

PROCURAM-SE AGROINDÚSTRIAS!

Hortifrutícolas processadas rendem mais de R\$ 5 bilhões em 2010

Todas as pessoas têm necessidade de se alimentar, e a redução do tempo livre tem sido responsável cada vez mais pelo aumento no consumo de alimentos industrializados, inclusive os hortifrutícolas. A agroindústria hortifrutícola já movimentou no País montante financeiro significativo e apresenta crescimento de mercado maior que o da fruta fresca destinada tanto ao mercado interno quanto ao externo.

Considerando-se somente os principais produtos industrializados hortifrutícolas com foco no mercado brasileiro, como sucos prontos, atomatados e batata processada, pode-se observar que o setor movimentou mais de R\$ 5 bilhões em 2010. Na comparação dos mesmos itens, o crescimento de 2009 para 2010 foi de 13%.

Esse avanço é motivado pelo ritmo de vida acelerado nos centros urbanos, bem como pela mudança na estrutura das famílias. Podemos citar como exemplo as mães que antes se dedicavam 100% ao cuidado do lar e agora trabalham fora e o aumento no número de pessoas morando sozinhas. Segundo dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de brasileiros morando sozinho triplicou em 20 anos, totalizando 6,9 milhões em 2010. O aumento do mercado consumidor nacional, patrocinado especialmente pela ampliação da classe C, também contribuiu para as agroindústrias expandirem seus investimentos no País.

Para os hortifruticultores, o habitual é o fornecimento da

maior parte de seus produtos para o consumo *in natura* e de uma parcela menor à indústria. No geral, a venda da matéria-prima às agroindústrias é vista como canal alternativo de escoamento da produção, principalmente do produto que não é aceito no mercado fresco. Mas em alguns setores, a divisão da oferta já não é bem assim. A indústria da batata e a do tomate, por exemplo, apresentam um setor de processamento mais organizado e trabalham com contrato de fornecimento para atender ininterruptamente sua demanda.

As indústrias de batata e tomate processam variedades diferentes das que são comumente destinadas ao consumo *in natura*. Assim, têm relação mais formal com seus fornecedores através de contratos com especificações da qualidade e do volume a ser entregue, dispondo-se, inclusive, a oferecer linhas de financiamento para o produtor investir na cultura. Já a indústria de suco, a relação entre o produtor e a indústria varia com o tipo da fruta, desde as mais formais como laranja e a uva, até as que se abastecem do excedente da produção, como a manga.

Diante do forte crescimento das agroindústrias no País e da necessidade de o produtor encontrar alternativas ao canal tradicional de comercialização *in natura*, a **Hortifruti Brasil** analisa nesta edição os avanços desse segmento em três setores que mais têm se destacado: o de batata, de tomate e o de suco de frutas. O propósito é avaliar as oportunidades, os desafios, vantagens e desvantagens de o produtor tornar-se fornecedor de matéria-prima para as agroindústrias hortifrutícolas.

Faturamento superou R\$ 5 bilhões em 2010

Agroindústria hortifrutícola faturou mais de R\$ 5 bilhões em 2010

	Sucos de frutas prontos para o consumo	Atomatados	Batata chips e congelada*
Faturamento 2010 (R\$)	 R\$ 2 bilhões	 R\$ 1,6 bilhão	 R\$ 1,44 bilhão
Crescimento 2010/2009 (%)	23%	5%	18%

Fontes: Nielsen e Secex; elaboração Hortifruti Brasil.

* O faturamento da batata congelada, especificamente, considera somente o montante gasto com a importação do produto; não está incorporado o total gerado pelas agroindústrias nacionais de batata pré-frita congelada.

Mais

tempo aberto para a produtividade.



Galben® M

Ranman: produto registrado Ishihara.

- Fungicida sistêmico eficiente até em períodos chuvosos
- Age por dentro e por fora de maneira uniforme
- O parceiro perfeito quando aplicado com Ranman
- Eficaz no controle da requeima

SE O TEMPO VAI FECHAR, VÁ DE GALBEN M.



ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Uso exclusivamente agrícola.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.

fmcagricola.com.br

FMC

Fazendo Mais pelo Campo

BATATA PROCESSADA TOMA ESPAÇO DA *IN NATURA*

FATURAMENTO ULTRAPASSA OS R\$ 1,4 BILHÃO/ANO

- ▶ **Batata (matéria-prima) consumida por brasileiros na forma processada: 800 mil toneladas/ano**
- ▶ **Batata nacional (matéria-prima) processada: 300 mil toneladas/ano**
- ▶ **Principais produtos:** batata chips ondulada, lisa, palha e congelada
- ▶ **Faturamento (2010): 1,4 bilhões**



Produto	Faturamento - milhões de R\$ (2010)	Crescimento de 2009 para 2010 (%)
Batata ondulada	551	11%
Batata lisa	222	19%
Batata palha	334	12%
Batata congelada*	338	36%

Fonte: Estimativas dos autores com base em dados fornecidos pela ABBA, Nielsen e Secex. *Dados subestimados, pois foi considerado somente o valor de importação e não o faturamento com as vendas ao consumidor, além do que a produção nacional não está contabilizada.

Ao contrário do produto *in natura*, que apresenta consumo em queda nos lares brasileiros, a demanda por produtos industrializados à base de batata encontra-se em pleno crescimento, segundo dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE. Segundo essa pesquisa, o consumo por pessoa de batata *in natura* dentro de casa, em 2008, foi 24,1% menor que em 2002. Já em relação à batata congelada, houve aumento de 37,3% no mesmo período. Esse crescimento não inclui as batatas industrializadas consumidas fora do lar (restaurantes e redes de *fast food*), onde houve também um forte aumento do consumo no período.

