



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



**DEMANDA MUNDIAL POR UVAS DE MESA E O DESEMPENHO DAS
EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS NO PERÍODO DE 1990 A 2005**

**ALINE DE FREITAS VELOSO; CYNTHIA CÂNDIDA CORRÊA; DARIO
OLIVEIRA LIMA; FABIO DA SILVA RODRIGUES;**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

CAMPO GRANDE - MS - BRASIL

alinefveloso@hotmail.com

APRESENTAÇÃO ORAL

Comercialização, Mercados e Preços

**DEMANDA MUNDIAL POR UVAS DE MESA E O DESEMPENHO DAS
EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS NO PERÍODO DE 1990 A 2005**

Grupo de Pesquisa: Comercialização, Mercados e Preços

Resumo

Nos últimos anos, apesar da baixa representatividade no mercado internacional, o agronegócio brasileiro de frutas ganhou dinamismo, impulsionado pelo mercado interno e pelas exportações. Nesse contexto, objetivou-se no presente estudo, analisar o desempenho do setor exportador brasileiro de uvas de mesa no período de 1990 a 2005. Para tanto, procurou-se descrever a evolução do setor exportador brasileiro e analisar e quantificar o desempenho das vendas externas de uvas de mesa, segundo indicadores selecionados. Este estudo caracteriza-se como sendo uma pesquisa empírico-analítica. Para a coleta de dados utilizou-se de uma abordagem documental e todos os dados foram obtidos junto a *sites* relacionados ao tema. Para a análise de dados, mediu-se três indicadores de desempenho: *Coefficiente de exportação*, *Market share doméstico* e *Taxa de auto-suprimento*. Analisando os índices da produção e exportação de uva, nota-se que o Coeficiente de exportação apresentou oscilações durante todo o período analisado. A partir de 1999, o pólo de produção do Vale do São Francisco contribuiu mais fortemente para as exportações brasileiras, principalmente pelas adequações na produção e comercialização para o mercado internacional. Na taxa de auto-suprimento, nota-se que a produção do Brasil é auto-suficiente, no período analisado, sempre 1,5 a 2,5 maior do que a demanda interna do produto, gerando excedentes exportáveis. Quando são observados os índices do market-share doméstico em valor, nota-se que houve aumento significativo da participação brasileira, variando entre 0,16 e 0,33 do valor total comercializado internacionalmente em uva de mesa. Verifica-se, portanto que as adequações

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

produtivas nos pólos produtores, tanto em P&D, quanto em estratégias de comercialização, colaboraram para o aumento da competitividade da uva de mesa brasileira.

Palavras-chave: competitividade, uvas de mesa, *performance* brasileira.

Abstract

In the last years, in spite of the low representativeness in the international market, the Brazilian agribusiness of fruits won dynamism, impelled by the internal market and for the exports. In that context, it was aimed at in the present study, to analyze the performance of the Brazilian exporting sector of table grapes in the period from 1990 to 2005. For so much, it tried to describe the evolution of the Brazilian exporting sector and to analyze and to quantify the performance of the external sales of table grapes, according to selected indicators. This study is characterized as being an empiric-analytical research. For the collection of data it was used of a documental approach and all the data were obtained in sites related to the theme close to. For the analysis of data, it was measured three performance indicators: Export coefficient, domestic market-share and solemnity-supply Tax. Analyzing the production and export indexes of grape, it is noticed that the export Coefficient presented oscillations during the period analyzed. Starting from 1999, the pole of production of the valley of São Francisco contributed more strongly to the Brazilian exports, mainly for the adaptations in the production and commercialization to the international market. In the solemnity-supply tax, it is noticed that the Brazilian production is self-sufficient, in the analyzed period, always 1,5 to 2,5 larger than to the internal demand of the product, generating exportable surpluses. When the indexes of the domestic market-share are observed tame in value, it is noticed that there was significant increase of the Brazilian participation, varying among 0,16 and 0,33 of the total value marketed internationally in table grape. It is verified, therefore that the productive adaptations in the producing poles, so much in P&D, as in commercialization strategies, they collaborated for the increase of the competitiveness of the Brazilian table grape).

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

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

De acordo com IBRAF (2007), o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas, superado, apenas, pela China e Índia. Entretanto, apesar de se apresentar como um dos maiores *players* produtores mundiais de frutas e ter ganhado dinamismo no mercado interno e internacional, nos últimos anos, o Brasil tem participação pouco expressiva no cenário internacional – aproximadamente 1% das exportações. Um dos fatores responsáveis pela fraca inserção do País no mercado externo é a atratividade das vendas domésticas, o que faz com que mais de 50% da fruta produzida, tanto para consumo *in natura*, quanto para o processamento de suco, seja absorvida pelo mercado interno. Outro fator que impõe dificuldade ao comércio internacional de frutas é a não adequação dos frutos quanto aos padrões de qualidade exigidos internacionalmente (SEBRAE, 2001).

