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.*

ANÁLISE DOS PRINCIPAIS ENTRAVES NA EXPORTAÇÃO DE FRUTAS BRASILEIRAS

ADRIANA CARLA PASSONI; MARCELO COSTA MARQUES NEVES; BRUNA BOARETTO RODRIGUES; MARGARETE BOTEON;

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADO EM ECONOMIA APLICADA (CEPEA/ESALQ-USP)

PIRACICABA - SP - BRASIL

MABOTEON@ESALQ.USP.BR

PÔSTER

COMÉRCIO INTERNACIONAL

ANÁLISE DOS PRINCIPAIS ENTRAVES NA EXPORTAÇÃO DE FRUTAS BRASILEIRAS

Grupo de Pesquisa: Comércio Internacional

RESUMO

Este trabalho traz um estudo sobre os entraves na exportação de frutas brasileiras. Foram realizadas 19 entrevistas com os principais exportadores de banana, citros, manga, mamão, melão e uva do Brasil, que juntos representavam 46% do total embarcado de frutas pelo país em 2005. Verificou-se que o Brasil, de acordo com mais de 50% dos entrevistados, tem melhorado em quesitos como a qualidade da fruta e a produção de variedades globalizadas. No entanto, a taxa de juros, os elevados impostos sobre a cadeia e o investimento público em divulgação das frutas nacionais não têm obtido melhora. Esse entraves impediram que em 2005 o setor alcançasse a meta estabelecida pelo governo federal de US$ 500 milhões de dólares em exportações, metade do valor estabelecido para 2010. De acordo com os exportadores do setor, um dos maiores entraves na exportação de frutas em 2005 foi a valorização do Real. A instabilidade no valor do dólar dificulta a fixação dos preços das frutas para o mercado externo e aumenta os riscos de retorno sobre os investimentos para exportação, inibindo maiores investimentos. Concluiu-se que existe um potencial de crescimento para a fruta brasileira no mercado internacional, mas é preciso maiores investimentos em marketing, em estratégias comerciais e na qualidade do produto.

Além disso é necessário, também, que o governo faça sua parte, viabilizando esse canal de comercialização.

Palavras-chaves: meta, fruticultura, exportação brasileira, barreiras e entraves.

1 INTODUÇÃO

O Brasil é um grande produtor mundial de frutas e pode exportar algumas delas o ano todo. No entanto, a participação do país é de apenas 2,4% do total exportado de frutas de acordo com dados de 2003 da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO, 2006).

O aumento das exportações é muito importante para a cadeia produtiva de frutas. A venda externa representa uma das principais alternativas para aumentar a rentabilidade do setor e escoar o aumento da oferta esperado para os próximos anos. Além disso, pode remunerar os elevados investimento do setor.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) estabeleceu em 2003 elevar as exportações de frutas frescas para US$ 1 bilhão até 2010. Apesar do otimismo, para os exportadores entrevistados, há dificuldades no setor que limitam a expansão das exportações, como o "Custo Brasil" e a imposição de barreiras não-tarifárias.

O presente trabalho tem como objetivo analisar a capacidade exportação de frutas brasileiras, avaliando os principais entraves para o seu crescimento e o que seria necessário para o aumento das exportações nos próximos anos. Para tal, em outubro de 2005 foram realizadas entrevista, com os principais exportadores nacionais de frutas, que juntos representaram 46% das exportações brasileiras do setor.

Os produtos focados nesta pesquisa foram manga, mamão, melão, uva, banana e citros (laranja, limão e tangerina), já que esse grupo, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex, 2006) e do Instituto Brasileiro de Frutas (IBRAF, 2006), foi responsável por 78% da receita total de exportação de frutas brasileiras em 2005.

O trabalho está dividido em quatro seções. Além da introdução nesta seção, a metodologia e a fonte de dados utilizados no presente trabalho encontram-se na seção 2. Os resultados e a discussão encontra-se na seção 3. Finalizando, na seção 4, encontram-se as considerações gerais.