Os principais produtos industrializados da batata são: chips ondulada, lisa, palha e pré-frita congelada. Segundo estimativas da Associação Brasileira da Batata (ABBA), do total produzido no País, cerca de 10% são destinados ao processamento - o equivalente a aproximadamente 300 mil toneladas. A oferta final do produto é, em boa parte, composta pela batata congelada importada, principalmente da Argentina e da Europa. Em 2010, o Brasil comprou cerca de 250 mil toneladas de batata congelada, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), o equivalente a 500 mil toneladas da matéria-prima (1 tonelada da tubérculo *in natura* produz 500 quilos de pré-frita congelada). Somando-se a produção nacional (300 mil) e a importação, estima-se que o brasileiro tenha consumido naquele ano 800 mil toneladas da batata (volume *in natura*) na forma processada.

O País tem desenvolvido seu parque industrial da pré-frita congelada. Uma das empresas de destaque é a Bem Brasil Alimentos, que processou, em 2010, 80 mil toneladas

de batata, o equivalente a 40 mil toneladas do produto congelado. Segundo pesquisa publicada pelo site *Supermercado Moderno*, a marca Bem Brasil é a quarta mais conhecida (entre 200 marcas) pelos varejistas do País na categoria de batata congelada, somente atrás das gigantes das indústrias de alimentos: Perdigão, Sadia e McCain.

Esta última é a maior fornecedora de batata congelada no País. A McCain tem sua planta processadora na Argentina e comercializa com as principais empresas de alimentos instaladas no Brasil e também através de sua marca própria. Em 2010, apesar de a Nielsen não revelar números de faturamento, as estimativas da consultoria são de que as vendas de batata congelada cresceram 10% em volume sobre 2009.

Já a produção de batata *snack* (salgadinhos), que inclui a ondulada, a lisa e a palha, boa parte é produzida no País. A previsão da ABBA é de um processamento anual entre 150 mil e 200 mil toneladas de batata. O rendimento da batata chips é menor que a congelada: 1 tonelada do tubérculo produz 250 quilos de batata chips. A maior processadora nacional desse tipo de produto é a Elma Chips, do grupo PepsiCo. Em 2011, a Elma Chips divulgou que deve processar 140 mil toneladas de batata *in natura*, aumento de 12% sobre 2010 - ano em que o processamento atingiu 125 mil toneladas de batata.

O volume de vendas de batata *snack* também é crescente. Segundo dados da Nielsen, em 2010, esse mercado subiu 7% frente a 2009, passando a 164,1 mil toneladas de batata *in natura*. O faturamento com as vendas desse produto, por sua vez, avançou expressivos 13,6% no mesmo período, totalizando R\$ 1,1 bilhão em 2010.



**SUA BATATA TURBINADA,
DO PLANTIO À COLHEITA.**

MELHOR QUALIDADE
Cantus[®]

MELHOR CLASSIFICAÇÃO
DOS TUBÉRCULOS
Cabrio[®] Top

Você pode mais. Sua lavoura pode mais.

www.agro.basf.com.br

0800 0192 500

ATENÇÃO Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRONÔMICO.



Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Incluir outros métodos de controle de doenças/pragas/plantas infestantes (ex.: controle cultural, biológico etc) dentro do programa do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Para maiores informações referentes às recomendações de uso do produto e ao descarte correto de embalagens, leia atentamente o rótulo, a bula e o receituário agrônomo do produto. Produtos registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento sob n^{os} Cantus[®]: 7503 e Cabrio[®] Top: 1303.

Sistema AgCelence Batata

 **BASF**

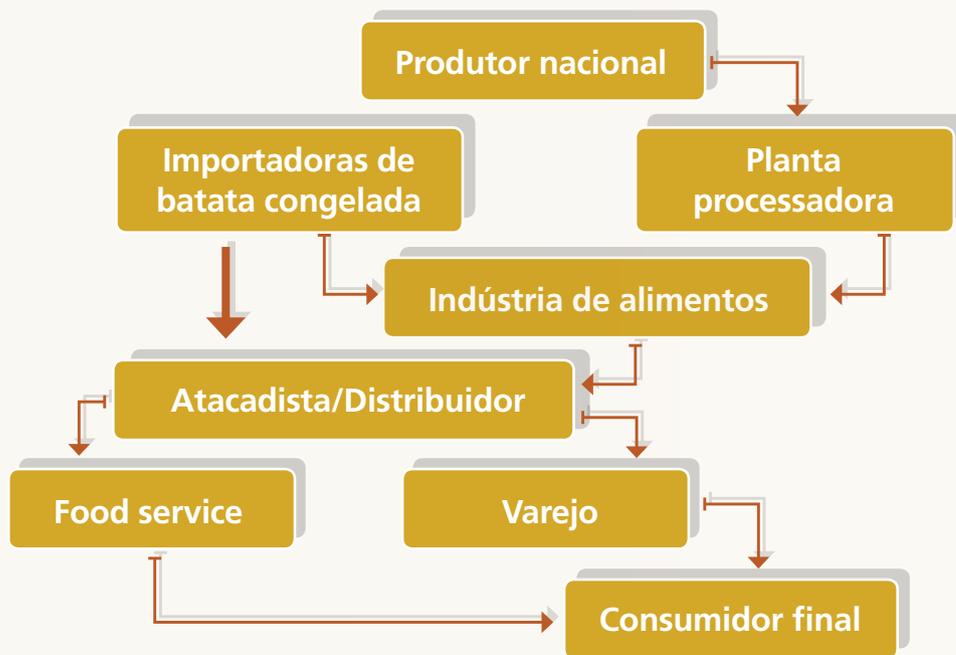
The Chemical Company

A tendência é que o consumo tanto de batata *snack* quanto a congelada siga crescendo, puxado pela busca do brasileiro por comodidade ao preparar as refeições e também pela melhora da sua renda. Nesse cenário, há francas oportunidades para a indústria nacional expandir-se. No segmento em que ainda é forte a importação (batata congelada), os números do Brasil já chamam a atenção em escala internacional.

