

CONQUISTAMOS O MER

O desafio é continuar aumentando as exportações sem comprometer a rentabilidade do setor.

Por Adriana Carla Passoni,
Bruna Boaretto Rodrigues e
Marcelo Marques Costa Neto

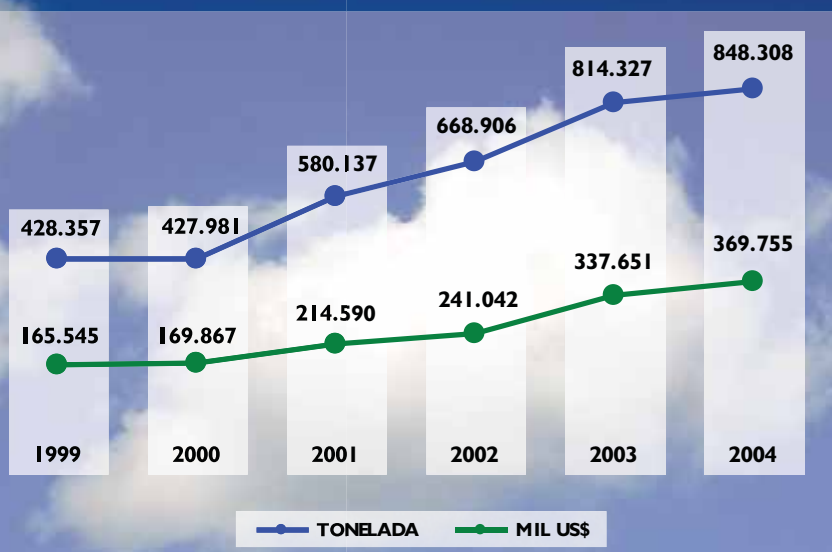
O volume de frutas exportado vai aumentar, mas deve ficar abaixo do nosso potencial produtivo. Foi essa a declaração dos exportadores nacionais à Hortifruti Brasil quando indagados sobre as perspectivas para os embarques brasileiros de frutas nos próximos anos. Para 2005, a previsão é de um crescimento médio de 10% no total embarcado de banana, limão, manga, mamão, melão e uva, frente ao ano anterior. As exceções são para a laranja e a tangerina, que devem ter um recuo expressivo em 2005 - a diminuição pode passar de 40% em comparação a 2004. Por enquanto, poucos arriscam afirmar se vamos atingir as metas de receita projetadas pelo governo para os próximos cinco anos. Em 2003, o governo previu que era possível chegar a US\$ 1 bilhão com as exportações de frutas até 2010, sendo que metade desse valor seria atingida já em 2005. No entanto, para alcançar US\$ 500 mil neste ano, os embarques precisam aumentar 76% entre agosto e dezembro, frente ao embarcado no mesmo período de 2004 - com base nos dados da Secex (Secretaria de Comércio Exterior). Uma meta bastante ousada e que poucos exportadores acreditam ser possível cumprir.

As razões pelas quais o crescimento das exportações de frutas permaneceu abaixo das expectativas são conhecidas por todos e já foram destaques de várias *Matérias de Capa da Hortifruti Brasil*: o elevado "Custo Brasil", falta de organização nos embarques, baixa qualidade da fruta, barreiras tarifárias e fitossanitárias e pouco conhecimento da fruta nacional no mercado externo.

Alguns desses obstáculos, na opinião dos exportadores, foram superados em parte e isso já possibilitou o crescimento do volume exportado e o aumento da participação da fruta brasileira no mercado internacional. Os maiores avanços, porém, ocorreram em esferas que competem ao próprio setor: melhorias em pós-colheita, plantio de variedades globalizadas e melhor controle fitossanitário. Outros, principalmente os que dependem da política econômica e comercial do governo, continuam limitando os embarques e frustrando a meta de US\$ 1 bilhão até



CADO INTERNACIONAL



O volume embarcado duplicou nos últimos seis anos

Evolução das exportações brasileiras de frutas frescas entre 1999 e 2004

Fonte: Secex/

2010. Se for comparado o desempenho das exportações em 2004 às projeções para 2005, nota-se que a taxa média de crescimento das vendas internacionais é muito inferior à do período de 1999 a 2003.