2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada no presente trabalho baseou-se na revisão do material bibliográfico disponível na literatura a respeito do tema proposto no presente trabalho, isto é, potencial exportador da fruticultura brasileira e os seus principais entraves no comércio externo. Para complementar a revisão bibliográfica, reuniu-se os dados estatísticos de produção, exportação e importação dos principais países de destaque internacional na produção/comércio de citros, mamão, banana, manga, melão e uva. Os dados foram obtidos na FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação), no USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos), na SECEX (Secretaria do Comércio Exterior) e no IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

A segunda etapa foi realizada através da aplicação de questionários com os exportadores de frutas que compõem a rede de colaboradores do Projeto Hortifruti Brasil, do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA), do Departamento de Economia, Sociologia e Administração Rural, da Escola Superior de Agricultura "Luiz de

Queiroz" (ESALQ). O CEPEA apresenta uma equipe de pesquisadores que coletam periodicamente informações de mercado de frutas e hortaliças através de sua rede de colaboradores, composta por produtores, atacadistas e exportadores, totalizando 960 pessoas.

Os questionários foram aplicados via telefone no momento que o Projeto Hortifruti Brasil coletava informações de preços de mercado com os exportadores, em outubro de 2005. A entrevista foi aplicada em 19 grandes exportadoras de frutas das regiões do Rio Grande do Norte (CE), Juazeiro (BA) e Petrolina (PE), Norte de Minas (MG), Espírito Santo e São Paulo. Comparando o volume exportado pelos entrevistados em 2005 com os dados totais dos embarques dos produtos-alvos da pesquisa, pode-se observar que a amostra dos pesquisadores consultada foi significativa, representando 46% do total dos embarques em 2005.

O questionário abordava diversos entraves destacados na literatura para que o exportador opinasse a respeito. As principais questões foram a respeito das barreiras alfandegárias, fitossanitárias, custo Brasil, promoção, qualidade do produto, organização dos embarques, números de países compradores e política macroeconômica. As principais observações dos entrevistados foram agrupados no item 3 e organizados em 6 subitens: qualidade da fruta, concentração dos embarques nacionais, custos com logística, barreiras tarifárias e não tarifárias, promoção da fruta brasileira e política cambial.

3 PRINCIPAIS ENTRAVES NO COMÉRCIO EXTERIOR DE FRUTAS

3.1 QUALIDADE DA FRUTA

A elevada oferta disponível de fruta de baixa qualidade, para padrões internacionais, no Brasil é considerado um entrave para a exportação da fruta brasileira. (HORTIFRUTIBRASIL, 2003) Os principais compradores da fruta nacional são extremamente exigentes com a qualidade e sua não adequação a esses padrões pode representar perda de clientes ou a não conquista de novos mercados. Apesar de todos os entrevistados terem relatado que a qualidade da fruta nacional vem melhorando, os importadores, principalmente os europeus, ainda reclamam das frutas brasileiras.

No caso da cultura da uva, um dos maiores problemas citados por todos os exportadores desse setor para melhorar a qualidade da fruta é a falta de mão-de-obra especializada para fazer o raleio (corte com a tesoura) e o punicado (remoção das bagas pequenas) na época da colheita, que chega a ser de duas a três vezes mais cara. Como alternativa para o problema, tem se adotado em alguns casos o aborto químico, que consiste em utilizar substâncias químicas para ralear as vinhas está sendo experimentado este ano, porém, mercados mais exigentes preferem que as videiras sejam raleadas manualmente. É preciso que os pólos exportadores de frutas invistam massivamente no ensino técnico e profissionalizante com intuito de qualificar e treinar mão-de-obra para a lavoura.