Segundo o Serviço de Agricultura Estrangeira, do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) em publicação feita em novembro de 2010, o Brasil é o terceiro maior importador de batata congelada, atrás apenas dos Es-

tados Unidos e do Japão. No mesmo relatório é apresentada a estimativa de que a Europa pode se tornar o principal fornecedor de batata congelada para o Brasil nos próximos anos, ultrapassando a Argentina. As importações brasileiras da batata congelada européia seriam motivadas pelo Real valorizado aliado à abundância do produto na Europa, o que reduz drasticamente os preços. Além disso, os custos de processamento da batata industrializada no Brasil praticamente se igualam aos de importação, fato que motiva ainda mais as indústrias que comercializam esses produtos no atacado e varejo a adquiri-la fora do País ao invés de arcar com a produção.

CADEIA AGROINDUSTRIAL DA BATATA



ONDE ESTÃO AS PROCESSADORAS DE BATATA NO PAÍS?

A localização da indústria processadora de batata é de extrema importância para a redução dos custos de produção. Por esse motivo, estão instaladas próximo às principais regiões produtoras da matéria-prima. Além de a batata ser perecível, longas distâncias implicariam perdas mecâni-

cas. A compra de batatas de regiões mais distantes ocorre apenas quando há problemas de oferta nas praças próximas à unidade de produção. Os estados onde estão as indústrias de batata são Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Pernambuco.

Localização das maiores processadoras de batata no País

Empresa	Localização
Elma Chips (Grupo PepsiCo)	1. Itu, Sorocaba e Tietê (SP), 2. Curitiba (PR), 3. Porto do Suape (PE) e 4. Sete Lagoas (MG)
Bem Brasil Alimentos	5. Araxá (MG)
Cooperativa Castrolanda	6. Castro (PR)
Hortus Agroindustrial	7. Ibicoara (BA)



Fonte: Hortifruti Brasil, 2011

VALE A PENA SER FORNECEDOR DE BATATA PARA A INDÚSTRIA?

Para se responder a essa pergunta, foram consultados representantes de grandes indústrias de batata chips (ondulada e lisa), da indústria de batata pré-frita congelada (indústria e cooperativa de produtores), bem como fornecedores dessas empresas. No caso da batata palha tradicional, o mercado é mais pulverizado e uma boa parcela dele é abastecido com o refugo das lavadoras de batata fresca, sem uma formalização da relação comercial entre agroindústria e o produtor. Exceção a essa informalidade de relacionamento é encontrada nas grandes empresas de batata chips ondulada e lisa, que também produzem a palha. As demais agroindústrias da batata, alvo de análise desta edição, apresentam uma relação formal na aquisição da matéria-prima com os produtores.

Quanto aos valores recebidos pelos produtores, tanto as cooperativas quanto as indústrias os definem de acordo com o custo de produção da batata, estimando uma margem de lucro para o produtor. A maioria dos contratos é anual, mas nos casos em que a região não produz o ano todo, como no Paraná, onde há a safra das águas e das secas, há a possibilidade de fechamento por safra.

Segundo os entrevistados, os preços pagos ao produtor não costumam oscilar tanto de uma safra para outra, bem como os custos de produção – exceto em casos de perda de produtividade. Assim, para os bataticultores que comercializam com as grandes indústrias, tal negociação é considerada satisfatória devido à estabilidade na receita.

Há requisitos para se tornar um fornecedor de batata para as processadoras. O produtor deve empregar as tecnologias mais modernas de produção para garantir elevada produtividade, qualidade, padrão e pontualidade na entrega.

Um requisito importante é a limpeza e a ausência de defeitos na batata destinada à industrialização. Esses fatores podem auxiliar na eficiência do processamento – no caso dos defeitos, podem causar também grandes perdas no descascamento. O alto teor de açúcar, por sua vez, tem influência negativa sobre a formação da cor dourada no momento da fritura. A maturação dos tubérculos também influi na qualidade do produto final. Quanto mais maduros, maior será o teor de sólidos e, conseqüentemente, mais fácil será o manuseio, armazenamento e processamento, resultando em um produto final de maior qualidade.

Os requisitos de padrão do tubérculo são forma, peso e tamanho. As indústrias preferem os maiores e arredondados, já que facilitam o descascamento com menor perda. Além disso, um tubérculo mais graúdo facilita a classificação e a embalagem do produto acabado – garantindo assim o tamanho mais padronizado tanto para a batata chips quanto para a batata palito. No caso do peso, quanto mais pesada é a matéria-prima, maior é o seu teor de sólidos, favorecendo melhor textura e menor oleosidade ao produto final.

O fornecedor deve produzir as variedades requeridas pelas processadoras. A indústria de batata chips demanda basicamente a batata atlantic, enquanto as empresas de batata pré-frita congelada aceitam principalmente as variedades asterix e markies.

O perfil do fornecedor atual é de médio a grande porte porque há necessidade de se ter uma boa infraestrutura para manter o ritmo de colheita, independente de chuvas ou de outros contratempos.

AGROINDÚSTRIA DA BATATA: Pontos fortes, fracos, desafios e oportunidades para o fornecedor

AJUDA

FATORES INTERNOS

Pontos Fortes

- ▶ As indústrias definem o preço pago pela saca de acordo com os custos de produção, somando uma margem de lucro ao produtor;
- ▶ Menor oscilação dos preços em comparação ao mercado *in natura*. O produtor está protegido contra oscilações nos preços da batata.

FATORES EXTERNOS

Oportunidades

- ▶ O consumo de batata pré-frita congelada e chips é crescente.

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Em casos de altos preços no mercado *in natura*, o produtor não se beneficia, já que o preço recebido é pré-fixado;
- ▶ Não admite problemas com sazonalidade da oferta: o contratado para ser entregue em um período precisa ser cumprido.

Ameaças

- ▶ A forte concorrência com o produto importado congelado, com preços competitivos, limita a ampliação do parque agroindustrial nacional da batata congelada.