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



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



Inglaterra, onde alguns supermercados têm dado preferência a aquisições desse tipo de produto (TONDATO, 2006).

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

Partindo desse pressuposto, faz-se necessário e de grande interesse para o setor e para formulação de políticas públicas, saber qual é o desempenho do setor exportador brasileiro de uvas de mesa no período de 1990 a 2005.

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

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Desenvolvimento da Produção Brasileira de Frutas

O Brasil destaca-se como o terceiro maior produtor mundial de frutas, com uma área cultivada de cerca de 2,8 milhões de hectares e uma produção de 43 milhões de toneladas anuais de frutas, o que lhe permite abastecer o mercado interno com 21 milhões de toneladas e exportar o restante IBRAF (2007). Com um clima favorável e presença em todos os estados brasileiros, o agronegócio da fruticultura é uma atividade em crescimento, com potencial para ampliar os atuais 5,6 milhões de empregos diretos que gera, bem como sua atual contribuição para o PIB nacional (MAPA1, 2007).

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

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

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

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

2.2. Cenário da Viticultura no Mundo e no Brasil

A produção mundial de uva de mesa encontra-se estabilizada nos últimos anos, chegando a mais de 65 milhões de toneladas em 2005, sendo que os maiores produtores, em ordem crescente, nesse mesmo ano são: Itália, França, Estados Unidos, Espanha, China, Turquia, Iran, Argentina, Chile e Austrália (tabela 01). O Brasil se encontra em 13º no ranking mundial de produção de uva (FAO, 2007).

IBRAF (2007) relata que, em 2005, cerca de 62 milhões de toneladas foram destinadas ao consumo in natura, em 1990, foram 44 milhões de toneladas. De acordo com a FAO (2007), pode-se observar que em 1990, os Estados Unidos eram o maior consumidor de uva de mesa, já em 2005 a China passou a ocupar a 1ª posição no ranking dos maiores consumidores desse produto, com 6,4 milhões de toneladas consumidas.

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

TABELA 1 – Quantidade de Produção de Uvas – Mil Toneladas

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

Fonte: FAOSTAT

A partir de 2000, iniciou-se um forte movimento ascendente de exportação de uva de mesa brasileira, até atingir em 2005 um volume recorde de 51 mil toneladas (ALICEWEB, 2007). Em 2004, observou-se uma redução dos volumes exportados da ordem de 23% em relação ao ano anterior, decorrente de problemas climáticos (excesso de chuvas) que



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



provocaram menor disponibilidade de oferta de uva com padrões de qualidade para exportação, segundo SECEX (2007).

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

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

Segundo o mesmo autor, o mercado brasileiro de uvas de mesa é um dos mercados hortifrutícolas que mais crescem no país. O consumo per capita deste produto no Brasil subiu de 0,4 Kg/hab/ano, no início da década de 1980, para quase 2,7 Kg/hab/ano, em 2001, e esta tendência deve se manter nos próximos anos. A produção nacional de uva destinada ao mercado doméstico é hoje totalmente absorvida.

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

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

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

TABELA 2 - Maiores Estados Brasileiros Produtores de Uva de Mesa

Estados	1990	2000	2004	2005
---------	------	------	------	------

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

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

Fonte: IBGE (2007)

Entretanto, segundo Araújo (2004), quando se trata de mercado internacional o pólo de produção de uva de mesa que merece destaque é o do Submédio São Francisco, visto que esta zona de produção, que possui atualmente cerca de 5000 ha implantados com uvas de mesa, é responsável por aproximadamente 80% das exportações brasileiras. Contudo, segundo o autor, é importante comentar que ainda é muito pequena a participação brasileira no comércio internacional dessa fruta, visto que somente é exportado cerca de 4% da produção nacional, enquanto o Chile envia para o mercado externo 40% do que produz.

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

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

2.3 Desempenho de Mercado

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



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES (1991), Coutinho e Ferraz (1994), Teixeira e Magalhães (2000) e Jank (1995), discorrem a respeito do comércio internacional e dos intercâmbios internacionais como formas de relações que têm surgido e que poderiam beneficiar tanto os países exportadores como os importadores. A idéia inicial era que os exportadores poderiam obter vantagens com aumento na produção voltada para a exportação, o que provocaria a geração de emprego e divisas para a aquisição de bens dos quais estes exportadores não produziam. Já os importadores ganhariam através do aumento de bem estar, pois elevariam seus níveis de consumo importando os bens escassos a preços mais viáveis.