Na opinião de todos os exportadores, o inibidor deste crescimento no curto prazo é o dólar desvalorizado, que surpreendeu até mesmo as projeções mais pessimistas para este ano. Vale ressaltar que a alta da moeda norte-americana, a partir de 1999, melhorou a competitividade nacional e abriu novas perspectivas para as exportações de frutas. No entanto, a brusca queda do dólar

em 2005 aliada à instabilidade do seu valor no futuro dificultam a fixação dos preços internacionais capazes de superar o custo nacional. Essa situação tende a pressionar a rentabilidade do setor e pode inibir investimentos para a comercialização externa.

Com base em entrevistas com 23 exportadores nacionais de banana, citros, manga, mamão, melão e uva, responsáveis por cerca de 62% dos embarques brasileiros destas frutas, a **Hortifruti Brasil** obteve uma avaliação a respeito dos obstáculos que prejudicam o futuro exportador das frutas e sugestões para superá-los.

Conquistamos 2,4% do comércio mundial

Participação brasileira no comércio mundial de frutas, em volume (em volume)

FRUTA	1999	2000	2001	2002	2003	Crescimento (1999/2003)
Banana	0,60%	0,50%	0,70%	1,70%	1,40%	148,70%
Laranja+Tangerina	1,80%	1,60%	1,60%	1,60%	1,50%	-15,60%
Limão	0,30%	0,50%	0,90%	1,30%	1,80%	427,20%
Mamão	10,10%	12,20%	11,50%	13,40%	15,80%	56,60%
Manga	9,50%	10,80%	14,40%	15,60%	15,00%	58,70%
Melão	4,00%	4,00%	6,70%	6,60%	9,10%	126,90%
Uva	0,30%	0,50%	0,80%	1,00%	1,20%	261,10%
Total	1,30%	1,30%	1,70%	2,20%	2,40%	85,50%

Fonte: Secex/lbraf

OBSTÁCULOS QUE PREJUDICAM O AVANÇO DAS EXPORTAÇÕES NACIONAIS

BAIXA QUALIDADE DA FRUTA

A elevada oferta de fruta de baixa qualidade no Brasil é considerada um dos maiores entraves para as exportações. Os principais compradores internacionais são extremamente exigentes com a qualidade, e a inadequação do produto a esses padrões pode resultar na perda de clientes ou na dificuldade em conquistar novos compradores. Na opinião da maioria dos exportadores entrevistados pela **Hortifruti Brasil**, o nível de produção e de tecnologia de pós-colheita no País vem melhorando, mas a oferta de frutas com elevada qualidade ainda está abaixo do ideal. Os importadores, principalmente os europeus, reclamam do padrão das frutas brasileiras, o que prejudica a imagem do País no exterior, inclusive daqueles produtores que investem em qualidade.

No caso da uva, um dos maiores problemas para melhorar a qualidade da fruta embarcada, segundo exportadores, é a falta de mão-de-obra especializada para o raleio (corte com a tesoura) e o punicado (remoção das bagas pequenas) durante a colheita. No pico de safra, a contratação de profissionais para essas funções chega a ser de duas a três vezes mais cara que fora do