ENTRADA DE GIGANTES DO SETOR DE ALIMENTOS DEVE AMPLIAR OS DERIVADOS DO TOMATE

FATURAMENTO ULTRAPASSA R\$ 1,6 BILHÃO/ANO

- ▶ **Tomate (matéria-prima) consumido por brasileiros na forma processada: 1,8 milhão toneladas/ano**
- ▶ **Principais produtos:** extrato de tomate, purê de tomate, molho de tomate refogado e catchup
- ▶ **Faturamento (2010): 1,6 bilhão**



Atomatados

Produtos Atomatados	Faturamento - milhões de R\$ (2010)	Crescimento de 2009 para 2010 (%)
Extrato de tomate	615	-1,9%
Purê de tomate	101	-12,2%
Molho de tomate refogado	863	+12,1%
Catchup*	-	15%

Fonte: Estimativas dos autores com base em dados fornecidos pela Nielsen e WPTC.

*Não foi possível estimar em valor absoluto o faturamento do segmento de catchup; por isso, apresenta-se apenas a estimativa de crescimento. Só foi fornecido o crescimento, mas não o valor absoluto.

Entre o final de 2010 e início deste ano, as aquisições de plantas processadoras de tomate por gigantes da indústria de alimentos mundial movimentaram cerca de R\$ 2 bilhões. Em setembro/2010, a Cargill comprou a principal processadora de tomate do País, a Unilever, por R\$ 600 milhões e se tornou líder de mercado através das marcas: Pomarola, Tarantella, Elefante e Pomodoro. Em março deste ano, a Heinz adquiriu a Quero por R\$ 1 bilhão, segundo estimativas de analistas divulgadas na imprensa. Além dos derivados do tomate, a Quero produzia vegetais em conservas, doces e condimentos.

O objetivo dessas gigantes é expandir suas vendas nos países emergentes que têm registrado ampliação de seu mercado consumidor. A Heinz estima que, em 2015, o faturamento dos seus produtos nos países emergentes será superior ao obtido com as vendas na América do Norte.

No Brasil, a expansão da classe C e a busca por produtos alimentícios semi ou prontos para consumo ampliaram as vendas do molho de tomate em relação ao produto concentrado, como massa e o extrato de tomate. Segundo dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares, do IBGE, o consumo domiciliar de molho de tomate aumentou 56% de 2002 para 2008. Em contrapartida, o consumo de massa de tomate (mais concentrada) recuou 27%, segundo a mesma pesquisa. Paralelamente a essa mudança de consumo, verificou-se também maior produção de mo-

lhos frente às massas de tomates, os quais têm maior valor agregado.

Esse aumento da venda impulsionou também o volume processado de tomate e, conseqüentemente, a área cultivada. Entre 2002 e 2007, o volume médio processado anualmente foi em torno de 1,2 milhão de toneladas. Entre 2008 e 2010, o volume já era de 1,7 milhão de toneladas/ano. Entre 2002 e 2007, a área de tomate destinado ao processamento era em torno de 15 mil hectares e, nos últimos anos, ultrapassou os 20 mil hectares/ano.

As importações de catchup e outros molhos de tomate também cresceram. O montante gasto com as importações dessa categoria saltou de R\$ 2,3 milhões em 2005 para R\$ 13 milhões em 2010, segundo dados da Secex.

Ao contrário do observado para a batata congelada, a produção de tomate industrial no Brasil é significativa e boa parte dela é que abastece o mercado nacional. Em 2010 foram processadas no Brasil 1,8 milhão de toneladas desta hortaliça; no mundo, a indústria absorveu 37,2 milhões de toneladas, segundo o Conselho Mundial de Processadoras de Tomate.

Não há estatísticas específicas do segmento de catchup no País, mas se observa que também é uma categoria em franco crescimento. Estimativa do site *Supermercado Moderno* aponta que as vendas desse produto nos supermercados subiram 15% em 2010 frente a 2009.

Super Resistentes

Marangatú



Características técnicas

Peso médio: 230 gramas, ciclo precoce: 80 dias após o transplante, nº de lócus: 4. Resistências: Verticillium raça 1 e raça 2, Fusarium raça 1, raça 2 e raça 3, vírus do mosaico do tabaco.

Manejo do cultivo

Semeio: ano todo, densidade de plantio: 1,20 a 1,50 x 0,3 a 0,4m condução: duas hastes. Tipo longa vida.

Topacatú



Características técnicas

Peso médio: 260 gramas, ciclo precoce: 85 dias após o transplante, nº de lócus: 4. Resistências: Verticillium raça 1 e raça 2, Fusarium raça 1, raça 2 e raça 3, Fusarium crow.

Manejo do cultivo

Semeio: ano todo, densidade de plantio: 1,20 a 1,50 x 0,3 a 0,4m condução: duas hastes. Tipo longa vida.

resistência

F3



CADEIA DE SUPRIMENTOS DA INDÚSTRIA DO TOMATE



LOCALIZAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS

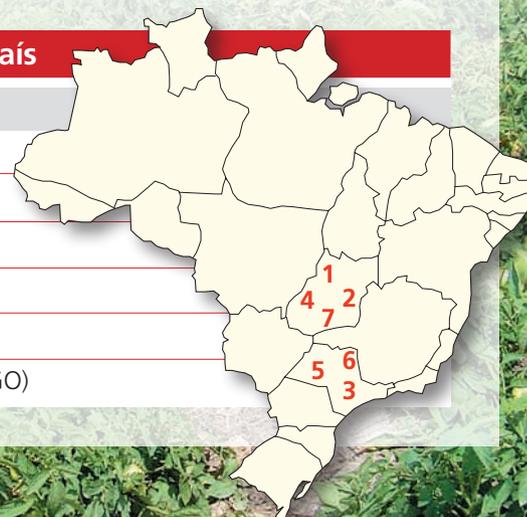
A área destinada ao cultivo do tomate rasteiro no Brasil encontra-se atualmente entre 20 mil e 22,5 mil hectares, dependendo da safra, com produtividade média de 75 a 85 t/ha. As principais indústrias de processamento de tomate se concentram basicamente nos estados de Goiás, localizando-

-se nas cidades de Goiânia e Nerópolis, e de São Paulo, em Matão e Araçatuba. Segundo estimativas da **Hortifruti Brasil/Cepea**, esses dois estados detêm 14.547 e 4.200 hectares, respectivamente, representando em 2011 cerca de 72% e 21% do total cultivado de rasteiro no País.

