and Agriculture Organization (FAO)*.

indicador que todos os demais. O crescimento verificado foi da ordem de 204,66%, já que o valor do índice para este país em 1990 foi da ordem de 46,13, atingindo o valor de 140,54 em 2005.

O Brasil, a exemplo da Índia, também apresentou redução em sua vantagem comparativa. O indicador calculado para o país apresentou queda da ordem de 42,76%. Em 1990, o indicador brasileiro era de 29,23, atingindo o valor 16,73 em 2005.

A Holanda foi um dos países que apresentaram aumento em sua inserção no mercado externo do produto. Cabe destacar que o país, até 1993, não apresentou vantagem comparativa, uma vez que o indicador calculado ficou abaixo da unidade. Entretanto, após esse período, houve crescimento da inserção internacional de castanha de caju proveniente da Holanda, visto que o indicador apresentou crescimento da ordem de 65,30%, passando de 1,47 em 1994 para 2,43 em 2005. Contudo, apesar do crescimento apresentado, o país continuou com baixo indicador em relação aos demais. É importante destacar que o Indicador de Vantagem Comparativa Revelada tem por objetivo analisar a existência da vantagem comparativa para produção de determinado bem por certo país. Como destacado anteriormente, a Holanda não é produtor de castanha, e sim um país reexportador do

produto. Todavia, a existência de ampla infra-estrutura de comercialização naquele país permite que ele importe grande quantidade de produtos agrícolas e os reexporte para outros países do continente europeu, fato que influenciou o cálculo do indicador.

Pela análise dos indicadores expostos e por meio da análise do crescimento apresentado pelas exportações vietnamitas ao longo do período analisado, pode-se concluir que o país, que já é o maior produtor mundial, ameaça a posição da Índia de maior exportador mundial de castanha de caju.

## 6.2 – Análise dos Principais Fatores Determinantes das Exportações Brasileiras de Castanha de Caju

Analisando os resultados obtidos por meio do modelo de *Constant-market-share*, foi possível determinar quais fatores exerceram maior influência sobre o desempenho das exportações brasileiras de castanha de caju.

De acordo com os resultados observados na Tabela 1, elaborada com base nos dados da Tabela A.1, apresentada em anexo, para os subperíodos 1990/1994 e 1995/1999, constata-se que a participação do Brasil no total mundial comercializado caiu de 24,9 para 23,2%. A queda da participação brasileira no

comércio mundial do produto teve como causa principal a perda de importância do país na pauta de importações dos principais importadores de castanha de caju brasileira. Segundo os dados apresentados na Tabela A.1, Holanda e Itália reduziram a participação brasileira em suas respectivas pautas de importação, ao passo que os Estados Unidos, principal importador, elevaram muito pouco a participação brasileira em suas importações. No subperíodo 1990/1994, cerca de 35,4% de toda a castanha importada pelos Estados Unidos era proveniente do Brasil. Entretanto, no subperíodo seguinte, 1995/1999, a parcela brasileira no mercado americano foi de 36%. As exportações brasileiras perderam importância no mercado holandês e italiano, já que, entre os subperíodos analisados, a redução observada para esses mercados foi de 7,8 para 6,1% e de 36,7 para 25,8%, respectivamente, o que indica a substituição do produto brasileiro pelo produto dos concorrentes nesses mercados.

A Tabela 1 traz os principais componentes que determinaram o comportamento das exportações brasileiras de castanha de caju entre os dois primeiros subperíodos analisados. Os efeitos tamanho do mercado e competitividade foram fatores explicativos do crescimento positivo das exportações brasileiras, uma vez que o resultado encontrado para esses dois efeitos foi de 132,35% e 47,34%. O efeito destino atuou no sentido de limitar o crescimento das exportações apresentado entre os subperíodos, já que o valor encontrado para este efeito foi de -79,69%.

O efeito tamanho do mercado foi provavelmente provocado pela abertura comercial promovida na maioria dos países do mundo durante a década de 1990, que permitiu a expansão dos mercados de exportação. Já o efeito competitividade foi possivelmente influenciado pela estabilização da economia em 1994 com a implementação do Plano Real, que conferiu maior competitividade à economia como um todo, uma vez que permitiu o estancamento do processo inflacionário. Com o fim da inflação, as empresas nacionais passaram a ter melhores condições de planejar seus investimentos e maiores incentivos, dada a maior concorrência internacional ocasionada pela sobrevalorização do real, para melhorar suas estruturas organizacionais, o que certamente atuou, neste período, no sentido de elevar a competitividade da economia. O efeito destino mostrou-se negativo principalmente devido ao fato de que o Brasil concentrou suas exportações em mercados que apresentaram crescimento inferior ao do mercado mundial.