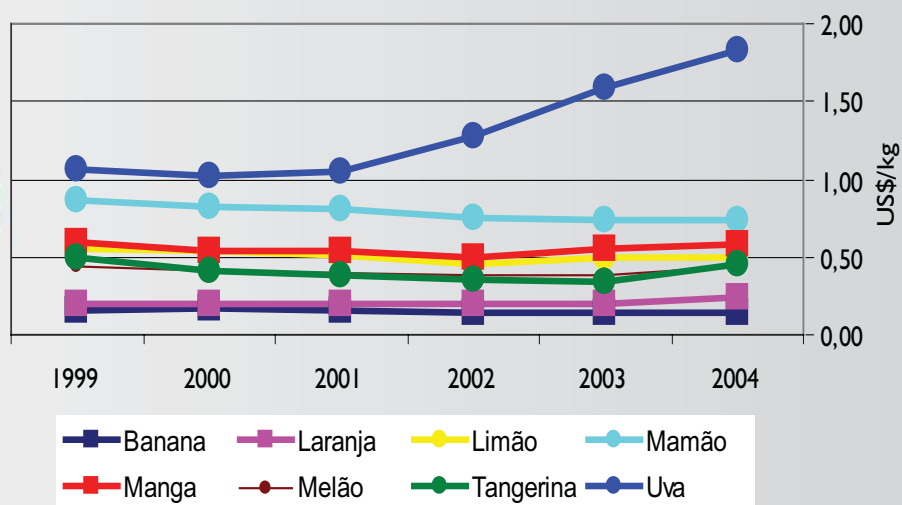
pico. O aborto químico, uso de substâncias químicas para ralear as vinhas, está sendo experimentado neste ano, mas mercados mais exigentes preferem que as videiras sejam raleadas manualmente. É preciso que os pólos exportadores de frutas invistam no ensino técnico e profissionalizante com intuito de qualificar e treinar mão-de-obra para a lavoura.

Outras iniciativas que podem melhorar a qualidade do pós-colheita são os tratamentos no controle da mosca-das-frutas e de podridões. No caso da manga, o tratamento hidrotérmico é exigido pelos mercados norte-americano, nipônico e chileno. Nesse tratamento, a fruta é imersa em água quente (46,1°C) por 75 a 90 minutos, dependendo do peso da manga e, imediatamente depois, em água fria (21°C). Então, a manga é levada para a "zona limpa", uma área livre de insetos, principalmente da mosca-das-frutas. No caso da uva, a exigência é para o *cold treatment* que consiste no resfriamento das frutas a 1°C por, aproximadamente, 14 dias. Esse tratamento pode ser feito pela empresa de transporte marítimo, ainda no Brasil ou quando chega no destino.

Com exceção da uva, o preço médio de exportação das demais frutas analisadas pela Hortifruti Brasil não aumentaram entre 1999 e 2004



NÃO AGREGAMOS VALOR À FRUTA



POUCOS PAÍSES ADQUIREM A FRUTA NACIONAL

A nossa pauta de exportações continua concentrada na União Européia. Considerando as exportações brasileiras de banana, laranja, limão, mamão, manga, melão, tangerina e uva registradas entre 1999 e 2004, pouco avançamos em negociações para blocos como o Ásia e o Nafta. É consenso entre os agentes que, num futuro próximo, o mercado europeu estará saturado com os embarques de algumas frutas nacionais, o que requer ações para diversificar os clientes e garantir melhores preços no mercado internacional.

O governo deve dar mais importância às frutas nas negociações bilaterais para que o número de países importadores desses produtos aumente