Localização das maiores processadoras de tomate no País

Empresa	Localização
Cargill Foods/Unilever	1. Goiânia (GO)
Heinz/Quero	2. Nerópolis (GO)
Predilecta	3. Matão (SP)
Brasfrigo S/A	4. Luziânia (GO)
Hypermarcas	5. Araçatuba (SP)
Fugini Alimentos	6. Monte Alto (SP) e 7. Cristalina (GO)

Fonte: Hortifruti Brasil, 2011



VALE A PENA VENDER PARA UMA PROCESSADORA DE TOMATE?

O tomate destinado à industrialização é cultivado nos sistema rasteiro e diversas variedades do grupo de crescimento determinado são adaptadas a essa forma de cultivo. Os requisitos básicos exigidos pela agroindústria é que o fornecedor produza um tomate de *brix* (teor de sólidos solúveis), coloração e consistência adequados.

O *brix* influencia no rendimento industrial. Quanto maior o teor de sólidos solúveis, maior o rendimento e menor o gasto de energia no processo de concentração de polpa. Segundo a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o aumento de um grau *brix* na matéria-prima implica incremento de 20% no rendimento industrial.

Já a coloração influencia na classificação do produto industrializado. Polpas, molhos e catchup têm cores padronizadas, que devem ser mantidas em todos os lotes do produto. Dessa forma, é preferível que o tomate tenha cor vermelho-intenso.

Quanto à consistência, é importante porque determina a mobilidade da pasta, do molho ou do catchup e está diretamente relacionada com a firmeza da matéria-prima. Dessa forma, quanto mais consistente o tomate, melhor para a qualidade do produto final.

Apesar de todos esses fatores, produtores comentam que as indústrias dificilmente rejeitam a matéria-prima. Com o tempo, contudo, acredita-se que a classificação

possa ficar mais rígida, com análises para garantir a qualidade dos tomates destinados ao processamento.

A negociação entre produtores e indústrias costuma ser feita através da formalização de contratos anuais de fornecimento. Quanto ao preço, é pré-fixado no momento em que se fecha o contrato. Vários fatores influenciam na formação do preço: custo de produção, preço internacional da pasta de tomate, estoques nacionais e projeção de vendas no ano (crescimento econômico brasileiro).

Com vistas a obter produto de melhor qualidade, as processadoras oferecem aos produtores suporte para o planejamento do plantio de modo que a colheita se encaixe ao ritmo da indústria. Além disso, fornecem a maior parte dos insumos, como sementes, fertilizantes e defensivos, além de assistência agrícola durante toda a safra. O gasto com insumos é descontado no pagamento final aos produtores, que devem direcionar a safra exclusivamente à indústria.

Mesmo com esse suporte, as agroindústrias demandam um perfil específico de produtor. Não há nenhuma restrição quanto à escala de produção, mas é exigido que as propriedades possuam estrutura de irrigação. Além disso, selecionam-se principalmente os fornecedores próximos das unidades industriais para facilitar a logística de entrega do produto e a qualidade da matéria-prima.

AGROINDÚSTRIA DO TOMATE: Pontos fortes, fracos, desafios e oportunidades para o fornecedor

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ A indústria oferece insumos e presta assessoria agrônômica;
- ▶ Preço pré-fixado. O produtor está protegido contra oscilações negativas.

FATORES INTERNOS

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Produção exclusiva para a indústria impede que o produtor aproveite o mercado fresco em momentos de preços elevados;
- ▶ Falhas na produção podem comprometer a renda já que o preço é pré-fixado e o produtor tem um saldo a pagar com a indústria por conta do fornecimento dos insumos.

Oportunidades

- ▶ Consumo crescente de molhos de tomate e catchups;
- ▶ A entrada de grandes empresas de alimentos no setor como a Heinz e a Cargill podem aumentar a demanda por matéria-prima.

FATORES EXTERNOS

Ameaças

- ▶ O aumento das importações devido ao Real valorizado e baixo custo em países concorrentes;
- ▶ Os preços pagos ao produtor nem sempre remuneram o suficiente para incentivar investimentos na qualidade da matéria-prima.

FATURAMENTO DO SETOR DE SUCOS CRESCEU 23% EM 2010



O consumo de sucos de frutas prontos para beber no País vem registrando altas taxas de crescimento. Segundo a consultoria Nielsen, as vendas nacionais de sucos prontos para o consumo, em 2010, proporcionaram o faturamento líquido de R\$ 2 bilhões, 23% acima do obtido em 2009. Ao todo, foram 500 milhões de litros somente no segmento néctares e sucos 100% fruta, avanço de 19% sobre 2009. Em 2010, o suco mais consumido no País foi o de uva, seguido pelo de pêsego e, em terceiro, o de laranja.

A tendência é de crescimento robusto também para os próximos anos. Segundo projeções da *Canadean Consultoria*, encomendada pela Associação das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não-Alcoólicas (ABIR), o mercado de sucos de frutas (incluindo 100% suco de fruta e os néctares) pode alcançar no País a marca de 582 milhões de litros em 2012, aumento de 19% sobre 2010.