No entanto, segundo Faria (2004), existem fatores internos em cada país que inibem o livre comércio e, conseqüentemente, reduzem a capacidade dos países aproveitarem os possíveis benefícios deste comércio. Isso ocorre, porque existem pressões de grupos de interesse que, por problemas e ineficiência estruturais, possuem baixa competitividade em relação às indústrias estrangeiras de determinados produtos e que por isto esses grupos podem se sentir prejudicados. Em função disto, os governos são pressionados a intervirem por meio de inúmeras restrições às importações de cunho protecionista. Essas ações governamentais prejudicam o comércio internacional como um todo representando uma imperfeição no mercado (FARIA, 2004).

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

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

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

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

O termo competitividade, embora faça parte obrigatória do vocabulário contemporâneo de políticos, empresários, lideranças sindicais e patronais, entre outros,



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



encontra nas literaturas científicas especializada várias interpretações diferentes. Diferentes são também as formas pelas quais os pesquisadores vêm tentando mensurar esta competitividade e identificar os principais fatores que a afetam (BRAGA, 2004, p. 22).

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

Em segundo, os autores discutem a competitividade como desempenho: para eles, a competitividade é expressa na participação no mercado (market share) alcançada por uma firma em um mercado em um dado momento do tempo. A participação das exportações da firma ou indústria no comércio internacional total da mercadoria apareceria como seu indicador mais imediato, em particular no caso da competitividade internacional.

Embora seja interessante a avaliação combinada dessas duas formas de entendimento, a medição ex-post é privilegiada quando se fala em medição do desempenho. Na prática, esse argumento se justifica pelo entendimento de que, embora se trate de uma análise a posteriori, as informações geradas podem servir de subsídio ao desenvolvimento de medidas que visem à superação de entraves setoriais.

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

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

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

3. MATERIAIS E MÉTODO

3.1 Procedimentos Metodológicos

Este estudo caracteriza-se como sendo uma pesquisa empírico-analítica (MARTINS, 1993). Dentre os diversos pontos apontados pelo autor, os que melhor se adaptam a esta pesquisa são: i) utilização de técnicas de coleta, tratamento e análise marcadamente



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



quantitativas com uso de medidas de procedimentos estatísticos; ii) os dados e informações são codificados em categorias numéricas; iii) utiliza técnicas descritivas que usam categorias nominais com definição operacional dos termos; iv) o referencial teórico é apoiado por autores clássicos; v) o tratamento do tema e a definição de variáveis, sejam independentes, dependentes ou definidas como funções; vi) a fundamentação teórica aparece na forma de revisão bibliográfica, com elementos que ajudam a formulação dos “construtos” e variáveis definidas no estudo.

Assim, o desenvolvimento do estudo se dará de forma descritiva e explicativa do setor exportador de uvas de mesa brasileiro. As considerações de Vergara (1997) relatam que um estudo descritivo expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno, podendo, também, estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Nesse sentido, não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal. Já uma pesquisa explicativa, segundo a mesma autora, tem caracterizado como principal objetivo tornar algo inteligível e justificar-lhe os motivos, visando esclarecer quais fatores contribuem, de alguma forma, para a ocorrência de determinado fenômeno.

Para a coleta de dados utilizar-se-á de uma abordagem documental e todos os dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa serão obtidos junto ao sistema Aliceweb, disponibilizado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, na base do Food Agriculture Organization – FAO e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Também serão consultados sites brasileiros que tratam sobre o tema, mídia impressa especializada em fruticultura e sites e documentos oficiais do governo brasileiro.

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

3.2 Técnica de Análise

Com vistas a atender aos objetivos propostos nessa pesquisa, a análise e quantificação da evolução e comportamento das vendas de uvas de mesa serão realizadas através do cálculo dos indicadores: Coeficiente de exportação, Market share doméstico e Taxa de auto-suprimento.

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

$$I_1 = \frac{X}{W} \quad (1)$$

em que:

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

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

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

$$I_2 = \frac{W_i}{W}$$



$$W \tag{2}$$

em que:

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

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

O terceiro indicador de desempenho selecionado é a *Taxa de Auto-suprimento* ou *Grau de Engajamento*, que representa a parcela da demanda interna atendida pela produção doméstica.

$$I_3 = \frac{P_i}{D_j} \tag{3}$$

em que:

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

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

No presente trabalho o período total analisado foi dividido em três sub-períodos, de forma a representar momentos importantes da macroeconomia brasileira. Essa subdivisão procura detectar alterações na estrutura das exportações, quando a economia passa por mudanças significativas.

