

Tomate brasileiro ainda deixa a desejar em aroma e sabor, diz especialista

O campeão em movimentação financeira na Ceagesp enfrenta dificuldades no cultivo, mas o aumento na demanda das variedades gourmet chama a atenção dos produtores

O Brasil figura entre os 10 maiores produtores mundiais de tomate. Em 2011, foi o oitavo, totalizando 4,42 milhões de toneladas em 69,31 mil hectares, com produtividade média de 63,85 t/ha.

A fruta é fonte de vitaminas, minerais e licopeno. Além disso, cinco fatias (110 gramas) têm, em média, apenas 16 calorias. Mas o consumo do fruto no país ainda é baixo e o tratamento dispensado no cultivo não é tão distinto quanto na Europa, que tem algumas variedades preservadas e os melhores tomates do mundo.

Na Ceagesp, o tomate não é o primeiro colocado em volume de vendas, mas é o campeão em movimentação financeira: ultrapassa em torno de 80% a laranja, produto preferido dos clientes do entreposto.

A última Pesquisa de Orçamentos Familiares, POF 2008-2009, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas, IBGE, mostrou que a aquisição familiar anual per capita, dessa hortaliça frutosa é de apenas 4,916 kg, contra 40 kg na Comunidade Europeia.

A mesma pesquisa apontou a compra de hortaliças como variável de acordo com a faixa de renda, sendo menor em famílias com baixo poder aquisitivo. O tomate segue essa tendência. Além disso, em relação à POF 2002-2003, a aquisição total de hortaliças diminuiu, aproximadamente 7%.

“O baixo consumo é, também, reflexo direto da qualidade do tomate predominante no mercado brasileiro, que deixa a desejar em sabor e aroma”, avalia Paulo César Tavares de Melo, mestrado e doutorado em melhoramento genético de hortaliças pela Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, da Universidade de São Paulo, USP, integrante do corpo docente da própria universidade.

desde 2001, lecionando Olericultura - produção de hortaliças - para turmas de graduação e pós-graduação. É membro oficial do Conselho Mundial do Tomate para Processamento Industrial (WPTC) e responsável pelo lançamento de diversas cultivares de tomate de mesa e para indústria. Confira a entrevista cedida pelo Professor Paulo ao Jornal Entreposto.

Jornal Entreposto - Como está a produção do tomate brasileiro no cenário interno e mundial?

Paulo César Tavares de Melo - Incluindo os segmentos de mesa e indústria, no ano retrasado, a safra mundial totalizou 159,02 milhões de toneladas. A China ocupou o primeiro lugar com produtividade de 49,27 t/ha. O Brasil foi o oitavo maior produtor, com média de

63,85 t/ha. A produção brasileira de tomate está concentrada nas regiões sudeste (37,74%) e centro-oeste (33,8%). Os estados com maior participação na produção nacional foram Goiás (32,56%), São Paulo (19,53%), Minas Gerais (10,16%), Paraná (7,85%) e Bahia (7,67%).

JE - Em valores brutos?

PC - Em 2010, a produção mundial alcançou 86,607 bilhões de dólares. Desse total, a América do Sul contribuiu com 4,562 bilhões, cabendo à liderança ao Brasil, com 2,971.

JE - Quais fatores influenciam o limitado consumo do fruto no país?

PC - É preciso destacar que no Brasil o consumo de hortaliças é muito baixo e vem caindo nos últimos anos. Essa realidade é vista com muita clareza

ao comparar a POF 2008-2009 com a de 2002-2003. A aquisição familiar, per capita, anual passou de 29 kg para 27. A situação é dramática. Em domicílios com faixa de renda até 830 reais e naqueles entre 830 e 1.245 reais, essa aquisição cai para 15,4 e 22,6 kg, respectivamente. Aqueles com renda acima de 4.150 reais adquirem 187% mais que os que ganham até 830. No caso particular do tomate, as diferenças relacionadas ao poder aquisitivo da população seguem o mesmo padrão. Domicílios com essa renda mais baixa adquirem anualmente 3,1 kg, enquanto aqueles com renda superior a 6.225 reais, 8,2.

O baixo consumo é, também, reflexo direto da qualidade do tomate predominante no mercado brasileiro, que deixa a desejar em sabor e aroma. Sem esquecer das frequentes notícias veiculadas na mídia que taxam o tomate como uma das hortaliças com maior contaminação por resíduos de agrotóxicos. É fato que a divulgação dos relatórios do Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos realizados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ANVISA, impacta na aquisição de hortaliças.

JE - Qual é a região que mais consome tomate no Brasil?

