

Sem fazer alarde, aos poucos, a fruticultura brasileira vai ganhando espaço no mercado mundial. Estatísticas recentes evidenciam a evolução da fruticultura nas exportações com tendências otimistas após o reconhecimento de que a parceria pública-privada está sendo fundamental para a alavancagem da fruticultura brasileira no cenário internacional.

No conjunto das exportações da

fruticultura nacional, o crescimento na captação de divisas originadas pelo maior embarque de frutas frescas, nozes e castanhas vem, inclusive, compensando a estabilidade ou eventuais retrações sentidas nos valores obtidos com as exportações de sucos de frutas, principalmente o de laranja. Este, por bom tempo, representou a fruticultura brasileira no cenário internacional com exportações que carrearam

divisas superiores a US\$ 1 bilhão.

As tabelas 1 e 2 mostram o que vem ocorrendo com a geração de divisas e volumes exportados com sucos. A Tabela 1, para um horizonte de 5 anos (1999 a 2003), pós-desvalorização do Real, vem mostrando que tem sido necessário exportar maiores volumes e quantidades de sucos para se obter um valor próximo ao de anos atrás. Em 1999, por exemplo, captou-se US\$ 1,290 bilhão (o

Para onde caminha a fruticultura

Especialistas avaliam as exportações de frutas frescas e sucos nos últimos cinco anos e as estratégias surgidas para reverter retrações e conquistar mais mercados





O mamão está entre as frutas que tiveram aumento no número de embarques para o exterior

maior valor nos últimos 5 anos), embarcando 1,221 milhão de toneladas, ao preço médio de US\$ 1.056/t, enquanto em 2003, obteve-se valor menor de US\$ 1,249 bilhão para um volume exportado de 1,653 milhão t e um preço médio bem ao obtido em 1999 (US\$ 756/t).

A Tabela 2, especificada por tipo de suco exportado, mostra que os embarques de suco dependem quase que, exclusivamente, do suco concentrado de laranja. Como, a partir de 1999, o preço médio deste suco se retraiu para aquém de US\$ 1.000/t, divisas carregadas com as exportações de sucos reduziram-se chegando ao menor patamar em 2001, quando se alcançou US\$ 880 milhões.

Observa-se que o suco de laranja representou 95,0% e 95,5% das divisas carregadas com as vendas externas de sucos em 2002 e 2003, respectivamente. Exceção feita aos sucos de abacaxi, grapefruit (amora) e misturas de sucos, que apresentaram preços médios maiores em 2003 no comparativo com 2002, mas com exportações reduzidas, os demais na pauta de exportação (laranja, maçãs, uvas e outros cítricos) sofreram reduções em seus preços médios em 2003.

Por sua vez, as exportações de frutas frescas, nozes e castanhas vem evoluindo, ano após ano. A Tabela 3, em que se tem o valor carregado e o volume de exportações de frutas frescas, nozes

e castanhas para o período 1999-2003, mostra um incremento de 55,7% em divisas e 87,6% no volume exportado entre 1999 e 2003. Esta diferença entre o aumento no volume exportado e o aumento no valor carregado com divisas se deveu ao menor preço médio/t obtido em 2003 (US\$ 576,77/t), 17% menor em relação ao obtido em 1999 (US\$ 695,13/t). Porém, importante nesta análise é a evolução temporal que vem ocorrendo na captação de divisas e maior quantidade de frutas brasileiras embarcadas para o exterior.

Este crescimento vem se realizando através da fruticultura tropical, principalmente mangas, goiabas, uvas frescas, melões e mamões. A Tabela 4 mostra as principais frutas frescas exportadas evidenciando as mangas (principalmente) e as goiabas (nas estatísticas de exportações não são separadas) que carregaram 22% (US\$ 75,7 milhões) do total de divisas obtidas com frutas frescas (US\$ 345,6 milhões) em 2003. Destacaram-se, ainda, as uvas frescas (representaram 17,3% do total, com um valor exportado de US\$ 59,9 milhões) e os melões (representaram 16,9%, com um valor exportado de US\$ 58,3 milhões), que juntos com as mangas e goiabas corresponderam a 56% das divisas carregadas com as exportações totais de frutas frescas. Verifica-se tam-