Outras iniciativas sugeridas pelos entrevistados foram no intuito de melhorar a qualidade no pós-colheita são os tratamentos no controle da mosca das frutas e de podridões. No caso da manga, há o tratamento hidrotérmico, que é exigido pelos mercados norte-americano, nipônico e chileno. Esse tratamento consiste na imersão da fruta em água quente (46,1ºC) de 75 a 90 minutos, dependendo do peso da manga. Imediatamente após o término deste tempo, a manga é imersa em água fria, a 21ºC. Então, ela é levada para a "zona limpa", uma área livre de insetos, principalmente da mosca das frutas. No caso da uva, há o "cold treatment" que consiste no resfriamento das frutas a 1ºC,

aproximadamente, por 14 dias. Esse tratamento pode ser feito pela empresa de transporte marítimo, ainda no Brasil ou quando chega no destino. (EMBRAPA, 2005)

Pode-se citar ainda a fumigação nos pallets, que consiste na aplicação de brometo de metila na madeira destas estruturas para que se elimine o risco de transporte de ovos, larvas, pupas ou do adulto besouro chinês. Esse procedimento já é exigido, pela União Européia, Estados Unidos, Canadá e Mercosul (incluindo o Brasil). No entanto, não há registros da ocorrência desta praga no Brasil, mas todos os pallets não certificados que chegam aos portos brasileiros são incinerados prontamente.

3.2 CONCENTRAÇÃO DOS EMBARQUES NACIONAIS

Apesar de 75% dos entrevistados terem relatado que suas vendas estão mais diversificadas quanto ao destino da sua comercialização nos últimos anos, analisando os dados do Secex percebe-se que a pauta de exportações continua concentrada na União Européia e pouco avançamos, considerando as exportações brasileiras de banana, limão, mamão, manga, melão, uva e citros, para blocos como o Ásia e o Nafta, entre 1999 e 2005. A tabela 1 mostra a participação de cada região na renda obtida com a exportação dessas frutas.

Tabela 1 - Evolução da concentração das exportações em receita de banana, laranja, limão, mamão, manga, melão, tangerina e uva para diferentes regiões do mundo (1999-2005)

DESTINO	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
União Européia	68%	71%	75%	70%	81%	82%	85%
Nafta	11%	14%	14%	16%	11%	11%	10%
Ásia (exclusive Oriente Médio)	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%
Mercosul	15%	13%	10%	12%	7%	5%	4%
Outros	3%	3%	2%	4%	2%	3%	2%

Fonte: Autores com base no banco de dados de exportação da SECEX (2006).

Entre 1999 e 2005, houve crescimento das exportações para União Européia em detrimento, principalmente, ao Mercosul. Analisando a rentabilidade, isso é muito bom para fruticultura nacional, pois o mercado europeu remunera melhor que o sul-americano. Entretanto, estrategicamente seria preciso avançar em outros mercados importantes, como o norte-americano e o japonês. A concentração de frutas num único bloco comercial poderá levar a saturação no longo prazo e queda dos preços.

Houve nesse período algumas iniciativas dos exportadores e do governo brasileiro para diversificar a pauta exportadora de frutas, como foi o caso recente da abertura do Japão para manga, que durou 32 anos de negociação (MAPA, 2004). No entanto, no caso desta fruta, mostrou-se que a abertura comercial é o primeiro passo, mas não o único para impulsionar as exportações para determinados países, exigindo uma avaliação da competitividade do Brasil em relação ao futuro comprador. Exportadores relataram que as projeções iniciais da venda para este país foram demais otimistas observando os entraves fitossanitários que o país exige frente ao potencial de consumo. Na avaliação deles, o potencial de compra do mercado japônes é pequeno, com muitas exigências

fitossanitárias/qualidade acima do solicitado pela União Européia e Nafta, não estimulando os exportadores brasileiros a investir neste mercado devido a perspectiva de baixa rentabilidade (elevados custos e uma perspectiva muito pequena em volume de vendas).

A China é outro país com potencial para exportação em função do tamanho da sua população e do crescimento da sua economia. Há alguns entraves ainda entre o governo brasileiro e o chinês. Exportadores de uva alegaram que o maior problema é a lentidão das negociações entre o governo brasileiro e os chineses. Isso porque a China determinou que só aceitará a entrada em seu território da fruta caso o Brasil importe a pêra produzida na região. Assim, os embarques da uva para a China seguiram paralisados em 2005, porque o Itamaraty não definiu se aceita ou não a entrada da pêra chinesa no mercado nacional, e muito menos interveio a favor da uva na negociação. Assim, as exportações de uva para a Ásia permanecem restritas a países como Cingapura e Taiwan. Parte do volume destinado a esses países é reenviado à China, mas essa manobra resulta em custo comercial e logístico significativamente superior para os exportadores.