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

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

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

4. DISCUSSÕES

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

Analisando os índices da produção e exportação de uva (tabela 3 e 4), nota-se que a produção brasileira, tanto em quantidade, quanto em valor cresceu 59% e 176%, respectivamente, enquanto que em termos mundiais pode-se observar crescimento de 26% e 86%, no período entre 1990 a 2005. Quanto às exportações, o Brasil também apresenta vantagens se comparado as exportações mundiais.

TABELA 3 – Produção Mundial e Brasileira de Uvas

Ano	Produção Mundial				Produção Brasileira		
	Mil Ton	Var(%)	Milhões US\$	Var(%)	Mil Ton	Var(%)	US\$ FOB
1990	51876.54		5,365.95		786		955,441.68
1991	47950.17	-8%	4,153.13	-22.60%	648	-18%	1,362,995.09
1992	58290.74	22%	4,976.76	19.83%	800	23%	890,984.88
1993	53654.98	-8%	4,368.29	-12.23%	786	-2%	912,102.68
1994	52820.75	-2%	4,418.82	1.16%	801	2%	962,193.15

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

1995	53865.23	2%	4,739.52	7.26%	837	4%	1,247,840.89
1996	56817.18	5%	5,186.00	9.42%	731	-13%	1,018,927.19
1997	56420.51	-1%	5,304.68	2.29%	856	17%	1,103,916.62
1998	55396.58	-2%	4,761.60	-10.24%	736	-14%	973,490.52
1999	59029.93	7%	5,254.72	10.36%	868	18%	925,424.27
2000	62720.29	6%	6,197.93	17.95%	979	13%	996,385.85
2001	58806.80	-6%	5,535.68	-10.69%	1063	9%	1,109,471.21
2002	59746.22	2%	5,977.15	7.97%	1121	5%	1,436,473.03
2003	61171.80	2%	6,730.15	12.60%	1055	-6%	1,681,118.26
2004	64916.67	6%	7,111.78	5.67%	1282	22%	2,346,130.66
2005	65470.92	1%	9,966.49	40.14%	1247	-3%	2,611,946.55
Var (%)	26%		86%		59%		173%

Fonte: Dados da Pesquisa

TABELA 4 – Exportação Mundial e Brasileira de Uvas

Ano	Exportação Mundial			Exportação Brasileira		
	Mil Ton	Var(%)	Milhoes US\$	Mil Ton	Var(%)	US\$ FOB
1990	15,586.55		1,612.23	2		2,242.45
1991	18,460.27	18%	1,598.91	3	56%	6,062.73
1992	19,053.89	3%	1,626.79	7	139%	7,662.05
1993	20,439.10	7%	1,664.04	1	-82%	1,456.76
1994	22,510.92	10%	1,883.19	7	465%	8,523.82
1995	22,188.94	-1%	1,952.37	7	-4%	10,123.07
1996	22,686.10	2%	2,070.68	5	-33%	6,296.22
1997	24,166.94	7%	2,272.19	4	-18%	4,779.96
1998	25,537.45	6%	2,195.07	4	19%	5,823.33
1999	25,827.50	1%	2,299.11	8	83%	8,613.79
2000	25,323.52	-2%	2,502.44	14	78%	14,611.00
2001	26,485.88	5%	2,493.21	21	44%	21,595.02
2002	26,925.85	2%	2,693.73	26	28%	33,840.43
2003	28,496.26	6%	3,135.17	38	43%	60,004.63
2004	30,056.51	5%	3,292.77	29	-23%	52,808.05
2005	22,509.10	-25%	3,426.51	51	78%	107,284.77
Var (%)	44%		113%	2676%		4684%

Fonte: Dados da Pesquisa

Quando o Coeficiente de exportação (exportações/faturamento) é calculado, apresentam-se oscilações durante todo o período analisado, tendo, somente o ano de 1993, o período de 1995 a 1997 e o ano de 2004, apresentado taxas decrescentes.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



No primeiro período de análise (1990-1993), que representa a estrutura das exportações nos primeiros anos após o início da abertura comercial, nota-se que de 1990 a 1992, o coeficiente cresceu 229% alcançando um pico de participação neste último ano. No ano seguinte decresceu 82%, passando de 0,842 para 0,150, isso se deve, principalmente pela valorização da moeda brasileira perante o dólar e, conseqüentemente, queda na produção e nas exportações brasileiras de uva.

