

2006 PODERIA TER SIDO MUITO MELHOR!

Por *Margarete Boteon*

O ano de 2006 foi positivo para a hortifruticultura em geral, mas a impressão de muitos agentes é de que esse ano poderia ter sido muito melhor, visto que o potencial produtivo do setor supera a atual área plantada. No entanto, diante de barreiras comerciais, já não basta aumentar a produção, é necessário ofertar um produto condizente com as exigências dos consumidores brasileiros e estrangeiros. Mas ainda há o que comemorar. A tecnologia de produção de hortifrutícolas evoluiu muito nos últimos três anos, o que elevou a produtividade, por exemplo, do tomate, da batata e da cebola.

O desafio de produtores de hortifrutícolas em 2007 será ajustar a produção ao consumo, de modo que o excesso de oferta registrado em 2006 não se repita. Com tecnologia de produção mais acessível ao setor, os agentes devem concentrar seus esforços também para modernizar a comercialização, pois o retorno do investimento nas lavouras só será possível se houver agregação de valor ao produto.

No segmento exportador, a desvalorização do dólar prejudicou a competitividade da fruta brasileira. Os produtos com destaque nesse segmento em 2006 foram aqueles que expandiram suas vendas a partir da intensificação do comércio com os Estados Unidos e a Europa, que melhoraram a qualidade e diversificaram suas cultivares. Esse é o caso da uva e do melão que, juntos, podem gerar uma receita de US\$ 200 milhões/ano, quase metade da receita obtida com todas as exportações de frutas em 2006.

Produtos mais exóticos no mercado externo, como a manga, não devem registrar um elevado crescimento em receita e em volume em 2006 e 2007 devido à saturação da demanda externa. O excedente de produção pode, então, ser realocado no mercado nacional, pressionando o valor da fruta também no próximo ano. A manga era uma das frutas de melhor desempenho nas exportações até 2004. No entanto, o aumento do plantio – sobretudo de uma única variedade – gerou uma oferta maior que a demanda dos mercados externo e interno.

Em resumo, barreiras que comprometeram a obtenção de um resultado mais positivo na hortifruticultura brasileira em 2006 foram: estrutura de comercialização ineficiente no mercado doméstico, falta de hábito do brasileiro de consumir hortifrutícolas, infraestrutura logística exportadora cara e ineficiente, poucos avanços em acordos bilaterais no âmbito externo e redução da competitividade do produto nacional no mercado externo com o dólar fraco.

A estimativa é de que o dólar continue desvalorizado em 2007. Segundo pesquisa semanal Focus do Banco Central, publicada em 04 de dezembro de 2006, a previsão é de que o dólar feche em torno de R\$ 2,25 em dezembro de 2007. Para o mesmo período de 2006, a previsão é de R\$ 2,15.

Se a expectativa de mais um ano de Real valorizado em 2007 se confirmar, a balança comercial de frutas deverá ser novamente afetada pelo aumento das importações. Desde 2005 – período de câmbio em queda –, as importações vêm crescendo significativamente no Brasil. A pêra, principal fruta importada, representa metade do total gasto com importação de frutas, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Em 2006, a previsão da **Hortifruti Brasil** é de aumento médio de 20% em comparação com 2005

DÓLAR DEVE CONTINUAR BAIXO EM 2007

	2005 ¹	2006 ²	2007 ²
ECONOMIA - Crescimento do PIB Total (%)	2,41%	2,86%	3,50%
TAXA DE JUROS (Selic) (% a.a. - MÉDIA)	19,14%	15,09%	12,41%
INFLAÇÃO (IPCA - % ao ano)	5,68%	3,15%	4,10%
TAXA DE CÂMBIO - em dezembro (R\$/US\$)	2,30	2,15	2,25

Fontes: ¹Pesquisa Focus (20/12/2005) - Banco Central; ²Pesquisa Focus (04/12/2006) - Banco Central.

nos gastos com importação de frutas, podendo chegar a US\$ 150 milhões. O crescimento do volume importado limita o aumento da rentabilidade do produtor brasileiro, visto que o consumidor tem ao seu dispor um volume maior de frutas.