Na opinião dos exportadores, o mercado asiático possui costumes e leis muito peculiares. Assim, até mesmo exportadores com anos de experiência neste bloco, como foi relatado pelos exportadores de tangerina, podem realizar maus negócios no bloco se não se informarem com precisão sobre os hábitos da região. Embora o mercado chinês seja considerado um mercado atraente pelos exportadores entrevistados, por enquanto, eles concentrarão suas exportações na Europa e no mercado norte-americano, pois na Ásia há muitos entraves burocráticos, há elevado custo logístico e falta de interessante do governo em agilizar os processo de negociações entre o comércio entre a China e o Brasil.

3.3 CUSTOS COM LOGÍSTICA

A logística é um importante elemento para a produção de frutas desde a produção até a exportação. Dos entrevistados, apenas 50% consideraram que o Brasil tem avançado nesse ponto.

Segundo os exportadores, a exportação via marítima custava em 2005, US$ 0,15/ kg de fruta enquanto que o aéreo US$ 0,45/ kg de fruta, sendo que, aproximadamente 35% do valor final das frutas são gastos em despesas logísticas.

Apesar do número de navios disponíveis para as exportações de frutas ter aumentado nos últimos dois anos devido a diversificação dos portos para a exportação, ainda faltam embarcações suficientes para atender as exportações durante o período de maior concentração das vendas das frutas, principalmente para a Europa.

No porto de Salvador (BA), o mais utilizado para o escoamento de cargas nordestinas e principal porta de saída da uva e da manga nacional. Este porto é atualmente o mais ocupado. É comum em épocas de concentração das exportações ocorrer atraso do transporte do produto, o que pode prejudicar a qualidade da fruta e custos extras. (RABOBANK,2005).

Para evitar imprevistos, alguns exportadores estão utilizando outros portos como o de Suape (SP), Fortaleza (CE), Pecém (CE) e Natal (RN) para escoar suas cargas, principalmente no período de maior embarque - de julho a dezembro, no caso da manga, e entre abril e junho e, posteriomente, de outubro a dezembro, para a uva. Isso porque o atraso dos embarques eleva as despesas portuárias (aluguel dos contêineres), prejudica a qualidade das frutas e a sua durabilidade Para os usuários dos portos, a sugestão é a modernização da frota, principalmente no tamanho do navio, porque proporcionaria um menor o custo do frete. (Rabobank, 2005)

De acordo com as informações da Companhia das Docas da Bahia (CODEBA), para reverter essa situação, o Governo Federal, o Governo da Bahia e iniciativa privada estão se articulando afim de implantar um projeto de inovação dos portos, previsto para 2006. A Companhia das Docas do Estado da Bahia (Codeba), através do Plano Diretor Portuário do Estado da Bahia, está investindo cerca de R$ 52 milhões na modernização tecnológica e da infra-estrutura portuária das unidades de Salvador (BA), Ilhéus (BA) e Aratu (BA). De acordo com a Codeba, estão sendo investidos ainda R$4 milhões em estudos e no desenvolvimento de projetos junto ao setor portuário. Essas ações devem contribuir também com a maior agilidade operacional e com a redução das tarifas nessas portos. (CODEBA, 2006)

3.4 BARREIRAS TARIFÁRIAS E NÃO TARIFÁRIAS

Quanto as barreiras não tarifárias, são inúmeros certificados, protocolos de exportação, análises fitossanitárias, pragas, doenças e até decisões diplomáticas que barram a entrada das frutas nacionais em alguns países. Dentre os entrevistados, 56% consideraram que houve diminuição desse tipo de entrave por parte dos países importadores, porém ainda existem diversos obstáculos.