De acordo com a Tabela 2, o crescimento do mercado mundial de castanha de caju entre os subperíodos 1990/1994 e 1995/1999 foi da ordem de 38,2% (coluna A-B). No entanto, dois importantes mercados importadores do Brasil – Estados Unidos e Canadá – apresentaram crescimento da ordem de 22,4% e -13,1%, respectivamente. Nesse ponto, cabe ressaltar que, devido à grande importância do mercado americano nas exportações brasileiras de castanha de

**Tabela 1 – Componentes do Ganho e da Perda nas Exportações Brasileiras de Castanha de Caju, nos Períodos de 1990/1994 a 1995/1999 (Em US\$ 1.000)**

	1990/1994	1995/1999
Importação mundial	471.392 (A1)	651.380 (A2)
Exportação do Brasil	117.515 (B1)	151.272 (B2)
Market-share (%)	24,9 (C1)	23,2 (C2)
Var. exp. total Brasil (B2-B1)		33.757 (D)
Market-share 1990/1994 sobre (A2)		162.194 (E)
M-s de 1990/1994 p/país sobre suas imp. em 1995/1999		135.293 (F)
Efeitos (ganhos e perdas)	(US\$ 1.000)	%
Var. da exportação total (D)	33.757	
Tamanho do mercado (E-B1)	44.679	132,35
Destino (F-E)	-26901	-79,69
Competitividade (B2-F)	15.979	47,34

Fonte: Resultados da Pesquisa.

caju, o comportamento do efeito destino é fortemente influenciado pelo crescimento deste mercado, o que explica o valor apresentado por este efeito, apesar do forte crescimento apresentado pelos demais mercados.

Apesar da influência negativa do efeito destino sobre o desempenho das exportações de castanha de caju, os efeitos competitividade e tamanho de mercado foram grandes o bastante para superá-lo durante o período de análise abordado na Tabela 1.

Considerando os determinantes das exportações de castanha de caju entre os subperíodos 1990/1994 e 2000/2005, de acordo com a Tabela 3, constatam-se importantes alterações na participação do país no mercado mundial, nas magnitudes de cada efeito e também no sentido de alguns deles.

A participação do Brasil no mercado mundial do produto caiu de 24,9% no primeiro subperíodo para 21,1% no segundo. Conforme a Tabela A.2, apresentada em anexo, constata-se a redução da participação das exportações brasileiras nas pautas de importação de todos os países consumidores de castanha, o que conseqüentemente tem contribuído para reduzir a importância do país no mercado mundial.

O efeito tamanho do mercado aparece como principal fator explicativo do crescimento das exportações entre os subperíodos abordados na Tabela 3. Este efeito continua sob a influência da abertura comercial, responsável pela continuidade da expansão do comércio internacional.

O efeito destino favoreceu o crescimento das

exportações, já que o valor apresentado por este foi de 54,07%. Isso porque, entre 1990/1994 e 2000/2005, o crescimento dos principais mercados importadores do produto brasileiro foi maior que o crescimento do mercado mundial. De acordo com a Tabela 2, coluna A-C, o crescimento do mercado mundial para o período foi da ordem de 50,8%, ao passo que o crescimento de todos os mercados importadores foi superior. Nesse aspecto, cabe destacar o crescimento dos mercados italiano e libanês, que, apesar de pouco expressivos, apresentaram-se dinâmicos.

O efeito competitividade, que, anteriormente, atuou no sentido de elevar as exportações, passa agora a induzir o menor crescimento do produto brasileiro no mercado externo. O valor para este efeito no período em análise foi de -137,37%, constituindo-se no principal fator negativo para o desempenho do setor.