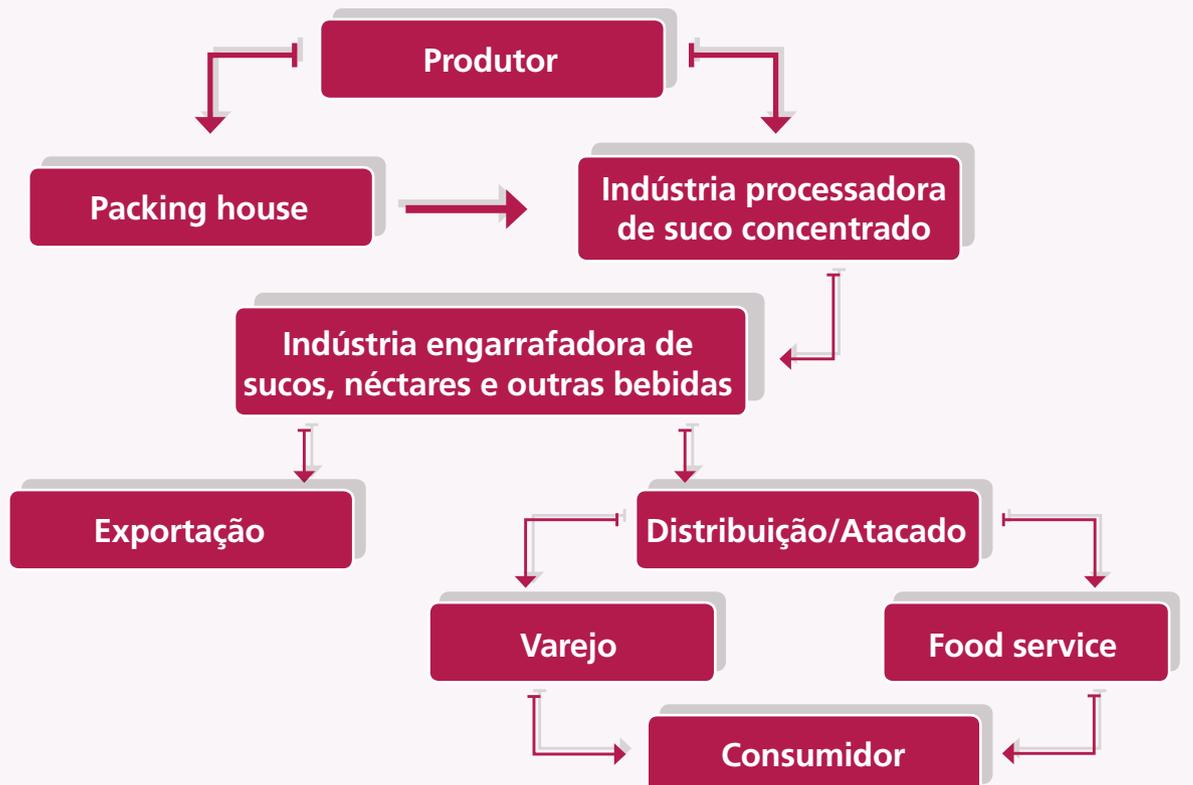
No mercado nacional de sucos, as cadeias da laranja, uva, manga, maçã, maracujá, abacaxi/frutas tropicais são os

destaques em número de processadoras. Quanto ao pêsego, apesar de ser o segundo sabor mais consumido no País, boa parte dessa matéria-prima é importada.

Para avaliar as oportunidades de se tornar fornecedor da indústria de sucos de frutas, a **Hortifruti Brasil** selecionou três agroindústrias: a da uva, da maçã e da manga. A indústria da laranja, que já foi avaliada em diversas edições da **Hortifruti Brasil**, foi suprimida nesta. Por sua vez, frutas tropicais como a uva e a manga ainda não haviam sido foco de análise da publicação.

No geral, há boas razões para o produtor avaliar melhor esse canal de escoamento da produção. A principal é a sua elevada taxa de crescimento. Outro fator que contribui é a possibilidade de algumas agroindústrias absorverem o excedente de produção do mercado *in natura*, uma vez que indústrias como as que processam manga e maçã recebem frutas que não possuem padrão para o consumo fresco. Por outro lado, ainda é pequeno o número de processadoras no País. Encontram-se principalmente nos pólos de produção de frutas de maior expressão nacional e costumam absorver basicamente a oferta próxima às fábricas. Além disso, boa parte das bebidas à base de frutas no País é de néctares, que possuem percentual de suco de frutas em torno de 30% de seu volume.

CADEIA AGROINDUSTRIAL DO SUCO E POLPAS DE FRUTAS



FORNECIMENTO PARA INDÚSTRIA EVITA GASTOS COM DESCARTE DE MAÇÃS

O foco do setor da maçã é a comercialização da fruta fresca, mas a produção de suco desta fruta tem sua relevância econômica para a cadeia. Cerca de 90% do suco produzido vai para o mercado internacional. Em 2010, os embarques do suco de maçã movimentaram US\$ 32,9 milhões enquanto que a exportação da fruta fresca alcançou US\$ 55,4 milhões, segundo a Secex.

As empresas processadoras de maçã para suco encontram-se nos dois maiores estados produtores da fruta: Santa Catarina e Rio Grande do Sul, garantindo maior facilidade no transporte da fruta à indústria. As maiores esmagadoras encontram-se nas cidades de Videira (SC), Lages (SC) e Bento Gonçalves (RS).

O principal tipo de suco produzido nas indústrias brasileiras é o concentrado, mas já há algumas processadoras que produzem o suco integral. A principal matéria-prima são maçãs fora de padrão para o comércio fresco. Geralmente são destinadas à indústria maçãs granizadas, com rachaduras, senescentes, aquelas descoloridas, e até com alguma podridão. São aceitas todas as variedades, com predominância da gala e fuji, que são as mais produzidas no País. Na produção de suco, essas variedades não apresentam grandes diferenças, havendo rendimento de no máximo 10% maior da fuji em relação à gala. A maior restrição das processadoras é quanto a frutas verdes e limites de resíduos de pesticidas acima do nível legal.