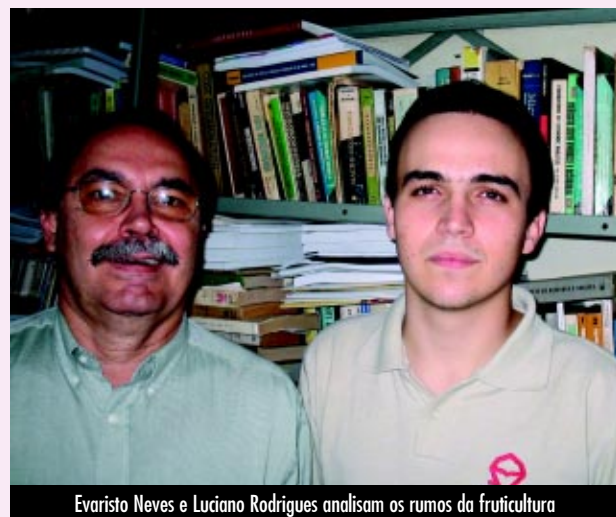
bém que estas frutas, juntamente com as maçãs, os cítricos (limões, limas, laranjas, tangerinas, mandarinas) e melancias apresentaram preços médios de exportações mais elevados em 2003 em relação à 2002. Mamão papaia e bananas mostraram retração nos preços médios em 2003.

A Tabela 4 revela ainda o desempenho em termos de divisas e volumes de exportações das castanhas e nozes mostrando a significativa participação da castanha de caju que foi responsável por 90,6% (US\$ 143,8 milhões em US\$ 158,7 milhões) dos valores alcançados com as exportações totais de nozes e castanhas em 2003 e 87,0% (US\$ 105,1 milhões em US\$ 120,8 milhões) em 2002. Este segmento (nozes e castanhas) evoluiu 31,3% em termos de valor de exportações (US\$ 120,8 milhões em 2002 para US\$ 158,7 milhões em 2003). Caso o preço médio de exportação da castanha de caju não fosse menor em 2003 (US\$ 3.458/t) em relação a 2002 (US\$ 3.491/t), o saldo das exportações com nozes e castanhas teria sido ainda maior.

COMENTÁRIOS SOBRE AS EXPORTAÇÕES

As perspectivas que se anunciam para a fruticultura brasileira nas exportações brasileiras são alvissareiras e promissoras, principalmente para as frutas frescas.

Este crescimento vem se realizando através da fruticultura tropical, principalmente mangas, goiabas, uvas frescas, melões e mamões



Evaristo Neves e Luciano Rodrigues analisam os rumos da fruticultura

Tabela 1

Valor e volume das exportações brasileiras de sucos de frutas (incluindo hortícolas), 1999-2003

Anos	Exportações		Preço médio US\$/t
	US\$ mil	Toneladas	
1999	1.290.071	1.221.346	1.056,27
2000	1.090.143	1.332.625	818,04
2001	880.055	1.383.057	636,31
2002	1.095.998	1.384.673	791,52
2003	1.249.548	1.653.000	755,94

Fonte: Secretaria do Comércio Exterior (Secex)/MDIC e Min. da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) - Análise das Informações do Comércio Exterior, 2004

Tabela 2

Valor, volume e preço médio das exportações brasileiras dos principais sucos de frutas (incluindo hortícolas), 2002-2003

	2003			2002		
	Valor US\$ mil	Qtde. t	P. médio US\$/t	Valor US\$ mil	Qtde. t	P. médio US\$/t
Laranjas	1.193.022	1.590.337	750,17	1.040.753	1.329.146	783,02
Maçãs	13.021	20.663	630,16	16.679	21.232	785,56
Uvas	7.841	5.185	1.512,25	10.871	6.813	1.595,63
Outras frutas, Prod. Hortícolas	18.787	18.144	1.035,44	18.713	16.469	1.136,26
Outros cítricos	5.229	7.270	719,26	4.734	6.442	734,86
Abacaxis	11.142	11.029	1.010,25	3.921	4.154	943,91
Pomelos (grapefruit)	278	251	1.107,57	233	295	789,83
Mistura de sucos	214	92	2.326,09	93	121	768,60
Tomates	14	29	482,76	1	1	1.000,00
Total	1.249.548	1.653.000	-	1.095.998	1.384.673	-