O resultado obtido para a competitividade reflete a atual situação de desorganização da cadeia produtiva do caju. A indústria de processamento tem dificuldade em obter matéria-prima de qualidade, o que influencia de maneira decisiva a qualidade do produto final. Além disso, não há regularidade no fornecimento de matéria-prima por parte dos cajucultores à indústria de processamento, uma vez que a baixa utilização de tecnologia por parte dos pequenos e médios agricultores os deixa vulneráveis a pragas, doenças e secas, que, muitas vezes, compromete sua produção. Segundo Paula Pessoa (2006), as flutuações na oferta de matéria-prima potencializam um nível de ociosidade na indústria processadora de cerca de 42%, o que contribui para elevação dos custos. Existe ainda o fato

**Tabela 2 – Crescimento dos Principais Mercados Importadores de Castanha de Caju Brasileira**

Mercados	1990/1994 (A)	1995/1999 (B)	2000/2005 (C)			
	Importação Total (US\$1000)	Importação Total (US\$1000)	Importação Total (US\$1000)	A-B	A-C	B-C
Estados Unidos	259.281	317.297	446.822	22,4	72,3	40,8
Holanda	36.808	95.592	111.993	159,7	204,3	17,2
Canadá	22.985	19.982	35.814	-13,1	55,8	79,2
Libano	2.022	4.204	7.649	107,9	278,3	81,9
Itália	1.842	6.884	11.622	273,7	530,9	68,8
Mundo	471.392	651.380	710.734	38,2	50,8	9,1

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da *Food and Agriculture Organization* (FAO).

**Tabela 3 – Componentes do Ganho e da Perda nas Exportações Brasileiras de Castanha de Caju, nos Períodos de 1990/1994 a 2000/2005 (em US\$ 1.000)**

	1990/1994	2000/2005
Importação mundial	471392 (A1)	710734 (A2)
Exportação do Brasil	117515 (B1)	149952 (B2)
<i>Market-share</i> (%)	24,9 (C1)	21,1 (C2)
Var. exp. total Brasil (B2-B1)		32437 (D)
<i>Market-share</i> 1990/1994 sobre (A2)		176973 (E)
<i>M-s</i> de 1990/1994 p/país sobre suas imp. em 00/05		194512 (F)
Efeitos (ganhos e perdas)	(em US\$1000)	%
Var. da exportação total (D)	32437	
Tamanho do mercado (E-B1)	59458	183,30
Destino (F-E)	17539	54,07
Competitividade (B2-F)	-44560	-137,37

**Fonte:** Resultados da Pesquisa.

de que cerca de 83% da comercialização da castanha é realizada por intermediários, o que contribui para elevar o custo das indústrias e reduzir o preço pago ao produtor agrícola. (PAULA PESSOA, 2006). Outro fator importante para explicar o efeito competitividade, conforme ressaltado anteriormente, é a tecnologia de descasque mecanizado utilizada pela indústria processadora, que gera cerca de 45% de castanhas quebradas, reduzindo assim a competitividade do produto nos mercados externos mais exigentes. A elevada carga tributária também pode ser mencionada como fator limitador da competitividade nesse período.

Cabe ressaltar que, embora o efeito competitividade tenha sido negativo, os efeitos tamanho de mercado e destino foram positivos e significativos o suficiente para sobrepujá-lo.

Analisando o comportamento das exportações entre os subperíodos 1995/1999 e 2000/2005 por meio da Tabela 4, elaborada com base nos dados da Tabela A.3, constata-se a redução da participação brasileira no mercado mundial da castanha de caju de 23,2% para 21,1%. A Tabela A.3, apresentada em anexo, mostra a perda de importância do produto brasileiro nos mercados importadores selecionados, o que resultou na redução do *market-share* mundial da castanha de caju brasileira.

Nesse ponto, cabe uma ressalva com relação à

interpretação dos efeitos responsáveis pela variação das exportações brasileiras constantes da Tabela 4. Entre os períodos propostos nesta tabela, percebe-se que houve variação negativa das exportações em US\$1.320,00, fato que altera a interpretação dos efeitos, ou seja, os efeitos que apresentaram sinais negativos atuaram no sentido de elevar as exportações, ao passo que os efeitos positivos atuaram no sentido de limitá-las.

Assim, observando os resultados apresentados na Tabela 4, constata-se que o tamanho de mercado favoreceu o crescimento das exportações, uma vez que o valor encontrado para este efeito foi de -1.031,67%. Como enfatizado anteriormente, a liberalização comercial pode ser apontada como principal fator explicativo da influência deste efeito sobre as exportações.