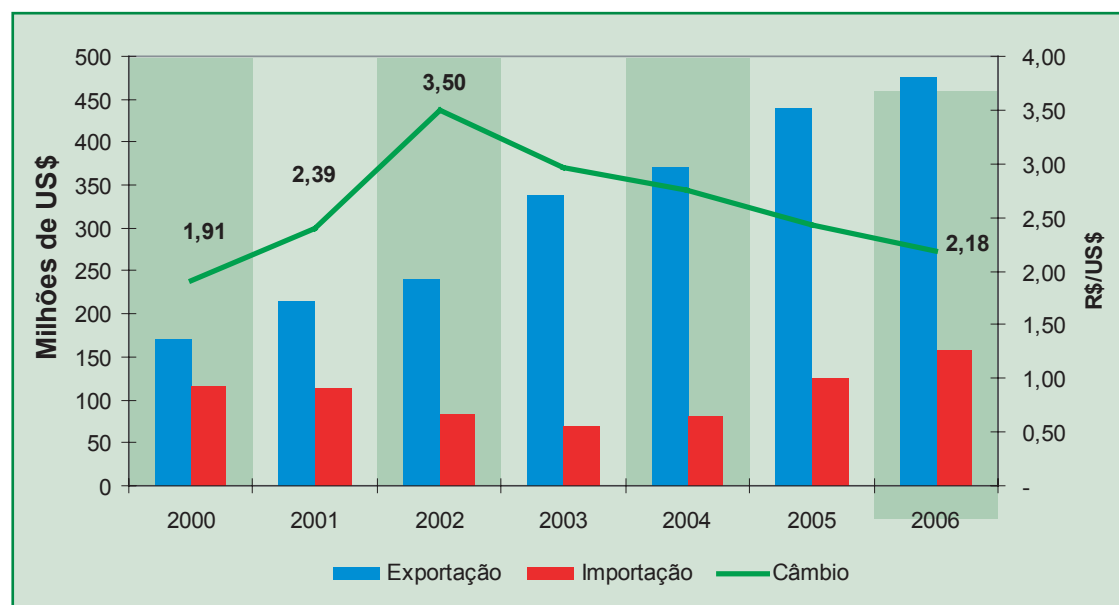
Esse cenário ainda não afetou o volume exportado pelo Brasil, mas já causou impacto na balança comercial. Em 2005, o País gastou US\$ 125,6 milhões com a importação de frutas e obteve receita de US\$ 440 milhões, restringindo o superávit a US\$ 314,4 milhões, segundo a Secex/Ibraf.

Quanto às exportações, a previsão da **Hortifruti Brasil** é de que 2006 feche com uma re-

ceita em torno de 8% maior que a de 2005, podendo alcançar em torno de US\$ 470 milhões. Esse resultado é positivo, mas muito inferior ao de 2005, que apresentou um crescimento de 19% em receita em comparação à de 2004.

As frutas que mais devem contribuir para aumentar o faturamento das exportações em 2006 são o melão, a uva, a banana e os citros. O valor arrecadado com essas frutas deve aumentar de 10% a 20% devido à maior demanda externa. Esse crescimento vai compensar a queda de receita na ordem de 5 a 10% de algumas frutas tradicionais no mercado exportador, como manga e maçã.

DÓLAR FRACO FAVORECE IMPORTAÇÃO DE FRUTAS



Fontes: Ibraf/Secex (2000-05) e Hortifruti Brasil - previsão (2006)



agora é

Seminis



A marca HortiCeres, conhecida no mercado por sua alta tecnologia em produtos tropicais, será integrada à marca Seminis.

A integração das marcas traz:

- recursos focados em uma marca;
- única identificação de embalagem;
- genética avançada;
- a mesma qualidade.