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

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

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

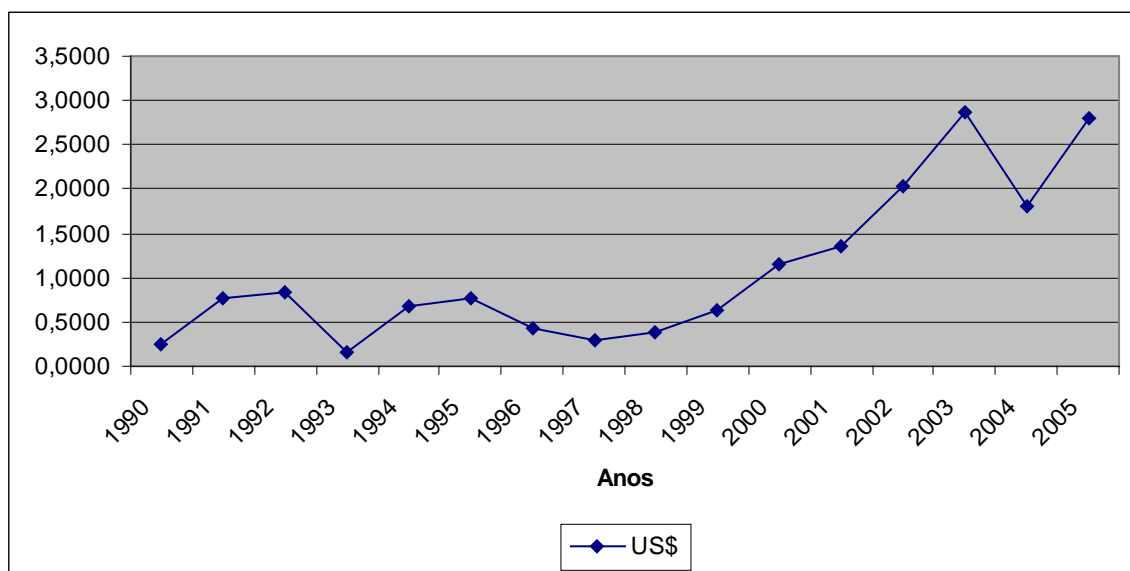


FIGURA 1 – Coeficiente das Exportações Brasileiras – US\$

Fonte: Dados da Pesquisa

No ano de 2004, a queda apresentada no coeficiente de exportações é acentuada e isso se justifica pela quebra de safra ocorrida no ano anterior, devido às chuvas ocorridas no nordeste brasileiro. Em anos anteriores, naquela região, foram incorporadas variedades de uvas sem sementes, em atendimento a demanda internacional, porém, essas variedades apresentam produtividades por hectare menores em relação às cultivares com semente.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



Devido à queda de produção e de qualidade dos frutos, e também a valorização cambial, os produtores brasileiros preferiram atender o mercado interno em detrimento as exportações.

A taxa de auto-suprimento (gráfico 2) representa a parcela da demanda interna atendida pela produção doméstica. Observando o gráfico, nota-se que o Brasil é auto-suficiente em produção de uva, tanto que o índice apresenta valores altos em todo o período analisado, mesmo oscilando. A produção corresponde por 1,5 e 2,5 vezes mais do que o consumo brasileiro, gerando excedentes exportáveis e ainda outros produtos pertencentes à cadeia produtiva.