Fonte: Secretaria do Comércio Exterior (Secex)/MDIC e Min da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) - Análise das Informações do Comércio Exterior, 2004

Tabela 3

Valor e volume das exportações de frutas, inclusive nozes e castanha, 1999-2003

Anos	Exportações		Preço médio US\$/t
	US\$ mil	Toneladas	
1999	323.972	466.057	695,13
2000	369.182	486.443	758,94
2001	345.456	630.817	547,63
2002	369.177	719.979	512,76
2003	504.314	874.383	576,77

Fonte: Secretaria do Comércio Exterior (Secex)/MDIC e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - Análise das Informações do Comércio Exterior, 2004


Tabela 4

Valor, volume e preço médio das exportações brasileiras de frutas, 2002-2003

	2003			2002		
	Valor US\$ mil	Quantidade. t	P. médio US\$/t	Valor US\$ mil	Quantidade t	P. médio US\$/t
Goiabas, mangas	75.744	138.189	548,12	50.849	103.598	490,83
Uvas frescas	59.939	37.601	1594,08	33.789	26.357	1281,97
Melões	58.316	149.758	389,40	37.778	98.690	382,79
Maçãs frescas	37.834	76.466	494,78	31.403	65.927	476,33
Bananas	30.013	220.771	135,95	33.574	241.038	139,29
Mamões (papaia)	29.214	39.492	739,74	21.624	28.541	757,65
Limões e limas	16.949	34.012	498,32	9.891	21.826	453,18
Laranja	13.348	68.016	196,25	7.016	40.374	173,78
Tangerinas, mandarinas	6.197	18.312	338,41	2.757	19.554	140,99
Melancias	3.473	16.364	212,23	1.791	12.251	146,19
Outras	14.615	26.209	-	17.857	21.562	-
Sub-total	345.642	825.190	-	248.329	679.718	-
Castanha de caju	143.760	41.569	3.458,35	105.132	30.114	3.491,13
Castanha do Pará	10.870	6.947	1.564,70	12.603	9.643	1.306,96
Nozes	4.042	677	5.970,46	3.113	504	6.176,59
Total	504.314	874.383	-	369.177	719.979	-

Fonte: Secretaria do Comércio Exterior (Secex)/MDIC e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - Análise das Informações do Comércio Exterior, 2004

... No caso dos sucos as recuperações das produções da Flórida e do Estado de São Paulo com maiores ofertas, pressionam os preços para baixo; ademais, as campanhas nutricionais contrárias ao seu consumo e a concorrência de outros sucos com menores teores de carboidratos vêm provocando queda no consumo de suco concentrado de laranja no EUA, que apresenta o maior consumo *per capita*. A partir de 2001, houve uma queda no consumo de suco concentrado de laranja ao redor de 3%. Pesquisa recente, encomendada pelo Depto. de Citros da Florida junto a A. C. Nielsen Co., revelou que 26% dos americanos diminuiu o consumo de suco concentrado de laranja, sendo que 35% desses consumidores apontaram como principal causa o modismo das dietas de baixo consumo de carboidratos como a de South Beach. Parceria entre produtores de sucos de laranja na Flórida e São Paulo realizará investimentos em campanha conjunta de marketing que buscarão incentivar o consumo de suco de laranja mostrando a importância dos valores nutricionais da laranja para a saúde como a ajuda na prevenção de câncer, doenças do coração, melhoria do sistema imunológico, comprovadas em pesquisas científicas, bem como desmistificar a idéia de que os carboidratos existentes no suco contribuem para uma dieta pouco saudável. Visam, ainda, o lançamento de suco *light* com metade das calorias atuais.

No caso das frutas frescas, diversas regiões brasileiras vêm comprovando competência para competir e colocar seus produtos no mundo atendendo as exigências, gostos e preferências dos consumidores bem como as condições impostas de controle fitossanitário de qualidade e segurança alimentar. Para tanto, a parceria pública-privada vêm estabelecendo, em diversos mercados, estratégias mais agressivas de marketing e promoção da fruticultura brasileira. 

**Evaristo M. Neves e
Luciano Rodrigues,
Esalq/Usq**