Tomate

Vilão da inflação

O TOMATEIRO é uma das hortaliças mais cultivadas no mundo ocidental. Originário da região andina, do norte do Chile até o Peru, foi trazido para o Brasil na época da colonização. Mas, seu cultivo só teve grande fomento depois do fluxo das imigrações nas regiões Sudeste e Sul. A partir de 1970, a lavoura expandiu a sua fronteira para todos os estados. É a segunda hortaliça mais cultivada no mundo, superada apenas pela batata.

A espécie cultivada (*Lycopersicon esculentum*) é uma planta herbácea, com caule flexível, incapaz de suportar o peso da planta e dos frutos na posição vertical. A sua forma natural é de uma moita de vegetação baixa, com abundante ramificação lateral. A sua haste pode chegar a 2,5 metros de altura. Certas cultivares não ultrapassam 1 metro, terminando por um cacho de flores, em cultura rasteira. Os frutos são bagas carnosas e suculentas, geralmente vermelhas, quando maduras, com formato globular, achatado ou piriforme.

De grande importância econômica para o País, o tomate destaca-se pelo seu valor nutricional, com alto teor de caroteno, tiamina, niacina e vitamina C. Movimenta um cifra anual no Brasil de R$ 2 bilhões, segundo a Associação Brasileira do Comércio de Sementes e Mudas. Fruto rico em licopeno, substância responsável pela coloração vermelha, é recomendado para a prevenção ao câncer de próstata. No País, está entre os alimentos mais procurados para a composição da salada e um dos principais componentes de diversos produtos industrializados, como os extratos, molhos, *ketchup*, concentrados e, em menor escala, a produção de sucos.

No *ranking* da produção mundial de tomate (2009/10), o Brasil ocupa o 9º lugar, sendo a China a maior produtora, seguida pelos Estados Unidos e pela Índia. Em vinte e cinco anos, a produção mundial cresceu 123%: em 1985, a média de produção era de 65,4 milhões de toneladas; já, em 2010, este número saltou para 145,7 milhões de toneladas. Com inovações tecnológicas e otimização de processos no segmento de sementes, logística e comercialização, o setor passa por grandes alterações.

O tomate de mesa consumido *in natura* demanda práticas culturais delicadas e manipulações específicas, como as podas das folhas e o raleio de frutos. Orientada para a modernização, a produtividade média nacional aumenta de forma significativa. Nas décadas de 1980, 1990 e 2000, a produção em toneladas por hectare foi, respectivamente, de 33,9, 42,0 e 57,9; enquanto, em 2010, atingiu 61,3 toneladas. Em três décadas, a produtividade na tomaticultura brasileira teve um incremento de 80%.

No tomate usado para fins industriais, as variedades possuem crescimento determinado. O seu processo de produção vai direto do plantio à colheita, de uma só vez, com características próprias, como o tamanho do fruto, por exemplo.

Uma das medidas adotadas pelos agricultores para aumentar a produção por hectare de frutos de maior valor comer-



SXC.HU

Brasil: Área (ha) e produção (mil t) de tomate

Ano	Total		Industrial		Mesa	
	Área	Produção	Área	Produção	Área	Produção
2000	56.866	3.004	12.648	1.868	44.218	1.136
2001	57.663	3.103	12.187	1.000	45.476	2.103
2002	62.647	3.653	13.053	1.100	49.594	2.553
2003	61.478	3.641	16.378	1.249	45.100	2.392
2004	57.889	3.421	14.479	1.400	43.410	2.021
2005	60.639	3.454	13.340	1.213	47.299	2.241
2006	59.027	3.364	13.336	1.150	45.691	2.214
2007	58.875	3.431	15.778	1.290	43.097	2.141
2008	62.581	3.944	16.294	1.200	46.287	2.744
2009	65.964	4.204	18.253	1.150	47.711	3.054
2010	60.756	3.708	21.258	1.796	39.498	1.912
2011	66.221	4.146	18.764	1.590	47.457	2.556
2012	64.880	4.091	17.150	1.200	47.730	2.891

Fonte: IBGE

Aquecimento dos preços

O critério de padronização e classificação baseia-se muito nos aspectos da coloração e o diâmetro do fruto. O manuseio inadequado e o uso de embalagens impróprias interferem diretamente na qualidade do produto. De um modo geral, os preços de comercialização são determinados no próprio mercado, em decorrência da oferta e procura do produto.

A volatilidade dos preços é uma característica comum no mercado de produtos perecíveis como o tomate. Entre fevereiro e abril, a ocorrência de picos no preço é considerada regular. A grande colheita realizada de outubro de 2011 a abril de 2012 resultou em aumento da oferta. Os preços ficaram abaixo do esperado pelos agricultores. Em outubro, a receita mal cobria os custos com plantio e colheita, fora do padrão de lucratividade planejado.