O efeito destino tornou-se o principal efeito a impulsionar o setor. Conforme a Tabela 4, o valor encontrado para este foi da ordem de -2.712,5%. O fator responsável pela forte influência positiva deste efeito sobre as exportações foi o crescimento ocorrido nos mercados importadores de castanha brasileira, em relação ao crescimento do mercado mundial entre os subperíodos 1995/1999 e 2000/2005. Conforme a Tabela 2, coluna B-C, o crescimento do mercado mundial foi da ordem de 9,1%. Entretanto, o crescimento observado em todos os mercados importadores,

**Tabela 4 – Componentes do Ganho e da Perda nas Exportações Brasileiras de Castanha de Caju, nos Períodos de 1995/1999 e 2000/2005 (em US\$ 1.000)**

	1995/1999	2000/2005
Importação mundial	651.380 (A1)	710.734 (A2)
Exportação do Brasil	151.272 (B1)	149.952 (B2)
Market-share (%)	23,2 (C1)	21,1 (C2)
Var. exp. total Brasil (B2-B1)		-1320
Market-share 1994/98 sobre (A2)		164.890 (E)
M-s de 1994/98 p/país sobre suas imp. em 1999/04		200.695 (F)
Efeitos (ganhos e perdas)	(em US\$1000)	%
Var. da exportação total (D)	-1320	
Tamanho do mercado (E-B1)	13.618	-1.031,67
Destino (F-E)	35.805	-2.712,50
Competitividade (B2-F)	-50743	3.844,17

Fonte: Resultados da Pesquisa.

sobretudo o americano, foi consideravelmente superior ao crescimento mundial, o que tornou o efeito destino o principal fator favorável às exportações.

O efeito competitividade, entretanto, atuou no sentido de limitar as exportações de castanha de caju, uma vez que sua magnitude, 3.844,17%, foi mais que suficiente para compensar os demais efeitos. Esse resultado indica o agravamento da desorganização da cadeia produtiva do caju, citada anteriormente, com reflexos negativos sobre a inserção do produto brasileiro no mercado externo. Além disso, vale notar que a continuidade da elevada carga tributária existente no país certamente atuou na determinação desse efeito.

## 7 – CONCLUSÕES

A análise realizada anteriormente ressalta a importância da cultura do caju e de seu setor de processamento na geração de emprego, renda e divisas, bem como as dificuldades por que passa a cadeia produtiva do caju e seus reflexos sobre a participação do produto no mercado externo.

Os índices utilizados para analisar a inserção do Brasil no mercado internacional de castanha de caju indicaram redução de competitividade do setor, visto que tanto o índice de posição relativa quanto o indicador de vantagem comparativa revelada apresentaram tendência declinante. O

comportamento dos indicadores brasileiros, se comparado ao dos indicadores vietnamitas, aponta para o aumento da inserção do produto proveniente do Vietnã em detrimento do produto brasileiro. O aumento da participação daquele país no mercado externo deve-se à qualidade de seu produto, com relação à integridade física da castanha, o que indica a necessidade de o Brasil concentrar esforços que garantam a melhoria na qualidade do produto nacional nesse aspecto. Outro ponto a ser destacado são os esforços do governo do Vietnã no sentido de promover as exportações por meio de programas de modernização do setor produtivo aliados a uma política cambial favorável. Entretanto, a política cambial crescentemente onerosa poderá comprometer a competitividade atingida pelo país no longo prazo.

A análise de *Constant-market-share* mostrou que, no início do período proposto, os principais mercados que importaram o produto brasileiro apresentaram crescimento inferior ao do mercado mundial, com destaque para os Estados Unidos, o que permitiu concluir que o país concentrou suas exportações em mercados pouco dinâmicos. Entretanto, no final do período, mais especificamente na análise entre os subperíodos 1995/1999 e 2000/2005, os mercados importadores apresentaram crescimento consideravelmente superior ao do mercado mundial, indicando que, neste período, os mercados de

destino das exportações brasileiras tornaram-se mais dinâmicos. Todavia, a concentração das exportações brasileiras para o mercado norte-americano pôde ser observada em todo o período analisado, o que indica ao Brasil a necessidade da busca de novos mercados. Para isso, a melhoria da qualidade do nosso produto é indispensável.

Outro aspecto a ser destacado é que o efeito competitividade só atuou no sentido de elevar as exportações entre os subperíodos 1990/1994 e 1995/1999, o que implica que a desarticulação entre o setor agrícola, que produz o caju, e a indústria, que o processa, aliada à sobrevalorização cambial e à elevada carga tributária, têm contribuído para reduzir a inserção do produto no mercado externo. Cabe ressaltar que os resultados obtidos para o efeito competitividade, por meio da análise de *Constant-market-share*, corroboram a análise dos índices que também apontaram para a redução da competitividade do produto brasileiro ao longo do período em análise.