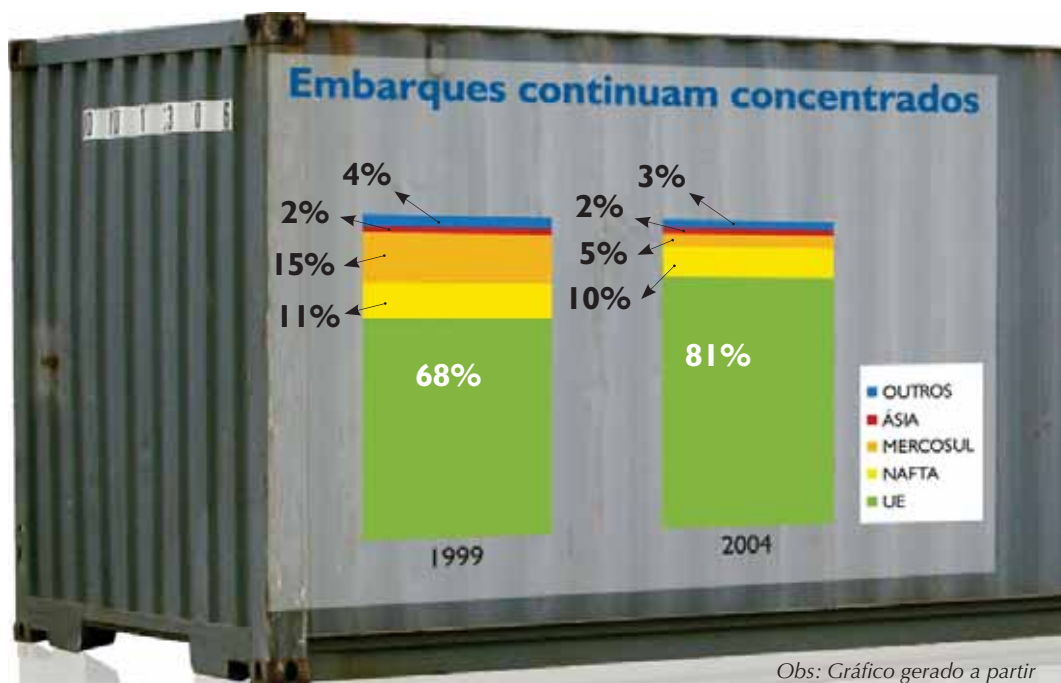
Nos últimos seis anos, houve iniciativas dos exportadores e do governo brasileiro para diversificar as exportações de frutas. Recentemente, conseguiu-se a abertura do mercado japonês para a manga nacional, uma negociação que durou mais de 20 anos. No entanto, apenas 0,3% das 3,5 mil toneladas previstas para serem exportadas para o Japão neste ano foram embarcadas até julho. Isso mostra que a abertura comercial é apenas o primeiro passo para impulsionar as exportações. Além disso, é preciso avaliar a competitividade real do Brasil em novos mercados.

No caso da manga para o Japão, exportadores acreditam que as projeções iniciais foram muito otimistas e não consideraram as exigências fitossanitárias do país, que são superiores as da União Européia e do Nafta, nem o potencial efetivo de consumo. Isso desestimula os exportadores brasileiros a investir neste mercado, pois existem elevados custos e uma perspectiva muito pequena de vendas em volume. A China é outro país que se mostrava bastante promissor devido a sua grande população e ao seu crescimento econômico. Entretanto, ainda existem

alguns entraves entre o governo brasileiro e o chinês que dificultam o comércio entre os países. No caso da uva, exportadores explicam que os chineses só aceitarão a entrada da fruta em seu território caso o Brasil importe a pêsca produzida na região. Assim, os embarques da uva para a China estão paralisados, enquanto o Itamaraty não define se aceitará ou não a entrada da pêsca chinesa no mercado nacional tampouco intervém a favor da uva. As exportações da fruta para a Ásia permanecem restritas a países como Cingapura e Taiwan. Parte do volume destinado a esses mercados é reenviado à China, mas essa manobra resulta em custo comercial e logístico significativamente superior para os exportadores.

Na opinião dos agentes brasileiros, o mercado asiático possui costumes e leis muito peculiares. Assim, até mesmo exportadores com anos de experiência neste bloco, como os de tangerina, podem realizar maus negócios na região se não se informarem sobre os hábitos locais. Embora o mercado chinês seja visto como potencial comprador das frutas nacionais, por enquanto, os exportadores concentram suas vendas na Europa e tentam consolidar os embarques para os Estados Unidos. Para a Ásia, ainda existem entraves burocráticos e elevado custo logístico.

81%
dos embarques de 2004 tiveram como destino a Europa



Obs: Gráfico gerado a partir da receita total obtida com as exportações de banana, laranja, limão, mamão, manga, melão, tangerina e uva.