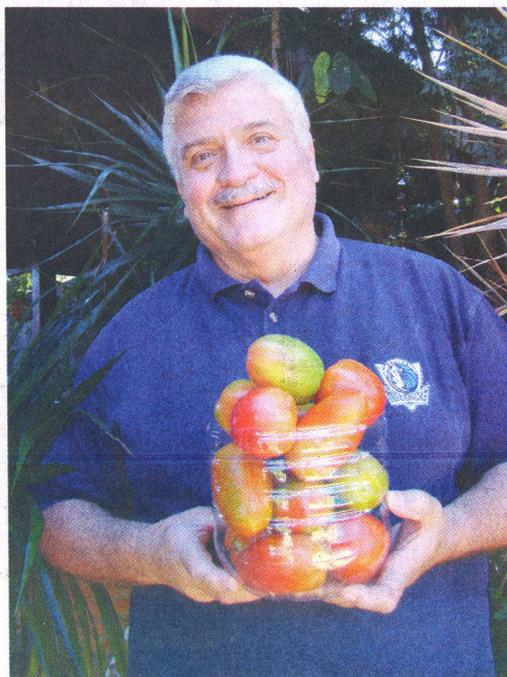
PC - A região Sul, com 6,1 kg, seguida do centro-oeste com 6. Já o menor consumo está no norte, 3,7. O estado que lidera o consumo é o Rio Grande do Sul, 7,2 kg, seguido de Sergipe com 6,7 e Mato Grosso do Sul com 6,6. Sendo o menor registrado no Acre, 2,5. A título de comparação, em vários países da Europa o consumo per capita excede 40 kg por ano enquanto no Brasil é de apenas 4,9.

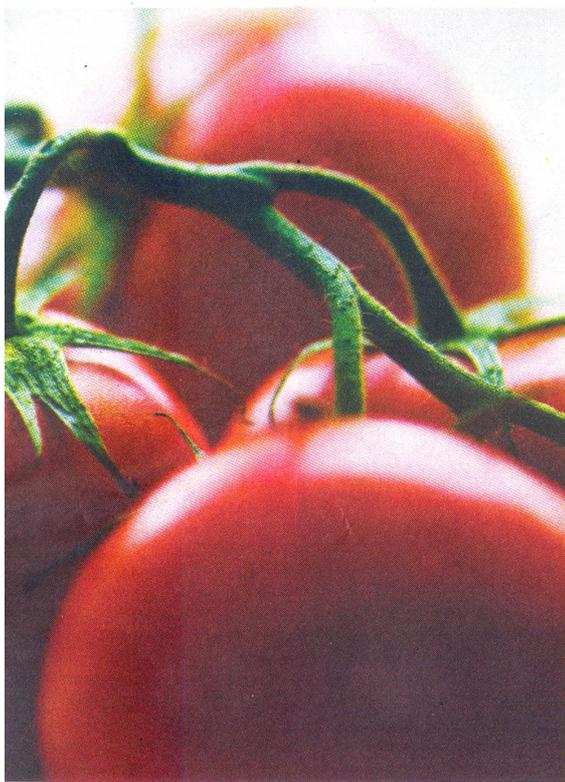
JE - Muitos consumidores



reclamam que o tomate brasileiro não está tão saboroso. Por que o Brasil enfrenta essa dificuldade no cultivo?

PC - É preciso deixar claro que as empresas sabem do problema da falta de sabor das cultivares de tomate do tipo salada longa vida, LV, que representam hoje cerca de 80% da oferta no país. ‘Carmen’ foi o primeiro híbrido de tomate LV lançado no Brasil em meados da década de 90. Os setores de produção e de comercialização se beneficiaram. Para produtores, vantagens como uniformidade de frutificação e alto potencial de rendimento. Para o setor de comercialização, diminuição de perdas do produto pós-colheita, além de propiciar o incremento das remessas para mercados distantes. Não resta dúvida que os maiores perdedores, com esse predomínio, são os consumidores. Os mesmos fatores genéticos que conferem características desejáveis ao LV afetam negativamente o sabor, aroma, textura e o teor de licopeno, que dá a cor vermelha ao fruto. Para piorar, alguns produtores, se protegem das oscilações de preço, não realizando a colheita no ponto ideal. A maturação no tomate LV não se completa quando o fruto é colhido verde. Resta, então, saber qual é a saída. A minha maior expectativa é que o mercado de sementes consiga realizar o que todos





QUALIDADE

Agrociro tem setor específico para tomates gourmet

A Agrociro, produtora e atacadista que atua na Ceagesp desde 1992, tornou-se referência na dedicação para atingir seu principal objetivo: levar mais qualidade e sabor do campo para a mesa dos brasileiros.