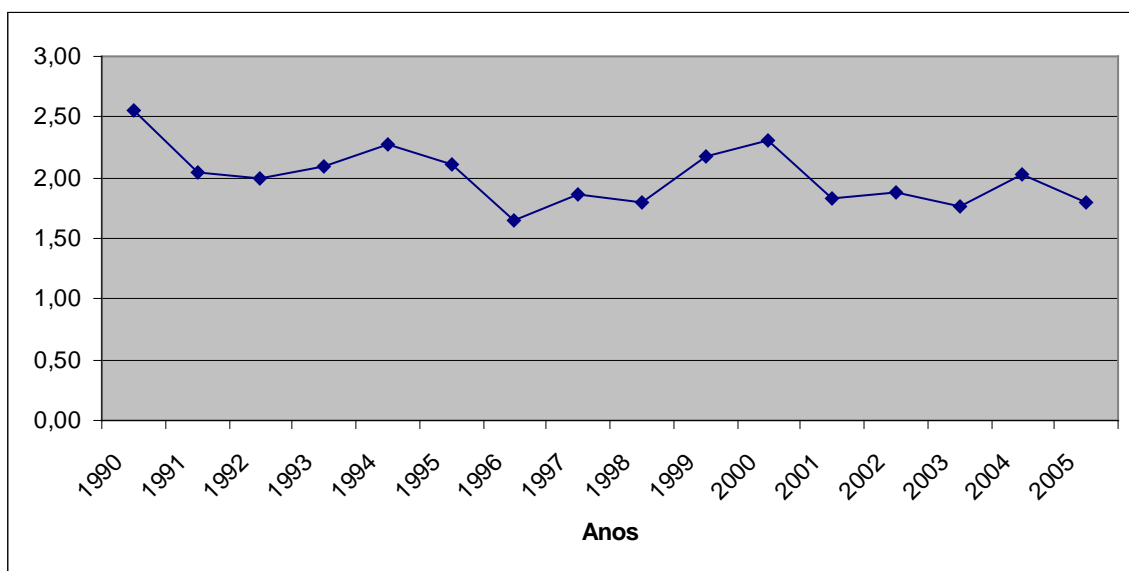


FIGURA 2 – Taxa de Auto-suprimento

Fonte: Dados da Pesquisa

A participação brasileira na produção mundial de uva aumentou entre os anos de 1990 a 2005. Nota-se que, enquanto a produção global aumentou em 26% na média, o Brasil aumentou 58%. Esse aumento da produção brasileira foi verificado, principalmente, a partir de 1998, quando as regiões produtoras focaram suas expectativas no mercado externo e realizaram modificações em seu sistema produtivo (com melhores cultivares, sem semente, e inovação tecnológica) para atendimento as exigências internacionais.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

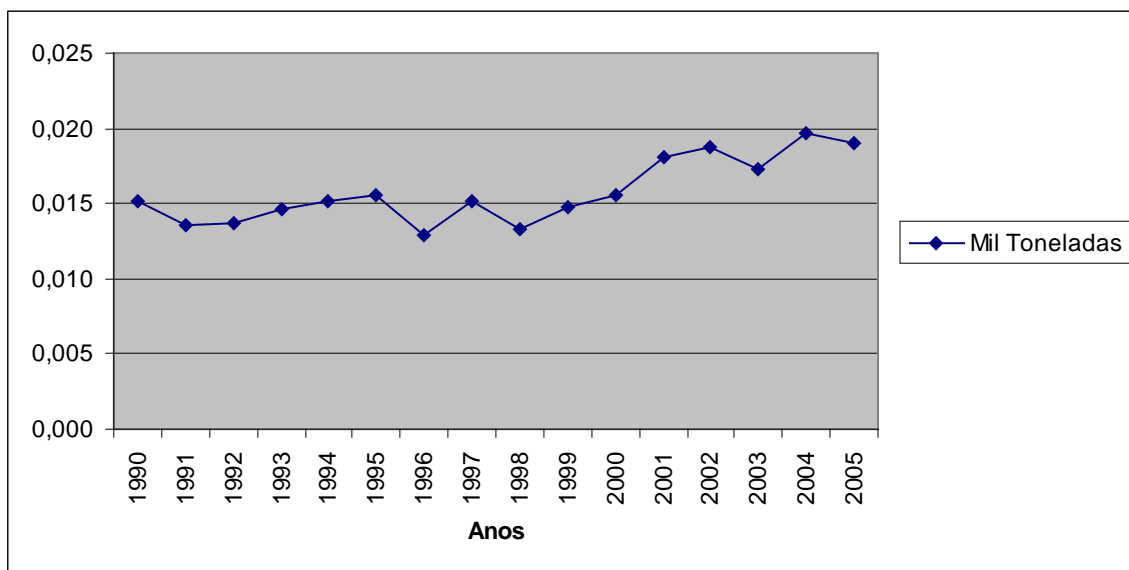


FIGURA 3 – Market-Share Doméstico – Mil Toneladas

Fonte: Dados da Pesquisa

Apesar do crescimento do valor produtivo brasileiro no período analisado, o Brasil é pouco representativo perante o valor da produção mundial, respondendo por apenas 1,9%, no ano de 2005.

