

## Competitividade

# Exportação de frutas: o que falta para o Brasil chegar lá?

É bastante promissor o futuro do comércio internacional de frutas e hortaliças, tendo em vista a crescente preocupação com hábitos saudáveis de alimentação, por meio do consumo diário de alimentos frescos. Programas mundiais, como o *five a day*, estimulam o consumo mínimo de cinco porções de frutas e hortaliças por dia. Esse nível ainda não foi atingido na maioria dos países, mas, em alguns mais desenvolvidos, já se constata aumentos importantes nas vendas desses produtos, muitas vezes disponibilizados por meio de importação. Especificamente no grupo das frutas, no qual o Brasil é mais competitivo no comércio externo em relação às hortaliças, a receita global obtida com exportações foi de US\$ 11 bilhões em 2003, com base no último relatório *The world fresh fruit market* do Foreign Agricultural Service (FAS) do Departamento Norte-americano de Agricultura (USDA). No mesmo período, a receita brasileira com a exportação de frutas foi de US\$ 337 milhões, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), o que nos posiciona como décimo segundo maior exportador mundial, com participação de 3% no mercado global.

Esse *ranking* mostra a baixa participação do país no comércio externo de frutas, apesar do crescimento significativo ocorrido nos últimos anos. Para o Brasil tornar-se um dos cinco principais expor-



Mamão brasileiro embalado em paletes: produto é sucesso no mercado europeu

tadores mundiais, teria que gerar uma receita em torno de US\$ 1 bilhão por ano. A previsão é de que em 2007 obteremos metade dessa receita (US\$ 500 milhões). Desde 2001, o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) criou uma área específica de pesquisas, com o

objetivo de realizar estudos a respeito da competitividade do setor de frutas e hortaliças, o Projeto Hortifruti Brasil, que avalia em uma rede de colaboradores, composta por produtores e exportadores de frutas, os principais entraves para o crescimento das exportações. Alguns

obstáculos já estão sendo superados pelo setor, e isso possibilitou o crescimento da receita de alguns itens, além do avanço da participação brasileira no mercado internacional.

A conclusão dos estudos, até o momento, é de que o maior avanço da fruticultura exportadora ocorreu nas esferas que competem ao próprio setor, principalmente nas que dependem da ação individual dos empreendedores rurais. São visíveis, por exemplo, os investimentos em profissionalismo nas negociações, melhorias em pós-colheita, plantio de variedades globalizadas e melhor controle fitossanitário. Essa última providência, inclusive, atendendo aos protocolos que visam ao “alimento seguro”, por meio de certificações internacionais das frutas.

Outros aspectos, porém, ainda carecem de avanços. Há necessidade de uma melhor organização da cadeia produtiva, para evitar excessos de oferta (principalmente de frutas de baixa qualidade); reduzir os elevados custos logísticos; estabelecer uma política cambial mais equilibrada, para garantir a competitividade do setor; incrementar acordos bilaterais com outros países; e de uma maior promoção das frutas nacionais no exterior. O Brasil precisaria atingir US\$ 1 bilhão com as exportações de frutas, para pertencer ao ranking dos cinco maiores exportadores globais (Tabela 1).

## OBSTÁCULOS À EXPORTAÇÃO

1. O baixo valor agregado da fruta nacional – A fruticultura exportadora precisa de uma mudança de gestão, de modo a priorizar estratégias que agreguem maior valor aos produtos, ao invés de se buscar somente ações que aumentem exclusivamente os volumes de produção. A manga, por exemplo, já alcançou seu limite máximo de rentabilidade com a exportação. Uma das principais causas foi o aumento da produção de uma única cultivar, sem que os produtores atentassem à possível queda de preços que a saturação de

**TABELA 1 | EXPORTAÇÃO BRASILEIRA**

Ano	Faturamento (milhões de dólares)
2000	169,87
2001	214,59
2002	241,04
2003	337,65
2004	369,76
2005	440,13
2006*	472,56
2007*	500,00

Fonte: Ibrafr/Secex (2000-2005); \*Hortifruti Brasil, previsão (2006-2007)

mercado com uma fruta considerada exótica e de oferta irregular poderia causar. A elevada oferta de frutas de baixa qualidade no Brasil é considerada um dos maiores entraves para as exportações. Os principais compradores internacionais são extremamente exigentes com qualidade e a inadequação dos nossos produtos aos padrões por eles impostos pode resultar na perda de clientes ou em dificuldades para se conquistar novos compradores. Na opinião da maioria dos exportadores entrevistados pelo Projeto Hortifruti Brasil, nos últimos dois anos, o nível de produção e de tecnologia pós-colheita no país tem melhorado, mas a oferta de frutas de elevada qualidade ainda está abaixo da ideal. Os importadores em geral reclamam do padrão das frutas brasileiras, o que prejudica a imagem do país no exterior, inclusive dos produtores que investem em qualidade.