PEQUENO RECUO NA ÁREA EM 2006

A área cultivada por produtores de frutas e hortaliças que colaboram com o **Projeto Hortifruti Brasil/Cepea** deve cair cerca de 0,8% em 2006, em comparação ao ano anterior, totalizando cerca de 283,5 mil ha. Essa área abrange as principais regiões produtoras de oito hortifrutícolas-alvo do projeto: banana, batata, cebola, mamão, manga, melão, tomate e uva, mas não reflete a totalidade da área nacional desses produtos.

Os investimentos no setor produtivo em 2006 mantiveram-se, no geral, similares aos de 2005, cerca de R\$ 4 bilhões, se levadas em conta somente as áreas amostradas pela **Hortifruti Brasil** e calculado o investimento através dos gastos por hectare declarados por produtores ao Cepea – possuem de média a alta produtividade.

No geral, a área de frutas caiu 2,7% enquanto que a de hortaliças aumentou cerca de 1,6%. O aumento da área das hortaliças está relacionado aos resultados positivos de capitalização do produtor em 2005 e à redução dos custos de alguns insumos devido ao câmbio desvalorizado. Além disso, as hortaliças são destinadas exclusivamente ao mercado nacional e sua receita não está vinculada ao valor do dólar. Os produtores de frutas, ao contrário, têm sua receita dependente em parte do mercado externo e são mais prejudicados quando o dólar enfraquece.

HORTALIÇAS

A área de tomate é a que mais aumentou em 2006. Segundo levantamento da **Hortifruti Brasil**, os tomaticultores aumentaram em 32,2% a área cultivada no inverno. Produtores de Mogi-Guaçu (SP), Sumaré (SP), Araguari (MG) e Paty do Alferes (RJ) investiram mais na cultura em 2006 impulsionados pelos resultados positivos da safra de inverno de 2005. Esse aumento de área e a boa produtividade obtida no período pressionaram significativamente os preços do tomate, principalmente em julho e agosto.

Apesar de a área geral da safra de verão 2005/06 (novembro de 2005 a abril de 2006) não ter expandido, houve pressão nos preços recebidos devido ao aumento da oferta em Santa Catarina combinado à redução da qualidade. Assim, os preços de janeiro a março foram abaixo do mínimo necessário para compensar os investimentos com a cultura e devem influenciar em um menor plantio no verão de 2006/07.

A cebola apresentou a menor rentabilidade no segundo semestre entre as hortaliças avaliadas pela **Hortifruti Brasil**. A área expandiu 1,1% na média das regiões pesquisadas, mas a coincidência do pico de safra do Nordeste e São Paulo causou concentração da oferta nacional e queda do preço. Em outubro, o preço médio chegou a R\$ 0,07/kg ao produtor, valor inferior ao mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura, estimado em aproximadamente R\$ 0,30/kg.

SETOR INVESTE CERCA DE R\$ 4 BILHÕES EM 2006

	Área plantada (ha) ¹			Investimentos realizados em 2006 (R\$) ²
	2005	2006	Var (%)	
Batata (seca/inverno)	48.230	48.873	1,3%	586.476.000
Batata (águas)*	44.600	43.745	-1,9%	524.940.000
Cebola (NE, CO, SP e MG)	12.875	13.018	1,1%	183.867.600
Cebola (Sul)**	10.320	11.360	10,1%	102.240.000
Tomate (inverno)	3.208	4.242	32,2%	167.970.000
Tomate (verão)***	4.917	4.917	0,0%	194.700.000
Parcial Hortaliças	124.150	126.154	1,6%	1.760.193.600
Banana	49.250	47.000	-4,6%	306.521.739
Mamão	26.900	27.000	0,4%	472.500.000
Manga	33.189	33.189	0,0%	248.917.500
Melão	14.000	13.500	-3,6%	249.230.769
Uva	38.433	36.702	-4,5%	954.247.320
Parcial Frutas	161.772	157.391	-2,7%	2.231.417.328
Total	285.922	283.545	-0,8%	3.991.610.928

¹Total cultivado nas principais regiões produtoras dos nove hortifrutícolas pesquisados continuamente pela Hortifruti Brasil. As estatísticas não representam o total cultivado com cada produto no País.