ELEVADOS CUSTOS COM LOGÍSTICA

Apesar do número de navios disponíveis para as exportações de frutas ter aumentado nos últimos dois anos, ainda faltam embarcações suficientes para 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, é comum observar filas de caminhões. Em alguns casos, a espera chega a 24 horas enquanto que, em uma situação normal, o despacho ocorreria em até duas horas.

Para evitar imprevistos, alguns exportadores estão utilizando outros portos, como o de Suape (PE), Fortaleza (CE), Pecem (CE) e Natal (RN), para escoar suas frutas, principalmente no período de maior embarque - de julho a dezembro, no caso da manga, e, para a uva, entre abril e junho e também de outubro a dezembro. O atraso dos embarques eleva as despesas portuárias (aluguel dos contêineres), prejudica a qualidade das frutas e a sua durabilidade. Os usuários dos portos sugerem a modernização da frota, principalmente em relação ao tamanho do navio, o que proporcionaria um menor o custo de frete.

Para reverter essa situação, o governo fe-

deral, o governo da Bahia e a iniciativa privada estão se articulando a fim 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\$ 50 milhões na modernização tecnológica e da infra-estrutura portuária das unidades de Salvador, Ilhéus e Aratu. Essas ações devem aumentar a agilidade operacional e podem reduzir as tarifas nesses portos.

O frete é o principal limitante da competitividade das frutas que atendem as exigências internacionais. Aproximadamente 35% do preço final das frutas equivalem a despesas logísticas

Segundo os exportadores, a via marítima ainda mantém grande vantagem de preços quanto frente à aérea. O transporte de um quilo de fruta por navio custa em média US\$ 0,15, enquanto que por avião é de US\$ 0,45. Estima-se que aproximadamente 35% do preço final das frutas equivalem a despesas logísticas.

POLÍTICA CAMBIAL INADEQUADA

Segundo os exportadores entrevistados, o maior empecilho para as exportações em 2005 é significativa queda do dólar. Apesar de o valor pago pela fruta no mercado internacional ainda ser superior ao praticado internamente, a desvalorização do Real frente ao dólar e ao euro reduz a lucratividade do setor.

Entretanto, exportadores ressaltam que devem manter as vendas externas, mesmo com o câmbio atual. Destacam as necessidades de se manterem presentes no mercado externo, de cumprir os contratos já fixados e de respeitar os clientes conquistados nos últimos anos. No entanto, a redução da competitividade brasileira em função do câmbio pode inibir investimentos em ex-

portações e frear o crescimento do setor.

Uma mudança na política cambial é uma das urgências apontadas pelos agentes do setor para que os investimentos necessários continuem sendo realizados, da lavoura até o porto.

No curto prazo, a redução da taxa de juros poderia valorizar o dólar e melhorar a remuneração do setor. Para médio prazo, deveriam ser considerados mecanismos que diminuíssem a flutuação do câmbio, evitando desvalorizações e valorizações repentinas da moeda, como as que ocorreram entre 2003 e 2005. A volatilidade do câmbio gera muita instabilidade ao valor real do produto frente seu custo de produção, aumentando os riscos do investimento.

BARREIRAS TARIFÁRIAS E NÃO TARIFÁRIAS

São inúmeros os certificados, protocolos de exportação, análises fitossanitárias, pragas, doenças e até decisões diplomáticas que barram a entrada das frutas nacionais em alguns países. Apesar de os produtores, exportadores e o próprio governo terem vencido algumas dessas barreiras não-tarifárias nos últimos anos, ainda existem alguns obstáculos a serem superados.

Diversos produtores nacionais já adaptaram suas lavouras às exigências dos mais importantes selos internacionais, como o Eurep-Gap e o TNC. Além disso, o governo nacional se mostrou eficiente em negociações internacionais, como na liberação dos embarques de manga para o Japão, oficializado no ano passado. Entretanto, é preciso fazer mais!

A Lei do Bioterrorismo, por exemplo, imposta pelos Estados Unidos, exige que todas as empresas que produzem, processam, embalam ou armazenam alimentos destinados ao consumo humano ou animal cumpram determinadas exigências para comercializar seus produtos naquele país. Essas empresas devem ter 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.