Mercados importadores de fruta como o europeu e o norte americano exigem um padrão de qualidade, incorporando as preocupações dos consumidores com a segurança alimentar e as exigências para certificação do produto, levando em consideração o local de produção e os aspectos da ambientais e sociais. Assim, os produtores de fruta para exportação tiveram que adaptar suas lavouras às exigências dos mais importantes selos internacionais, como o EurepGap e o TNC. (OLIVEIRA, 2005)

Em 2005, o governo nacional conseguiu a liberação dos embarques de manga para o Japão. Esse país impunha um bloqueio à importação de mangas do Brasil, sob a alegação de que a fruta era contaminada pela mosca-do-mediterrâneo e pela mosca-da-carambola. Segundo informações do MAPA, essa abertura demandou mais de 30 anos de negociação.

A Lei do Bioterrorismo, por exemplo, imposta pelos Estados Unidos em 2002, exige que todas as empresas que produzem, processem, embalem ou armazenem alimentos destinados ao consumo humano ou animal devem cumprir normas para comercializar seus produtos nos EUA. Essas empresas devem possuir registro junto ao governo norte-americano, manter estas informações atualizadas e comunicar às autoridades toda chegada de carregamentos alimentares. O descumprimento de qualquer uma dessas exigências acarreta na proibição do ingresso da carga e na possibilidade de detenção da mercadoria, com multa para o responsável pelo carregamento. (MDIC, 2006)

Outro empecilho as exportações são as tarifas impostas pelos importadores para que as frutas nacionais possam ser comercializadas no país de destino, depreciando a competitividade do produto e inibindo investimentos na cadeia produtiva. No levantamento feito junto aos exportadores, apenas metade consideraram que houve redução dessas taxas.

O caso da exportação de banana para a União Européia, é um exemplo. A União Européia possuia um complexo sistema de cotas e sobretaxas para extra cotas de acordo com a procedência da banana, privilegiando sua produção interna e de suas ex-colônias da África, Caribe e Pacífico. Esse sistema de cotas adotado pela União Européia trouxe descontentamento para vários países produtores de banana, principalmente os latinos, que possuem um produto de melhor qualidade e mais competitivo que os países europeus produtores e suas ex-colônias. Em 1999, a OMC julgou ineficiente o sistema de cotas da União Européia e, em 2001, a União Européia se comprometeu a reduzir o tratamento favorável a determinados países. Em 01 de janeiro de 2006 o sistema de importação mudou

para um modelo mais simplificado, adotando tarifação única de 176 euros por tonelada exportada ao bloco (NEVES, 2006).

3.5 PROMOÇÃO DA FRUTA BRASILEIRA

Os produtores têm melhorado a oferta de variedades de frutas globalmente conhecidas, segundo 67% dos exportadores entrevistados. De acordo com esses agentes, há trabalhos de orientação, como feito com os produtores de manga do Vale do São Francisco: os exportadores nacionais estão orientando esse produtores, voltados ao mercado internacional, a investir na produção da kent e da keitt, as favoritas dos consumidores europeus. Essas variedades possuem menos fibras e são consideradas mais saborosas do que a tommy, apesar de menos produtivas. A uva também vem sendo cultivada baseada na preferência dos consumidores internacionais. A variedade mais difundidas na Europa e nos Estados Unidos, é a uva fina sem semente. (IBRAF, 2006)

Apesar de diversas iniciativas em parceiras público/privadas, apenas 38% dos exportadores considerarm que houve aumento do investimento público em gastos com promoção das frutas nacionais. Apesar disso, ressaltam a importância da parceria do Instituto Brasileiro de Frutas (IBRAF) e da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), e associações do setor, que desenvolveu, em 1998, o *Brazilian Fruit*, que foi criado para promover as exportações de frutas brasileiras. Há duas ações a destacar desta parceria:

Campanha Turismo Receptivo: já em sua segunda fase, esta campanha tem por objetivo fidelizar turistas e torná-los consumidores em seus países de origem. Na primeira etapa, ocorrida no Nordeste (Salvador, Recife e Fortaleza), de 3 a 9 de julho, os resultados foram positivos. Turistas europeus, norte-americanos e latino-americanos se mostraram extremamente interessados na fruta brasileira. No último mês, a campanha foi repetida em São Paulo, sendo também muito bem sucedida.