²Total de investimentos realizados pelos colaboradores do Projeto Hortifruti Brasil por produto hortifrutícola em 2006.

* 2005: safra das águas de batata 2004/05; 2006: safra das águas de batata 2005/06

** 2005: safra da cebola de 2004/05; 2006: safra da cebola 2005/06

***2005: safra de verão de tomate 2004/05; 2006: safra de verão 2005/06

Fonte: Agentes de mercado

A produção de cebola cresceu em torno de 10% na safra de verão 2005/06 no Sul do País, devido a novas áreas de plantio em Santa Catarina e no Paraná. A safra foi comercializada principalmente no primeiro semestre de 2006. A melhor qualidade e produtividade do bulbo no período garantiram uma boa rentabilidade aos cebolicultores do Sul, que devem ampliar novamente a área colhida no primeiro semestre de 2007.

Ao contrário do que se previa inicialmente, a safra de inverno de batata aumentou 1,3%. A maior produtividade, que foi a responsável pelo aumento da oferta, pressionou novamente as cotações do tubérculo no inverno, principalmente em Vargem Grande do Sul (SP).

O único produto que registrou ligeira diminuição na área de plantio em 2006 foi a batata cultivada na safra das águas 2005/06. Isso ocorreu por causa da quebra de safra no Sul do País, principalmente no Paraná. No entanto, para a safra 2006/07 é esperado um volume recorde do tubérculo.

FRUTAS

Quanto à área de frutas de mesa e alvos de análise da **Hortifruti Brasil**, as maiores retrações foram observadas em banana, uva e melão, enquanto mamão e manga se mantiveram estáveis. No caso da banana, a redução de área esteve relacionada à descapitalização de produtores do Vale do Ribeira, Norte de Santa Catarina e Norte de Minas Gerais em 2005. Naquele ano, a área com banana nessas regiões recuou em torno de 5%. Isso repercutiu em menor oferta em 2006 e impulsionou os preços ao produtor, recuperando

em parte a queda de renda de 2005.

Para a uva, a redução da área total em 5% nas regiões de pesquisa da **Hortifruti Brasil** ocorreu devido à erradicação de cerca de 2 mil ha de parreirais em São Paulo. A queda de renda do viticultor paulista nos últimos anos reduziu em 20% a área de uva de mesa no estado em 2006. No entanto, outras regiões ampliaram a produção, como o Vale de São Francisco e o Paraná, em decorrência da melhor capitalização do produtor em 2006.

A área de melão diminuiu somente no Vale do São Francisco. O excesso de chuva na região em abril destruiu lavouras inteiras da fruta, que estavam prestes a serem colhidas. Os prejuízos descapitalizaram alguns melonicultores, que ficaram impedidos de continuar o plantio em algumas fazendas. No pólo exportador do Rio Grande do Norte e do Ceará, a área de cultivo da safra 2005/2006 não foi alterada, e os produtores tiveram um resultado muito positivo nas exportações.

A renovação de pomares do mamão havaí em 2005 gerou aumento de oferta do produto em 2006, apesar de a área ter sido mantida no período. Devido ao cenário negativo do mercado externo, muitos lotes que seriam embarcados foram redirecionados para o consumo interno, aumentando a oferta e desvalorizando a fruta.

Em 2006, a área de manga foi muito similar à de 2005. Mesmo com a área estável, a oferta elevada nestes últimos dois anos refletiu em resultado negativo da manga no Vale do São Francisco e deve desestimular investimentos nos próximos anos. Em São Paulo, a previsão é de que a área em 2007 reduza devido à substituição de algumas áreas de manga por cana-de-açúcar.

 **Supra**
Fertilizantes

Qualidade que se vê



A Supra Fertilizantes tem um programa nutricional adequado para cada fase da cultura.