Outro empecilho que pesa no bolso do exportador nacional são as tarifas impostas pelos importadores para que as frutas nacionais possam ser comercializadas no país de destino, reduzindo a competitividade do produto e inibindo investimentos na cadeia produtiva.

A banana é um exemplo. Atualmente, a União Européia possui um complexo sistema de cotas por país de origem que limita a entrada da fruta no bloco. Além disso, existem sobretaxas para os embarques que excedem as cotas previstas, diferenciadas segundo o fornecedor da fruta e privilegiando a produção interna e a das ex-colônias européias. Esse sistema prejudica vários países produtores de banana, principalmente os

latinos, que ofertam um produto de melhor qualidade e mais competitivo que os produtores europeus e de suas ex-colônias.

Em 1999, países latinos entraram com um pedido junto à Organização Mundial do Comércio (OMC) para que o sistema fosse modificado, já que freia as leis internacionais de livre comércio. A OMC julgou o sistema de cotas ineficiente e obrigou a União Européia a adotar um novo sistema de importação da fruta. Em 2001, o bloco se comprometeu a reduzir o tratamento favorável a determinados países e concordou em eliminar o sistema de cotas a partir de 2006.

Os investimentos em banicultura exportadora no Rio Grande do Norte podem ser prejudicados caso a União Européia mantenha elevada a tarifa de importação da fruta

Desde então, os países “dólar banana” - países latino-americanos cuja comercialização está nas mãos de *traders* norte-americanos - e a União Européia travam uma “guerra”. A última proposta da União Européia é de uma tarifa única de 187 euros por tonelada, independentemente do volume embarcado, a partir de 2006. Os países latino-americanos sugerem que a taxa fique em torno de 75 euros por tonelada, visto que uma tarifa elevada inviabiliza as exportações para o bloco. No caso do Brasil, o valor sugerido pela União Européia pode inviabilizar parte dos investimentos no setor e o avanço das exportações da banana potiguar a Europa. Contudo, mesmo sob o regime de cotas e com tarifa de 75 euros por tonelada sobre o volume extra embarcado, o Brasil conseguiu diversificar sua pauta de exportação, antes restrita ao Mercosul, devido a investimentos estrangeiros no Rio Grande do Norte. Em 2004, segundo a Secex, a participação do bloco europeu nas exportações nacionais de banana representavam 55% da receita e 29% do volume embarcado. Em 1999, a União Européia era responsável por apenas 13% da receita e 6% dos embarques de banana.

POUCA PROMOÇÃO DA FRUTA BRASILEIRA E BAIXA OFERTA DE VARIEDADES GLOBALIZADAS

Produtores têm melhorado a oferta de variedades de frutas globalmente conhecidas, adaptando a produção ao gosto dos consumidores estrangeiros, investindo no marketing das frutas e respeitando a certificação exigida pelos compradores.

No caso da manga, produtores voltados ao mercado internacional começam a investir na produção das variedades kent e keitt, as favoritas dos consumidores europeus. Essas variedades, apesar de serem menos produtivas, possuem menos fibras e são consideradas mais saborosas do que a tommy. Já a produção direcionada aos Estados Unidos deve continuar focalizada na tommy, que é melhor aceita pelo consumidor local, assim como a ataulfo, variedades largamente produzidas no México, principal fornecedor de manga para o mercado norte-americano na maior parte do ano.

A uva também vem sendo cultivada com vistas à preferência dos consumidores internacionais. A variedade mais difundida na Europa e nos Estados Unidos é a uva fina sem semente. Essa fruta também apresenta melhor resistência ao frio, o que favorece o *cold treatment*, tratamento exigido pelos compradores norte-americanos para que a uva entre no país.