Brazilian Fruit Festival: este projeto é feito em parceria com o Carrefour, e visa promover as frutas brasileiras em stands montados em supermercados em vários países, como Portugal, Espanha e Polônia, que participaram do projeto em 2004. Nestes stands, promotoras treinadas orientam sobre a melhor forma de consumo da fruta, além de distribuir folhetos promocionais com receitas. Em 2005, o Brazilian Fruit Festival já passou por vários supermercados na Itália e França e deve ainda passar pela República Tcheca, Eslováquia, França (novamente) e Bélgica. Em 2006, ano da Copa do Mundo de futebol, fruta brasileiras serão enviadas ao mercado europeu para divulgar o produto brasileiro.

Outras ações do projeto incluem a participação em feiras e rodadas de negócio nacionais e internacionais, o que possibilita a divulgação dos produtos e marcas brasileira diretamente aos compradores de diversas partes do mundo.

3.6 POLÍTICA CAMBIAL

Segundo 100% dos exportadores entrevistados, o maior empecilho para as exportações em 2005 foi a significativa queda na taxa de câmbio, que ainda está comprometendo seriamente muitos segmentos do agronegócio brasileiro, incluindo a fruticultura exportadora. Mesmo com o câmbio valorizado frente ao dólar e ao euro, o preço da fruta no mercado exterior ainda é maior do que o interno. No entanto, essa diferença é muito menor hoje a medida que o real torna-se mais valorizado.

Os exportadores ressaltaram que continuarão suas vendas externas, mesmo com dólar abaixo dos R$ 2,50, porque há necessidade de se manter no mercado externo, cumprindo-se os contratos já estabelecidos e respeitando os clientes conquistados nestes últimos anos. Ademais, o mercado externo ainda remunera melhor o produtor que o mercado interno. No entanto, a redução da competitividade brasileira em função do câmbio pode inibir investimentos no setor exportador e frear o crescimento futuro.

4 CONSIDERAÇÕES GERAIS

De acordo com os resultados da pesquisa realizada entre os exportadores do setor fruticultor, um dos maiores entraves na exportação de frutas em 2005 foi a valorização do câmbio. A instabilidade no valor do dólar dificulta a fixação dos preços das frutas para o mercado externo e aumenta os riscos de retorno sobre os investimentos para exportação.

A política cambial vigente dificulta a estabilidade do dólar, com isso, o setor tem que melhorar sua rentabilidade através de outras ações que estão ao seu alcance, como a qualidade, a segurança do alimento, a regularidade na oferta e o profissionalismo nas negociações.

É necessário que o modelo de gestão da fruticultura exportadora mude e priorize estratégias que agreguem valor ao produto, ao invés de buscar estratégias de aumento de volume. A manga, por exemplo, já está em seu limite máximo de embarque. O setor produtivo aumentou muito a produção de uma única variedade, sem se atentar à possível queda de preços que a saturação do mercado com uma variedade exótica de baixa qualidade e oferta irregular poderia ocasionar.

A globalização dos mercados e de novas frentes para a exportação de produtos agropecuários brasileiros, também deixou vulnerável à concorrência interna com produtos de melhor qualidade. Preferidos pelo consumidor cada vez mais exigente de qualidade e consciente dos problemas ambientais, os produtos produzidos de forma ambientalmente saudável passaram a ter maior valor de mercado e a serem reconhecidos facilmente pelos selos de qualidade. Cresceu no país, a necessidade de capacitar os principais agentes da cadeia produtiva e de pós-colheita de produtos nacionais, com ferramentas capazes de torná-los mais competitivos, assegurando seu lugar no mercado interno já conquistado e, também em novos mercados externos ainda não alcançados (SANHUEZA et al., 1998)