2. Morosidade das negociações comerciais – A nossa pauta de exportações continua centrada na União Européia, que recebeu mais de 80% dos embarques de frutas brasileiras. Avançamos pouco em negociações para blocos comerciais como a Ásia e o Nafta. A melhor estratégia para a fruticultura exportadora são ações governamentais específicas

para a fruticultura e individuais para cada país, ao invés de negociações multilaterais. As negociações entre o Mercosul e a União Européia, por exemplo, geraram resultados ínfimos, quanto a incrementos comerciais para a fruticultura brasileira. Os melhores saldos foram obtidos com negociações específicas, tais como a abertura do mercado japonês para a manga e a autorização do envio do mamão, produzido pela Bahia e Rio Grande do Norte, para os Estados Unidos, quando antes somente o Espírito Santo era autorizado nesse mercado.

3. Elevados custos com logística – Os elevados gastos nacionais decorrentes da ineficiência infra-estrutural reduzem a competitividade do setor. Segundo cálculos do Projeto Hortifruti Brasil, os custos logísticos absorvem 36% da receita gerada com a exportação de frutas. Desse percentual, 24% ficam com despesas marítimas e o restante com o transporte rodoviário. Somente metade da receita gerada com as exportações de frutas retorna ao setor produtivo. Os dados do estudo tomaram como base os custos logísticos e receitas de 2005. O problema da logística não é só o seu elevado custo. A burocracia alfandegária e a baixa oferta de contêineres e navios aumentam o tempo de transporte da fruta até o seu destino final, depreciando a qualidade. Em média, as frutas têm que percorrer 850 km de estradas em péssimas condições para chegar aos portos. Lá, aguardam mais dois dias para serem embarcadas e, então, outros 13 dias para chegarem à Europa, por exemplo. Esse tempo poderia ser reduzido drasticamente se investimentos em infra-estrutura logística fossem realizados.

4. Política cambial inadequada – Nos últimos dois anos, o maior empecilho para a melhoria da competitividade das exportações foi a significativa queda do dólar, que encareceu o pro-

duto nacional e limitou a lucratividade do setor. Entretanto, exportadores consultados pelo Projeto Hortifruti Brasil ressaltam que devem manter suas vendas externas, mesmo com o câmbio atual. Destacam a necessidade de se manterem presentes no mercado externo, de cumprirem os contratos já fixados e de respeitarem os clientes conquistados nos últimos anos. No entanto, a redução da competitividade brasileira em função do câmbio pode inibir investimentos e frear o crescimento da fruticultura futuramente.

5. Pouca promoção da fruta brasileira – Apesar de algumas iniciativas, os exportadores avaliam que ainda faltam ações governamentais e privadas com o intuito de promover internacionalmente a fruta brasileira e criticam os investimentos destinados a ações desse tipo, considerados limitados. Sobre as iniciativas públicas, vale destacar as ações realizadas pelo Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf) e pela Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex) que, em parceria com associações do setor e entidade privadas, desenvolveram, em 1998, o Brazilian Fruit.

### O QUE FALTA?

O Brasil tem grande potencial para a produção de frutas. É um dos únicos países do mundo que possui terra, clima e água suficientes para a produção de frutas o ano todo. Entretanto, para alcançar US\$ 1 bilhão/ano na exportação de frutas, não basta produzir, é preciso vender. É preciso que todos – produtores, exportadores e governo – façam sua parte para se obterem resultados cada vez melhores. Os exportadores precisam coordenar melhor seus embarques e evitar a concentração em poucos mercados. É necessário que os agricultores produzam com qualidade adequada aos padrões internacionais de segurança alimentar e que os exportadores garantam a manutenção desse padrão,




Uvas embaladas em paletes, produto adequado à exportação

até o destino final. Iniciativa privada e governo, em parceria, devem promover mais a fruta nacional.

A política de comércio internacional do Brasil deve dar mais importância às frutas como item relevante na pauta de negociações, sobretudo priorizando países apontados em estudos como de elevado potencial de compra. Está avançando, mas ainda a passos lentos. Pode-se alcançar em 2007 uma receita próxima a US\$ 500 milhões com a exportação de frutas (referência, data), mas para obter o dobro desse valor, ainda há muitos obstáculos. O chamado “custo Brasil”, que também prejudica diversos outros setores, tem também atrapalhado as exportações de frutas, principalmente nos aspectos de política cambial e de logística.

Um país que figura como um dos maiores produtores mundiais de fruta não

pode se contentar com uma fatia de um dígito no comércio externo. Precisa ser mais agressivo nessa briga para que o país da soja, do café, do açúcar e do suco de laranja seja também o país das frutas. Afinal, potencial produtivo para chegar a US\$ 1 bilhão existe, só faltando condições para vender suas frutas e gerar tal receita. Estudos realizados pelo Cepea relativos à competitividade de frutas e hortaliças podem ser consultados na publicação Hortifruti Brasil, disponível no site da instituição: (<http://cepea.esalq.usp.br/hfbrasil>). 

*\*Margarete Boteon é pesquisadora e coordenadora do Projeto Hortifruti Brasil do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da USP ESALQ.*