No entanto, há a expectativa de que o setor exportador de castanha de caju possa contornar essas dificuldades nos próximos anos. O sistema produtivo alternativo desenvolvido pela Embrapa deverá permitir a obtenção de maior qualidade do produto e, como consequência, melhoria da posição do país no mercado. Existem ainda esforços com o objetivo de integrar as atividades de produção, industrialização e comercialização, de forma a reduzir a participação de intermediários nos processos de comercialização, o que poderia favorecer a melhor articulação de toda a cadeia produtiva do caju. Além disso, a preocupação no Brasil quanto à adoção de normas de produção e comercialização reconhecidas internacionalmente e que contemplem aspectos como segurança alimentar, rastreabilidade e meio ambiente está de acordo com as novas demandas do mercado externo com relação a processos produtivos mais seguros.

Assim, se as transformações esperadas se concretizarem, a indústria processadora da castanha de caju se beneficiará da maior articulação da cadeia produtiva e, conseqüentemente, obterá melhores condições de competir no mercado externo.

## ABSTRACT

The present paper analysis the insertion of Brazil in the international market of cashew nuts, facing its mainly competitors as well as to determine the influence of the main factors responsible by the growth of cashew nuts Brazilian exports. For this, it uses indicators of competitiveness selected as Index of Relative Position and the method of Constant-Market-Share. According to the analysis of the indicators, it was concluded that, besides the growth of exports, the country has been presenting difficulties to compete with its main competitors mainly with Vietnam. The Constant-market-share analysis conclude that the growth of the national exports were conditioned to the expansion of either external market and destiny of the Brazilian product, since competitiveness acted toward limiting the growth of this sector.

## KEY WORDS:

Competitiveness. Cashew-nut. International Insertion.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, C. S. Importância da castanha de caju para o Estado do Ceará. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 42., 2004, Cuiabá. **Anais...** Brasília, DF: SOBER, 2004.
- ALVES, J. M. Desempenho das exportações brasileiras de manga. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 38., 2000, Rio de Janeiro. **Anais...** Brasília, DF: SOBER, 2000.
- BALASSA, B. **Comparative advantage, trade policy and economic development**. New York: New York University, 1989.
- BELLUZZO, L. G. Efeitos negativos da política cambial na Ásia. **Folha de São Paulo**, 27 jul. 2003. Disponível em: <[http://www.unicamp.br/unicamp/canal\\_aberto/clipping/julho\\_2003/clipping030720\\_folha.html](http://www.unicamp.br/unicamp/canal_aberto/clipping/julho_2003/clipping030720_folha.html)>. Acesso em: 15 jun. 2007.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Alice Web**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br>>. Acesso em: 2 ago.



2006.

CARVALHO, F. M. A. **O comportamento das exportações brasileiras e a dinâmica do complexo agroindustrial**. 1995. 126 f. Tese (Doutorado em Economia Agrária) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, SP, 1995.

CAVALCANTI, J. J. **Avaliação qualitativa das alternativas tecnológicas e organizacionais para o desenvolvimento de pequena agroindústria de castanha de caju**: um plano de negócio. Juiz de Fora: UFJF, 2005. 50 p.

FAJNZYLBER, F. Competitividad internacional: evolución y lecciones. **Revista de la CEPAL**, Santiago, n. 36, p. 65-83, 1988.

FAO. **FAOSTAT data base**. Disponível em: <<http://faostat.fao.org/>>. Acesso em: 18 ago. 2006.

FRANÇA, F. M. C. Análise da competitividade internacional do sistema agroindustrial do caju brasileiro. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 28, n. 1, p. 51-61, jan./mar. 1997.

GAZZOLA, J. et al. A amêndoa da castanha de caju: composição e importância dos ácidos graxos: produção e comércio mundiais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza. **Anais...** Brasília, DF: SOBER, 2006.

GIANG, D. H. **Publicação eletrônica** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <tallesgm@yahoo.com.br> em: 3 maio 2008.

HAGUENAUER, L. **Competitividade**: conceitos e medidas: uma resenha bibliográfica recente com ênfase no caso brasileiro. Rio de Janeiro: UFRJ, 1989. (Texto para Discussão, 211). Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br>>. Acesso em: 3 maio 2007.

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

LEAMER, E. E.; STERN, R. M. **Quantitative international economics**. Chicago: Aldine, 1970. p. 171-183.