No início ela ocupava meio box dentro de um dos disputados pavilhões do entreposto. "A princípio, a companhia comercializava apenas legumes. Depois, quando introduziram o tomate, o resultado foi tão positivo, que foi necessário abrir uma filial apenas para trabalhar com esse fruto", explica Rodrigo Dias de Souza, administrador. Hoje, além de atuar em todos os estágios da produção, a Agrociro transporta o hortifrutido do campo para o mercado varejista, diminuindo assim as chances de problemas durante o manuseio.

Em parceria com produtores de todo o país, a atacadista preocupa-se em proporcionar bem-estar para os colaboradores, refletindo em um excelente produto final. "Trabalhamos em cadeia e precisamos estar conectados. Estamos sempre orientando e disponibilizando informações para que possamos nos desenvolver juntos", esclarece Dias, lembrando que a Agrociro imprime etiquetas e coloca a disposição dos agricultores para que as caixas de hortaliças sejam devidamente rotuladas.

completamente maduros e em cachos, tal qual foram removidos da planta. Os frutos são firmes, exibem formato redondo levemente achatado, pesam em média 90 gramas e possuem pós-colheita prolongada. É ideal para fazer tomate recheado. E um dos tipos mais caros no mercado. Os minitomates agrupam cultivares comuns e híbridos que produzem frutos pequenos, de várias cores (vermelho, amarelo, marrom, rosa e alaranjado) e vários formatos (redondo, oblongo, alongado e piriforme)..

Fazem parte dele os tomates Cereja e o Grape (ou tomate uva). Podem ser consumidos em saladas, na composição de canapés, de molhos e assados. Dentre os minitomates, o Grape tem conquistado o paladar dos consumidores brasileiros de todas as idades. O fruto se assemelha a uma baga de uva da variedade Thompson, tem sabor muito adocicado e baixa acidez. Esse, na verdade, é o principal diferencial dos grapes em relação ao tomate cereja tradicional. O peso médio dos frutos é de 12 gramas. A coloração é vermelha intensa. São firmes e a vida de prateleira pode se estender por até 15 dias em perfeitas condições para o consumo. Os frutos são colhidos completamente maduros para ressaltar a sua intensa cor e excelente sabor.

nos estamos esperando: que o tomate predominante priorize o consumidor, colocando à sua disposição uma gama cada vez mais ampla que permita escolher quanto ao sabor (mais adocicado ou ácido), formato, tamanho e cor dos frutos.

JE – Na Ceagesp, o tomate é vencedor em movimentação financeira e é crescente a presença dos chamados gourmet. Quais são os mais desejados na mesa dos brasileiros?

PC – Entre os gourmet, quatro tipos são os mais importantes: Italiano, Saladete, Holandês em cacho e os Minitomates. Acredito que esses tomates, em conjunto, devam ter uma fatia de aproximadamente 20% do mercado. A minha expectativa é que os tomates gourmet ampliem sua participação haja vista as ações de marketing das empresas de sementes em praticamente todos veículos de mídia que denotam a necessidade de resgatar o verdadeiro sabor do tomate e, com isso, melhorar a sua imagem junto aos consumidores. Os híbridos dos tipos Italiano e Saladete são versáteis em termos de uso culinário, servindo não apenas para salada, mas também para molho caseiro. Além disso, são matérias-primas de boa qualidade para o fabrico de tomate seco. Já o tomate Holandês agrupa os híbridos vendidos

A boa relação entre todos da cadeia continua rendendo bons frutos. Hoje, a empresa tem um setor específico para trabalhar com tomates gourmet. "A Agrociro foi a responsável por introduzir no mercado da Ceagesp tomates que não eram tão populares, como o holandês, o caqui e o cereja. Sempre demos atenção especial para esse segmento que tem crescido bastante nos últimos anos", comemora o administrador, afirmando que o sweet grape ganhou força graças ao trabalho de agregação de valor.

Ciente da necessidade de acompanhar as tendências corporativas que estão acontecendo fora do entreposto, Dias lamenta a falta de estrutura

oferecida pela Ceagesp, mas nota uma positiva mudança na postura das empresas permissionárias. "Estou vendo muito box evoluir e se modernizar como o nosso. Tentamos suprir as falhas existentes no mercado para não perder negócios", esclarece.

Na Agrociro não existem produtos de diferentes qualidades. Somente hortifrutido cuidadosamente selecionados e acomodados em embalagens de alto padrão são comercializados. "Às vezes levamos a fama de cobrar caro", diz Rodrigo. "Mas nosso preço condiz com as características das hortaliças e o cuidado no manuseio. Não temos produto inferior para vender", finaliza.