Vender para a indústria é uma forma de o produtor re-

forçar a receita obtida, já que a maçã destinada a esse canal é aquela que não seria aceita no mercado *in natura*. Caso as agroindústrias não absorvessem esse volume, produtores e empresas agrícolas perderiam esta fruta e, na maioria dos casos, teriam que enterrá-las, arcando com um custo adicional. No entanto, o preço que as indústrias pagam pela fruta é baixo, suficiente para cobrir apenas 25% dos custos de produção, segundo agentes. Em média, uma indústria de suco paga R\$ 0,10/kg de maçã no início da safra, podendo chegar a R\$ 0,14/kg no decorrer do ano.

Não há um perfil específico para o produtor ou empresa se tornar fornecedor de maçã para a indústria. Contudo, as processadoras do suco costumam dar preferência para aqueles que mantêm fidelidade com determinada indústria ao longo do ano.

Produtores da região de Santa Catarina relataram que há alguns anos eram realizados contratos. No entanto, com o surgimento de outras agroindústrias na região, como as de geleias, doces e frutas desidratadas, além das indústrias de sidra e vinagre já existentes, a concorrência pela fruta de indústria aumentou. Essas novas agroindústrias podem até pagar um preço maior pela maçã, mas não conseguem absorver volumes elevados tais como as empresas tradicionais de suco.

Quanto aos custos com frete para transportar a fruta, são pagos pela própria indústria esmagadora. Segundo agentes, um caminhão da indústria processadora vai buscar a fruta no pomar ou no *packing house*.

VALE A PENAR SER UM FORNECEDOR DA AGROINDÚSTRIA DE MAÇÃ?

Pontos fortes, fracos, desafios e oportunidades para o fornecedor de maçã para sucos

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ O produtor tem um canal de escoamento para as frutas sem qualidade;
- ▶ O produtor deixa de gastar para enterrar as frutas sem qualidade e ainda recebe uma remuneração (pequena) por elas.

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Os preços pagos pela indústria remuneram apenas 25% dos custos com a produção.

FATORES INTERNOS

FATORES EXTERNOS

Oportunidades

- ▶ Novo mercado de suco integral de maçã já sendo explorado por algumas empresas;
- ▶ Produto bem aceito no mercado internacional;
- ▶ Vendas domésticas de sucos devem aumentar 19% até 2012 (ABIR);
- ▶ Novos segmentos: fruta desidratada, geleias e doces.

Ameaças

- ▶ Produto ainda pouco consumido no mercado brasileiro;
- ▶ Importação de suco de maçã, ainda que pequena, tem aumentado a cada ano.

ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

**CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRONÔMICO.**



Faça o Manejo Integrado de Pragas.
Descarte corretamente as embalagens e restos de produto.

Premio® e Rynaxypyr® são marcas registradas da DuPont™. ©Copyright, 2009, DuPont do Brasil S/A. Todos os direitos reservados.

COM PREMIO®, VOCÊ SABE ONDE AS TRAÇAS-DA-BATATINHA FORAM PARAR. FORA DA SUA LAVOURA.



Agora sua lavoura, sua produtividade e sua rentabilidade estão muito mais protegidas. É só aplicar Premio®.

- Alta eficiência no controle da traça-da-batatinha;
- Molécula Rynaxypyr®: modo de ação único e eficiente;
- Rápida parada alimentar: mais segurança para sua lavoura;
- Longo período de controle;
- Seletivo a insetos benéficos, inclusive abelhas;
- Contribui com o Manejo Integrado de Pragas (MIP);
- Mais favorável ao homem e ao meio ambiente.

Premio®. Proteção para sua lavoura. Rentabilidade para você.

DuPont™ Premio®

inseticida

Powered by
RYNAXYPYR®

Saiba mais:

TeleDuPont 
0800 707 55 17 **Agrícola**
www.dupontagricola.com.br



Os milagres da ciência

INDÚSTRIA ABSORVE MANGA SEM A QUALIDADE EXIGIDA PELO CONSUMIDOR



Sucos de frutas prontos para consumo

Mangas maduras são pouco convenientes e requerem preparos especiais para o consumo, como a retirada da casca, separação da semente e fatiamento da polpa.

O estado de São Paulo é o principal pólo processador de manga, destacando-se o município de Taquaritinga. Outros pólos agroindustriais de destaque são os municípios de Linhares (ES) e Araguari (MG). No geral, as indústrias de suco adquirem as frutas mais próximas de suas instalações. Já no caso da indústria de polpa, por se tratar de produto de maior valor agregado, viabiliza a aquisição da matéria-prima a maiores distâncias. As processadoras de polpa capixabas, por exemplo, compram a manga para industrializar até de estados vizinhos.

O fornecimento da manga para as agroindústrias é formalizado através de contratos que costumam definir preço e volume a ser entregue. Caso haja necessidade de um volume ainda maior de matéria-prima, as processadoras complementam com compras no mercado *spot* (sem contratos).

As variedades mais processadas normalmente são as mais produzidas na região próxima à indústria. Entretanto, há variedades que não são aceitas, como a *bourbon*. Em São Paulo, a maior porcentagem de manga industrializada engloba as variedades *tommy atkins* e *palmer*, enquanto no norte

mineiro as principais são a *tommy atkins*, *palmer* e *ubá*. A indústria de suco não é tão exigente com os aspectos externos da fruta, como cor da casca e firmeza do fruto – com exceção da indústria de polpa, que exige frutos mais firmes. As características que proporcionam melhor produto são polpa mais amarelada, ótimo ponto de maturação e bom rendimento (obtido a partir de frutos com baixo teor de água).

A seleção do fornecedor é baseada no seu nível de tecnificação, que deve refletir na qualidade das suas frutas e na proximidade com a indústria. As despesas com transporte da roça até a indústria estão incluídas no valor descrito no contrato, ficando por conta dos produtores. No caso da região de Taquaritinga, as empresas pagam entre R\$ 0,28 e R\$ 0,30/kg para a *tommy atkins* e de R\$ 0,30 a R\$ 0,35/kg para a *palmer*.