NAIR, G. K. **Vietnam stalks India on global cashew**

**exports, 2006**. Disponível em: <<http://www.cashewindia.org>>. Acesso em: 24 abr. 2008.

PAULA PESSOA, P. F. A. **Cadeia produtiva do caju**: subsídios para pesquisa e desenvolvimento. Fortaleza: EMBRAPA, 1997. 36 p. Disponível em: <<http://www.embrapa.gov.br>>. Acesso em: 14 ago. 2006.

PINHEIRO, J. C. V. et al. Uma visão panorâmica sobre a castanha de caju “in natura” e processada nos principais estados produtores. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza. **Anais...** Brasília, DF: SOBER, 2006.

ROCHA, L. E. V. Dinâmica das exportações brasileiras de soja em grão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 40., 2002, Passo Fundo. **Anais...** Brasília, DF: SOBER, 2002.

STALDER, S. H. G. M. **Análise da participação do Brasil no mercado internacional de açúcar**. 1997. 121 f. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, 1997.

---

Recebido para publicação em: 05.09.2007

**Tabela A.1 – Importação Mundial de Castanha de Caju pelos Principais Países Importadores do Brasil e as Respectivas Exportações Brasileiras nos Períodos de 1990/1994 a 1995/1999 (em US\$ 1.000)**

Mercado	1990/1994			1995/1999			(3)X(4) (7)	(5)-(7) (8)
	Importação total (1)	Exportação do Brasil (2)	Participação do Brasil % (3)	Importação total (4)	Exportação do Brasil (5)	Participação do Brasil % (6)		
Estados Unidos	259.281	91.820	35,4	317.297	114.365	36,0	112.323	2.042
Holanda	36.808	2.875	7,8	95.592	5.852	6,1	7.456	-1.604
Canadá	22.985	12.365	53,8	19.982	14.239	71,3	10.751	3.488
Líbano	2.022	1.075	53,2	4.204	2.461	58,5	2.236	225
Itália	1.842	677	36,7	6.884	1.774	25,8	2.527	-753
Mundo	471.392	117.515	24,9	651.380	151.272	23,2	162.194	-10.922
Total coluna 7							135.293	

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da FAO e do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

**Tabela A.2 – Importação Mundial de Castanha de Caju pelos Principais Países Importadores do Brasil e as Respectivas Exportações Brasileiras nos Períodos de 1990/1994 A 2000/2005 (em US\$ 1.000)**

Mercado	1990/1994			2000/2005			(3)X(4) (7)	(5)-(7) (8)
	Importação total (1)	Exportação do Brasil (2)	Participação do Brasil % (3)	Importação total (4)	Exportação do Brasil (5)	Participação do Brasil % (6)		
Estados Unidos	259.281	91.820	35,4	446.822	111.526	25,0	158.175	-46.649
Holanda	36.808	2.875	7,8	111.993	2.054	1,8	8.735	-6.681
Canadá	22.985	12.365	53,8	35.814	11.585	32,3	19.268	-7.683
Líbano	2.022	1.075	53,2	7.649	3.667	47,9	4.069	-402
Itália	1.842	677	36,7	11.622	3.245	27,9	4.265	-1.020
Mundo	471.392	117.515	24,9	710.734	149.952	21,1	176.973	-27.021
Total coluna 7							194.512	

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da FAO e do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

**Tabela A.3 – Importação Mundial de Castanha de Caju pelos Principais Países Importadores do Brasil e as Respectivas Exportações Brasileiras nos Períodos de 1995/1999 a 2000/2005 (em US\$ 1.000)**

Mercado	1995/1999			2000/2005			(3)×(4) (7)	(5)-(7) (8)
	Importação total (1)	Exportação do Brasil (2)	Participação do Brasil % (3)	Importação total (4)	Exportação do Brasil (5)	Participação do Brasil % (6)		
Estados Unidos	317.297	114.365	36,0	446.822	111.526	25,0	160.856	-49.330
Holanda	95.592	5.852	6,1	111.993	2.054	1,8	6.832	-4.778
Canadá	19.982	14.239	71,3	35.814	11.585	32,3	25.535	-13.950
Líbano	4.204	2.461	58,5	7.649	3.667	47,9	4.474	-807
Itália	6.884	1.774	25,8	11.622	3.245	27,9	2.998	247
Mundo	651.380	151.272	23,2	710.734	149.952	21,1	164.890	-14.938
<b>Total coluna 7</b>							<b>200.695</b>	

Fonte: Elaboração Própria dos Autores com Base nos Dados da FAO e do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