Neste ano, o Brazilian Fruit Festival passou por vários supermercados da Itália e da França e deve seguir para a República Tcheca, Eslováquia, voltar para a França e depois ir para a Bélgica

Para as frutas nacionais pouco conhecidas no mercado externo, a promoção é uma alternativa para atrair os consumidores. O “limão” tahiti, por exemplo, é pouco conhecido no mercado internacional frente aos chamados “limões verdadeiros”, como o siciliano. Entretanto, a variedade tipicamente brasileira vem ganhando espaço no mercado mundial exatamente por suas características particulares. Associado a bebidas, o tahiti caiu no gosto dos consumidores europeus graças à difusão da caipirinha e, como tempero, ganhou espaço nas cozinhas de *chefs* internacionais.

A banana prata é outra fruta que poderia ser melhor divulgada no exterior. A principal variedade de banana comercializada mundialmente é a do sub-grupo *cavendish*, que engloba a nanica, a *grande naine* e outras. O Brasil tem investido nessas variedades globalizadas para atender o mercado europeu, paralelamente a iniciativas para a difusão da prata-anã nesse mercado.

Considerando as iniciativas públicas, vale destacar as ações realizadas pelo Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf) e da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex), que em parceria com associações do setor e entidade privadas, desenvolveram em 1998 o Brazilian Fruit Festival. Atualmente, o programa tem duas frentes: o Brazilian Fruit Festival - realizado em parceria com o Carrefour e com a missão de promover as frutas brasileiras em supermercados de países da Europa - e a Campanha Turismo Receptivo - que tem como objetivo fidelizar turistas e torná-los consumidores das frutas brasileiras em seus países de origem.

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 brasileiras diretamente aos compradores de diversas partes do mundo.

Apesar dessas iniciativas, os exportadores avaliam que ainda faltam ações governamentais com o intuito de promover internacionalmente a fruta brasileira e criticam que os investimentos destinados a ações desse tipo no setor são limitados.



O QUE FALTA PARA CHEGARMOS LÁ!

O Brasil tem um grande potencial para produção de frutas, é um dos únicos países do mundo que possui terra, clima e água suficiente para a produção de frutas. Entretanto, para chegarmos a US\$ 1 bilhão em 2010 não basta produzir, precisamos vender. É preciso que todos façam a sua parte - produtores, exportadores e governo - para que consigamos obter resultados cada vez melhores.

Os exportadores precisam coordenar melhor os embarques e evitar a concentração em poucos mercados. É necessário que os agricultores produzam com a qualidade adequada aos padrões internacionais de segurança do alimento e que os exportadores garantam a manutenção deste padrão até o destino final. Setor e governo, em parceria, devem promover mais a fruta nacional.

A política de comércio internacional do Brasil deve dar mais importância às frutas como um item relevante na pauta de negociação e principalmente priorizar países no qual estudos apontam que há um elevado potencial de comercialização.

Estamos avançando, mas ainda a passos lentos. Nossa meta para 2005 de US\$ 500 milhões com a exportação de frutas, provavelmente não será alcançada, pois alguns problemas ainda persistem. O custo Brasil, que também prejudica outros setores, tem



atrapalhado nossas exportações, principalmente quando o assunto é política cambial e logística.

Um país com o potencial do Brasil não pode se contentar em ter apenas 2,4% do mercado mundial de frutas. Precisamos ser mais agressivos nessa briga, para que o país da soja, do algodão, da carne bovina, do café e do açúcar seja também o país das frutas em importância exportadora. Afinal, potencial produtivo para chegar a US\$ 1 bilhão temos, precisamos ter condições de vender essa fruta para gerar a tal receita.

FOCUS
A EVOLUÇÃO NO CONTROLE DA MOSCA BRANCA

FOLPAN
800 WDG

PROTEÇÃO MODERNA PARA A CULTURA DO MELÃO

HOKKO DO BRASIL agora é

Arysta LifeScience

www.arystalifescience.com

ATENÇÃO Estes produtos são perigosos à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia cuidadosamente e siga rigorosamente as instruções contidas na bula e receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização dos produtos por menores de idade.

Consulte sempre um engenheiro agrônomo.

Venda sob receituário agrônomo.

ANDEF