O objetivo do produtor é obter fruta de boa qualidade apta para mercado *in natura*. Porém, de forma geral, o volume destinado à industrialização acaba sendo maior quando a safra é elevada, já que é gerado um excedente de produção. Entretanto, mesmo que a indústria remunere pouco o produtor, a alternativa favorece o escoamento do excesso de oferta ou até mesmo de frutas em estado de maturação mais avançado. Há casos, inclusive, em que mesmo os produtores mais distantes do centro industrial, que bancam maior despesa com o frete, realizam negócios com a processadora a fim de amenizar seus prejuízos. Sem essa alternativa, poderia surgir um mercado marginalizado – comercialização de frutos de péssima qualidade a baixo preço no mercado interno.

VALE A PENAR SER UM FORNECEDOR DA AGROINDÚSTRIA DE MANGA?

PONTOS FORTES, FRACOS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O FORNECEDOR DE MANGA PARA SUCOS

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ O produtor tem um canal de escoamento para as frutas inadequadas para o consumo *in natura*;
- ▶ Evita o aparecimento de mercados de fruta de baixa qualidade.

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Preços mais baixos que os pagos pelo mercado de mesa;
- ▶ Restringe a maioria das compras às propriedades mais próximas da unidade.

FATORES INTERNOS

FATORES EXTERNOS

Oportunidades

- ▶ O consumo de frutas em geral deve aumentar no País;
- ▶ Além de sucos, a polpa da manga pode ser aproveitada para a indústria de cosméticos.

Ameaças

- ▶ Consumo de suco ainda limitado no País.
- ▶ A principal bebida à base dessa fruta comercializada no País é o néctar; praticamente não há a comercialização do suco 100% da fruta.

PRODUÇÃO DE SUCO DE UVA EM EXPANSÃO

A produção de suco de uva no Brasil está concentrada no estado do Rio Grande do Sul e vem crescendo tanto nesta região quanto em outras. Plantas industriais com menor escala de produção são encontradas também nos estados de Santa Catarina, Paraná, São Paulo e no Vale do São Francisco.

O estado do Rio Grande do Sul é responsável por mais de 90% da produção brasileira de suco de uva, segundo agentes do setor. No geral, a região é composta por pequenos produtores com média de 3 hectares em produção da fruta.

As uvas podem ser processadas tanto pelas indústrias privadas quanto pelas administradas em cooperativa. A principal diferença entre elas é quanto ao tipo de suco produzido – enquanto as indústrias privadas produzem suco concentrado, as cooperativas produzem suco integral.

Por ser, em sua maioria, fruticultura de pequeno porte, existem muitas cooperativas na região que esmagam a uva de seus próprios associados. As indústrias privadas, por sua vez, adquirem a fruta de produtores com quem firmam contratos. Há ainda, vinícolas na região, que produzem o suco de uva a partir de suas próprias parreiras.

Para a produção do suco de uva no Brasil, as variedades utilizadas são diferentes das comercializadas no formato *in natura*. Normalmente, são as americanas rústicas: isabel (híbrida), concord e bordô para suco tinto e niagara branca para suco branco.

A variedade rústica é utilizada para a produção de sucos e vinhos devido ao cultivo mais fácil que o das uvas de mesa. Essas variedades são mais utilizadas por conta do maior acúmulo de açúcar na baga, característica importante para a produção de suco e vinho.

As cooperativas, de modo geral, são mais exigentes com a qualidade das frutas que as indústrias – principalmente porque direcionam sua produção para o suco na forma integral. Assim, a fruta deve conter um teor mínimo de sólidos

solúveis, que é de 15 graus *brix* para a produção do suco se enquadrar na legislação brasileira.

As cooperativas só esmagam a fruta de seus cooperados; assim, cada fornecedor tem uma relação de exclusividade com sua cooperativa. A maior parte das cooperativas oferece suporte técnico aos seus cooperados, na tentativa de garantir um cultivo eficiente, que gere frutas dentro dos padrões de qualidade requeridos. No geral, segundo produtores, o preço pago pela uva, nestes casos, é em torno de 20% menor que o recebido no mercado *in natura*. O produtor é recompensado quanto ao teor de açúcar da sua uva, intensidade de cor e sanidade entre outros requisitos. Quanto ao frete, é negociado com a cooperativa, mas, na maioria das vezes, é o produtor quem arca com este custo.

No caso das indústrias privadas, são produzidos principalmente sucos concentrados (68 graus *brix*) que serão fornecidos a engarrafadoras de bebidas. Para se obter a fruta para o esmagamento, a indústria faz um acordo com produtores, sem exclusividade de fornecimento. Estes acordos costumam ser apenas para a safra corrente. Contudo, essas indústrias exigem menos que as cooperativas, tendo em vista o tipo de suco que produzem (concentrado).

Assim, a negociação não é feita por contrato fixo, porém os preços pagos pelas indústrias costumam acompanhar o preço mínimo estipulado pelo governo federal. Em média, nesta safra, o preço pago ao produtor pela uva é de R\$ 0,52/kg, segundo agentes, o mínimo estipulado pelo governo (Companhia Nacional de Abastecimento - Conab). Entre 2007 e 2010, este valor girava em torno de R\$ 0,46/kg, 13% abaixo do praticado neste ano. Em casos de boa qualidade da fruta – maior rendimento, quantidade de matéria corante, quantidade de açúcar (*brix*), sabor, aroma e sanidade, entre outras características, o produtor pode ser bonificado.■

Foto: Dinamis/Divulgação

VALE A PENAR SER UM FORNECEDOR DA AGROINDÚSTRIA DE UVA? PONTOS FORTES, FRACOS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O FORNECEDOR DE UVA

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ As variedades para suco exigem menores tratamentos culturais que as voltadas para o mercado de mesa;

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ O preço pago pelas indústrias é baseado no preço mínimo estipulado pelo governo, o que representa margem reduzida de lucro.

FATORES INTERNOS

FATORES EXTERNOS

Oportunidades

- ▶ O suco de uva é o principal sabor comercializado no País no formato integral.

Ameaças

- ▶ Importação de suco de uva está aumentando a cada ano, acirrando a competição no setor.