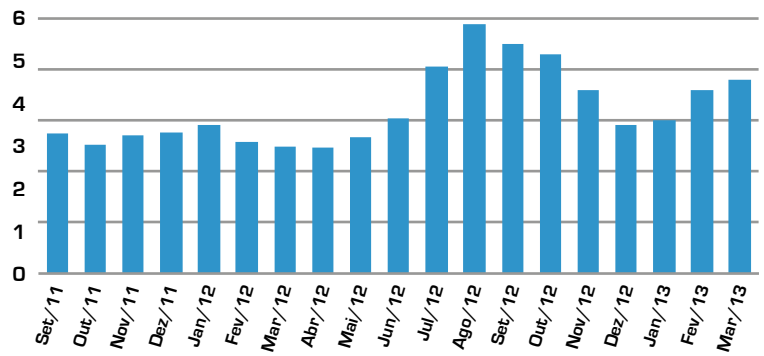
O setor produtivo encetou um movimento forte para valorizar o produto, com a tomada de decisão para reduzir a área plantada. Muitos produtores migraram para outras culturas Diante desse cenário de produção intencionalmente encolhida, as regiões produtoras do Centro-Oeste, Sul e Sudeste também foram prejudicadas com muita chuva no segundo semestre de 2012. O excesso de umidade, junto às temperaturas do verão, alastrou doenças e pragas nas lavouras. A quebra na colheita intensificou-se além do esperado. No Nordeste, particularmente na Bahia e em Pernambuco, a estiagem causou frustração na plantação. Para os municípios produtores no agreste e sertão pernambucanos, a seca foi mais severa.

Tudo isso resultou numa queda na oferta em torno de 16% no País. Com a demanda no auge do aquecimento na Semana Santa e o frete mais caro por conta do reajuste do diesel, assistiu-se a um verdadeiro *rally* de preços. O tomate de mesa, segundo produto mais comercializado pela Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP), maior entreposto de frutas e hortaliças da América Latina, com 292 mil toneladas por ano, reduziu seu fluxo em quase 30% no primeiro trimestre deste ano.

O problema não é o produto em si, cujo peso no IPCA é de apenas 0,33%. O que realmente chamou a atenção foi o fato de o tomate ser o item com maior aumento entre janeiro e abril deste ano (60,9%) e o segundo na comparação de doze meses (122,13%). Na verdade, o comportamento do grupo da alimentação, cujo peso é de 24,5% no IPCA, é alvo de rápida percepção pelos consumidores nos últimos tempos.

A tendência para este segundo trimestre é de recuperação da oferta e o retorno nos preços do tomate para os níveis normais. Outros produtos também conviveram com esse período de incertezas agrícolas que ficou para trás. O padrão de comportamento no valor do fruto ao longo do ano obedece ao ciclo de produção. Até o terceiro mês, o preço segue uma curva de elevação, com queda depois de abril, que, em função da maior produção, é um pouco maior. É uma das culturas com intervalos mais intensos de variação nas cotações. Quanto à taxa de inflação, o peso do tomate, bem como de outras hortaliças na composição do índice, é muito pequeno.

Brasil: Evolução do preço do tomate (R$/kg)



Fonte: IBGE

cial é mediante mudanças nos sistemas de condução e tutoramento das plantas em campo. Como a maioria das cultivares pertencentes ao segmento de tomate de mesa possui o hábito de crescimento indeterminado, há necessidade de tutorar sua haste ou caule herbáceo na medida em que a planta se desenvolve. Esse trabalho oferece suporte para o crescimento das plantas, de modo a aumentar a ventilação e a iluminação, sem dificultar os tratos culturais.

A cadeia de comercialização para tomate de mesa normalmente é constituída de três agentes: produtor, atacadista e varejista. A existência do intermediário varia entre as regiões produtoras. A comercialização por atacado acontece nos espaços físicos concentrados nas centrais de abastecimento, onde diferentes produtos são comercializados.

Muitos atacadistas possuem produção própria, de modo a minimizar as dificuldades de compra e recebimento do tomate. Isso lhes permite maior controle no fornecimento e recebimento do produto. Investem em máquinas especiais para refrigeração, seleção e classificação e na montagem de *packing houses*. Os atacadistas, normalmente, prestam algum tipo de serviço ao agricultor, com o fornecimento de embalagens, transporte, sementes, adubos e/ou auxílio na colheita.

Os compradores de tomate de mesa são supermercados, feirantes, sacolões, distribuidores e, de forma não representativa, os hospitais e restaurantes. Nos últimos anos, cresceu a participação dos supermercados como fornecedores de frutas e hortaliças. A embalagem de madeira, conhecida como caixa K, possui ampla utilização, seguida pelas embalagens plásticas e de papelão. ■