A perspectiva é de que o Brasil consiga conquistar novos países consumidores. Espera-se também um incremento do consumo de frutas nos atuais mercados importadores em razão das mudanças de hábitos para uma alimentação de melhor qualidade. Por esse motivo espera-se que a demanda mundial por frutas frescas cresça consideravelmente. (ALVES,2002)

Finalmente, concluiu-se, que existe um potencial de crescimento para a fruta brasileira no mercado internacinal, mas é preciso maiores investimentos em marketing, em estratégias comerciais, e na qualidade do produto. Além disso é preciso, também, que o governo faça sua parte, viabilizando esse canal de comercialização.

Referências Bibliográficas

ALVES, J.M. Competitividade e Tendência da Produção de Manga para a Exportação do Nordeste do Brasil. 2002. 110p. Dissertação (Mestrado em Economia) – Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2002.

BRANCO, A.C; FILHO, J.P.M. "Bahia e Pernambuco puxam as exportações".Gazeta Mercantil, São Paulo, 2 jan. 2006). Disponível em <http://clipping.planejamento.gov.br>. Acesso em 02 de março 2006.
BRANCO, AC, FILHO, JPM. Bahia e Pernambuco puxam as exportações. Gazeta Mercantil, São Paulo, 2 janeiro de 2006.
COMPANHIA DAS DOCAS DA BAHIA. Disponível em: <http:www.codeba.com.br>. Acesso em 01/10/2006.
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. Cultivo da Mangueira.2005. Disponível em: <http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Manga/CultivodaMangueira/colheita.htm>. Acesso em 30/10/2005
INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTAS (IBRAF). Relatórios referente ao estudo de mercados externo e interno de manga. 2005. Disponível em <http:www.abanorte.com.br>. Acesso em 22/02/2006.
INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTAS. IBRAF: Estatísticas. Disponível em: <http://www.ibraf.org.br/> Acesso em 21/02/2006.
INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTAS. Relatórios referente ao estudo de mercados externo e interno de uva**.** 2005. Disponível em <http:www.abanorte.com.br>. Acesso em 22/02/2006.
INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE**:** Banco de dados agregados: agricultura. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br> Acesso em 01/02/2006.
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. MAPA: Estatísticas. Disponível em <http://www.agricultura.gov.br>. Acesso em 02/02/2006.
NEVES, M.C.M. Anáilse mensal do mercado de banana. Revista Hortifutibrasil, ano2006, p. 22. Disponível em: <http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/edicoes/43/banana.pdf>. Acesso em: 01/04/2006.
VITTI, A; CINTRA, R. Revista Hortifrutibrasil, ano2003, p.10. Disponível em: < http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/edicoes/11>. Acesso em: 01/04/2006.
OLIVEIRA, L.A. A Importância das Normas Internacionais para o Comércio da Fruticultura Brasileira. Piracicaba. Dissertação (Mestrado em Economia). Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2005.
ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO E AGRICULTURA. FAO: Banco de dados. Disponível em: <http://www.fas.fao.org/>. Acesso em 07/03/2006.
RABOBANK INTERNATIONAL. São Francisco Valley Irrigated Fruit Production. Disponível em < http://www.codevasf.gov.br/menu/prod_serv/publicacoes>. Acesso em : 1/03/2006.
SANHUEZA, R. M. V.; KOVALESKI, A.; PROTAS, J. F. da S. Produção integrada da maçã no Brasil - Projeto de pesquisa, 1998, Bento Gonçalves, RS: Embrapa Uva e Vinho, 1998. 48 p.
MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. MDIC. Negociações internacionais. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/negInternacionais/MedTerrorismo/Lei.php> em 20/03/2006.
SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR. SECEX: Banco de dados de exportação - Sistema Alice Web. Disponível em: <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/>. Acesso em 20/03/2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTAS. IBRAF: Projetos do IBRAF. Disponível em : <http://www.ibraf.org.br/x-pi/f-proj.html>. Acesso em : 20/03/2006.