Dept. Comercial (19) 3894-3141

Maior Enraizamento



Melhor Sanidade



Melhor Pós-colheita



Maior Produtividade



DESAFIOS DO SETOR HORTIFRUTÍCOLA PARA 2007

BATATA

O setor está colhendo os investimentos em tecnologia dos últimos anos. Mesmo com a manutenção ou até redução da área cultivada no próximo ano, a alta produtividade garante o aumento da oferta. O grande desafio do setor bataticultor é minimizar os custos através do melhor manejo dos pacotes tecnológico e genético. Os avanços do setor nos últimos anos já permitem investimentos na área de marketing, como promoção da diversidade culinária do tubérculo ao consumidor brasileiro.

CEBOLA

Os investimentos em produtividade também estão influenciando no aumento da oferta de bulbos no mercado interno e, futuramente, os produtores deverão ajustar sua área em relação à produtividade obtida atualmente. No Sul, a cebola e outras culturas hortifrutícolas cresceram nos últimos anos devido à crise no mercado de grãos.

TOMATE

A exemplo do mercado de batata, o desafio do setor do tomate é gerenciar melhor o pacote tecnológico para que o aumento da produtividade permita a redução de custos. No entanto, os avanços no setor quanto à rentabilidade só serão obtidos com a agregação de valor através de investimentos na diversificação de produtos e embalagens na comercialização.

BANANA

Mudanças estruturais no mercado de banana deverão influenciar no perfil do produtor que comercializa no mercado interno. A barreira tecnológica poderá expulsar produtores ainda pouco tecnificados. Externamente, a abertura da Europa para o mercado brasileiro, nos últimos anos, está permitindo gradualmente um aumento da participação da fruta brasileira naquele mercado. O setor pode dar um grande salto se, além do Rio Grande do Norte, outras regiões exportarem para a Europa.

MAMÃO

As condições climáticas desfavoráveis à qualidade do mamão e o dólar enfraquecido foram as principais barreiras do setor em 2006. A regularidade de oferta e a qualidade do produto são os grandes desafios do setor pa-

ra ampliar a receita e os embarques do produto em 2007.

MANGA

O acesso ao mercado japonês significa que o setor pode atender os consumidores mais exigentes do mundo. No entanto, a demanda japonesa ainda é pequena em relação à elevada oferta da fruta no Vale do São Francisco. Sem um planejamento eficiente de produção e comercialização, os excedentes de oferta vão continuar. O desafio é incentivar o consumo. No entanto, é vital frear os investimentos em ampliação de área e converter os esforços em diversificação de variedades, melhorias na qualidade e promoção da fruta no exterior.

MELÃO

Outra fruta que pode ultrapassar a receita de US\$ 100 milhões é o melão. Diversificação de variedades e mercado, também comercializando para os Estados Unidos, além da Europa, é a receita de sucesso desse setor. O maior controle fitossanitário também está permitindo melhor qualidade e produtividade.

UVA DO SUL E SUDESTE

As regiões produtoras para o mercado interno ajustaram suas áreas de acordo com o consumo brasileiro em 2006, trocando parte da área de uva fina, principalmente a tradicional Itália, por outras hortaliças e uvas rústicas e, em menor proporção, pelas variedades sem semente. O setor também está avançando na área de processamento, especialmente para a elaboração de sucos. Essa reestruturação reduziu a área de plantio e diversificou o conjunto de cultivares. O setor viticultor deve ter uma rentabilidade melhor em 2007, por conta dessa reestruturação.

UVA DO VALE DO SÃO FRANCISCO

Mesmo com as chuvas intensas no início dos últimos anos, o setor avançou muito, diversificando suas cultivares e mercados exportadores, com a uva tornando-se a principal fruta *in natura* geradora de receita nas exportações. Em 2006, a uva deve ultrapassar US\$ 100 milhões em receita. O desafio é permitir resultados similares futuramente, mesmo com a perspectiva de aumento de oferta no Vale do São Francisco. ■