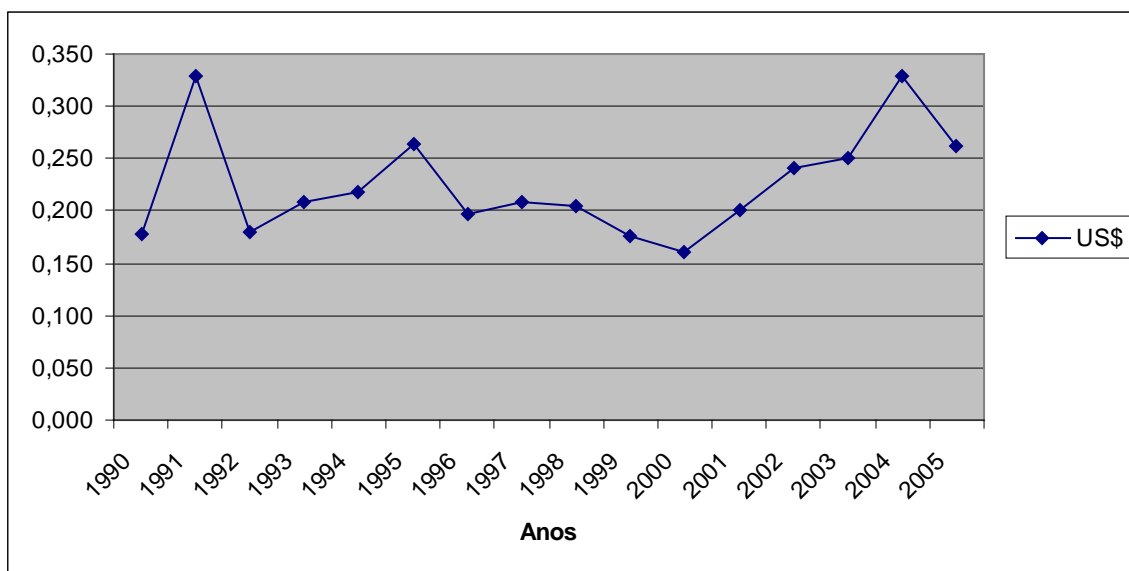


FIGURA 4 - Market Share Doméstico – US\$

Fonte: Dados da Pesquisa

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



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

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

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

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

A necessidade de mudança no tratamento dispensado pelos formuladores de políticas públicas à viticultura brasileira é evidente e o fraco desempenho nacional no comércio mundial é a prova disso. A situação dessa fruta põe em evidência a enorme dificuldade que será transformar o País de um mero coadjuvante em um exportador importante de uva.

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

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

6. REFERÊNCIAS

ANDRIGUETO, J.R., NASSER, L.C.B., TEIXEIRA, J.M.A. Produção Integrada de Frutas: Conceito, Histórico e a Evolução para o Sistema Agropecuário De Produção Integrada – SAPI. Brasília/DF: MAPA-SARC, 2006. 22p.

ANUARIO ESTATISTICO DA AGRICULTURA BRASILEIRA – AGRIANUAL 2003. São Paulo: FNP Consultoria & Comercio, 2002 e 2003.

ARAÚJO, J. L. P. Cultivo da Videira. [Embrapa Semi-Árido](http://Embrapa.Semi-Árido). Sistemas de Produção, 1 ISSN 1807-0027 Versão Eletrônica Jul. 2004. Net. Disponível em: <sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Uva/CultivodaVideira/custos.htm> Acesso em: 18 mai. 2007.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E SOCIAL – BNDES, Competitividade: conceituação e determinantes. Texto para discussão 2. Brasília/DF: 1991. 26p.

Carvalho, F.M. A. De, O comportamento das exportações brasileiras e a dinâmica do complexo agroindustrial. Escola Superior Antonio Luiz de Queiroz – ESALQ/USP. Tese de Doutorado em Economia Agrária. 1995.



CETRO DE ESTUDOS EM ECONOMIA APLICADA - CEPEA, ESALQ/USP. Net. Disponível em: <<http://www.cepea.esalq.usp.br>>. Acesso em: marco e maio 2007

CONSELHO NACIONAL DE PESQUISA - CNPq. Crescimento da Produtividade e a Reestruturação Produtiva na Petroquímica Brasileira. Brasília: Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq), 2000, 16 p.

COUTINHO, L. G., FERRAZ, J. C. (coord). Estudo da competitividade da indústria brasileira. 2º ed. Campinas, S.P: Papirus; Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1994. 510p.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA. Net. Disponível em: <<http://www.cnpmf.embrapa.br>>. Acesso em 14 de maio de 2007.

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

FEDERACAO DA AGRICULTURA E PECUARIA DO ESTADO DE MINAS GERAIS – FAEMG. Análise da Oferta e da Demanda de Frutas Seleccionadas no Brasil para o Decênio 2006/2015. Disponível em: <<http://www.faemg.org>>. Acesso em 24 de marco de 2007.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS, FAOSTAT; Statistical Databases. Net. Disponível em: <<http://www.fao.org>>. Acesso em: marco e junho 2007.

FUNDACAO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONOMICAS – FIPE. Estudos sobre o Mercado de Frutas/ coordenado por Eduardo Marcondes Filinto da Silva. São Paulo: FIPE, 1999. 373 p. Brasília/DF, 1999.

FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG. Net. Disponível em: <<http://www.furg.br/portaldeembalagens/quatro/frutas.html>>. Acesso em 24 de marco de 2007.

HAGUENAUER, L. Competitividade: Conceitos e Medidas – Uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro. 1989, 21 p.

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

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



INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA - IEA. Net. Disponível em: <<http://www.iea.com.br>>. Acesso em 21 jun. 2007.

IPEA - INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. IPEADATA. Net. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br>>. Acesso em: 10 de abr. de 2007.

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

MARTINS, G. A. Metodologia da Pesquisa em Administração. Anais da XVII Reunião Anual da ANPAD. Salvador - BA, 1993.

MINISTERIO DA AGRICULTURA, PECUARIA E ABASTECIMENTO - MAPA. Agronegócio Brasileiro: Uma Oportunidade de Investimentos. Net. Disponível em: <www.agricultura.gov.br>. Acesso em: 18 mai. 2007.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO - MAPA. Anuário estatístico da agricultura brasileira – AGRIANUAL 2005. Net. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 18 mai. 2007.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. Estudos sobre o Mercado de Frutas/ coordenado por Eduardo Marcondes Filinto da Silva. São Paulo: FIPE, 1999. 373 p. Brasília/DF, 1999. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov>>. Acesso em 10 de maio de 2007.

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

NACHREINER, M.L., SANTOS, R.R.P. e BOTEON, M. Janelas de Mercado: A Fruticultura Brasileira no Mercado Internacional. Net. Disponível em: <<http://www.cepea.br>>. Acesso em: 25 mai. 2007.

NACHREINER, M.L., SANTOS, R.R.P. Janelas de Mercado – Oportunidades e entraves no comércio internacional de frutas. Revista Hortifruti Brasil, ano 1, nº 4. CEPEA – USP/ESALQ, agosto 2002. p. 10-13.

ORANGE, Marcos. Competitividade das frutas brasileiras no comércio internacional. 2003. 114 p. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada). Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2003.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA UVA E DO VINHO – OIV. Net. Disponível em: <<http://www.oiv.int>>. Acesso em: 20 jun. 2007.



PINHO, DB.; VASCONCELLOS, MAS. (Org.). Manual de economia. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

ROCHA, P., VERDI, A. e SANTOS FRANCISCO, V. L. F., Panorama da Vitivinicultura Brasileira. São Paulo, v 5, nº 15, 2007. Disponível em: <<http://www.iea.com.br>>. Acesso em: 21 jun. 2007.

SATO, G. S., MARTINS, V. A. e BUENO, C. R. F. Canais de Distribuição na Cadeia Produtiva da Uva Fina no Estado de São Paulo. Todafruta. Net. Disponível em: <<http://www.todafruta.com.br>>. Acesso em: 18 jun. 2007.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS. Diagnostico da Fruticultura no Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte/MG, 2001.

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

SHERER F. M., ROSS D., Industrial Market Structure And Economic Performance. Boston, Houghton Mifflin Co., Third Edition 1990.

SILVA, T. A. Desempenho da pauta de exportações agroindustriais de Minas Gerais no período de 1990 a 2003. Universidade Federal de Viçosa - Viçosa - MG. Dissertação de Mestrado. 2005. 86 p.

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

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

TEIXEIRA, F.; MAGALHÃES, C. Conceito de Competitividade e sua Relação com o

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

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



UNIAO BRASILEIRA DA VITIVINICULTURA – UVIBRA. Net. Disponível em: <<http://www.uvibra.com.br>>. Acesso em 20 jun. 2007.

USDA - UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE. Net. Disponível em: <<http://www.usda.gov>> . Acesso em: 20 jun. 2002.

VERGARA, S. C., Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. Editora Atlas, 4a edição. São Paulo, 2003.

VIEIRA, C. R. Y. I.; PÂNTANO, S. C.; PEROSA, J. M. Y.; BRIZOLA, R. M. O. e SILVA, C. S. Competitividade da Uva Brasileira no Mercado Internacional. **Net.** Disponível em: <http://www.ufpel.tche.br/sbfruti/anais_xvii_cbf/socio_economia/260.htm>. Acesso em: 18 mai. 2007.

VITTI, A.; SEBASTIANI, R.E.G.;VICENTINI C.A.; BOTEON, M. Perspectivas da Fruticultura Brasileira Exportadora frente aos novos investimentos. Hortifruti Brasil, ano 2, n.18, p. 12-15, out. 2003.