Sabor é fundamental

O consumidor hoje quer frutas com sabor e não só beleza. A maçã com gosto de isopor está com os dias contados no mercado mundial

Luiz Borges Júnior

A macieira veio para o Brasil com os primeiros colonizadores. A maçã, por sua característica de conservação, sempre foi a fruta predominante nos povos europeus, mas apesar desta forte ligação com os costumes alimentares de nossos colonizadores as condições climáticas impediam seu progresso em solo brasileiro.

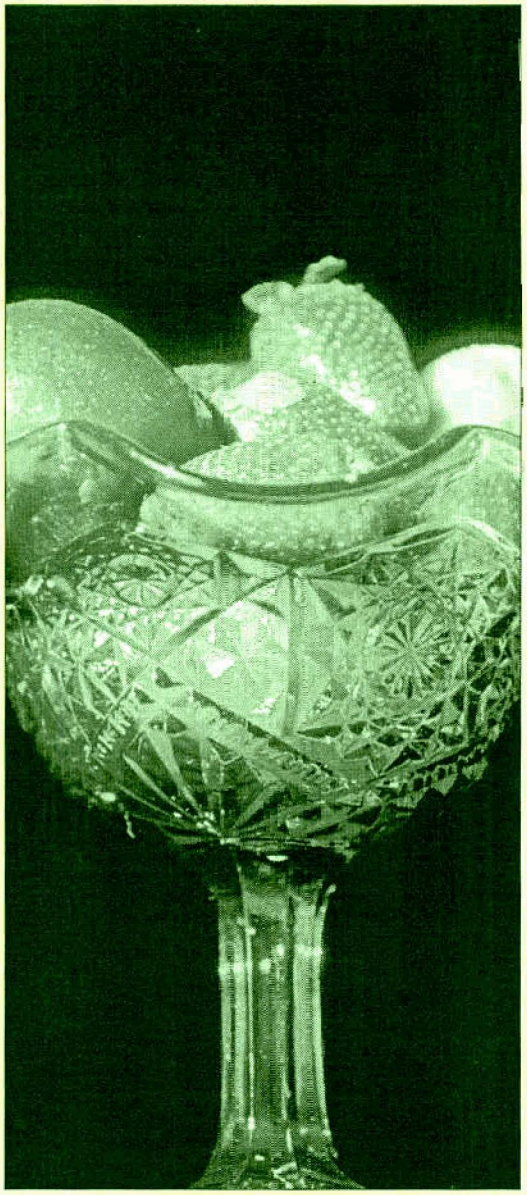
O cultivo econômico só foi implementado na década de 30, em Valinhos, São Paulo, com variedades de baixa qualidade. O consumo brasileiro sempre foi suprido com produto importado, principalmente da Argentina e dos Estados Unidos (Califórnia).

Depois de 1964, preocupado com o dispêndio crescente de divisas com a importação do produto, o então ministro do Planejamento, Roberto Campos, pediu ajuda aos governos dos Estados Unidos e França para o desenvolvimento de tecnologias que permitissem a produção de maçãs de qualidade em solo brasileiro.

Técnicos enviados pelo governo norte-americano concluíram que o clima do país não era propício ao cultivo, mas o francês Georges Delbard, um viveirista que desenvolvera trabalho semelhante em Marrocos e no Irã, e que coincidentemente havia vendido em anos anteriores mudas de macieira a agricultores franco-argelinos imigrados para o Brasil, visitou as áreas sugeridas pelo governo brasileiro e insistiu em conhecer o comportamento das mudas trazidas para cá em 1964.

As mudas haviam sido plantadas em Fraiburgo, Santa Catarina, pela Sociedade Agrícola Fraiburgo, que era uma empresa formada por capital brasileiro e franco-argelino. A visita foi em 1966 e as mudas estavam produzindo as primeiras frutas.

O governo federal concedeu incentivo fiscal às grandes empresas, mas implantou um forte programa de apoio ao pequeno produtor, via governos estaduais. A pomicultura tomou conta dos planaltos de altitude média, ao redor de 1.000 metros, nos três estados do Sul. O crescimento foi vertiginoso, tornando a maçã um produto popular. Hoje é a terceira fruta consumida no país, atrás apenas da banana e da laranja. Os números demonstram os fatos. O investimento do setor é de R$600 milhões, o faturamento é de R$350 milhões e o endividamento, de R$7 milhões. Analisados friamente, os números revelam uma situação econômica saudável, embora as condições atuais sejam preocupantes.



Luiz Borges Júnior é presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Maçã

Crescimento da produção

	1974	*1980*	*1990*	*1998*
Produção (t)	1.528	48.715	351.028	703.000

Dados econômicos

Área plantada (ha)	28.700
Número de produtores	2.031
Empregos diretos	30.300
Capacidade de armazenagem (t)	
Armazenagem frigorífica convencional	220.671
Armazenagem frigorífica atmosfera controlada	185.100
Total	405.771

Evolução do consumo 'per capita'

	1985	*1990*	*1997*
Consumo kg/habitante	2,31	3,23	5,1

Consumo nacional 1997

Produção nacional	*Consumo 'in natura'*	*Industrialização*	*Exportação*	*Importação*	*Consumo total*
669.102	559.102	110.000	20.715	120.000	789.102

Perdendo competitividade

Como todo setor agrícola no Brasil, a pomicultura foi afetada pela abertura indiscriminada do mercado, sem as correções necessárias em política tributária, cambial e de juros. Hoje, o setor perde toda a competitividade, não há mais condições de investir e os balanços estão negativos. Só para citar um exemplo, a maçã brasileira, comparada à da Argentina, tem uma carga tributária 28,33% superior para o consumidor final.

Espera-se que a reforma tributária diminua a carga sobre a produção e as taxas de juros cheguem a patamares no mínimo semelhantes aos de nossos parceiros do Mercosul, ou não haverá futuro pela frente. Por seu turno, os produtores precisam melhorar em muito a produção, para que os consumidores tenham uma fruta à altura do produto importado.

O mercado internacional de frutas aponta uma tendência de superoferta a curto prazo. No caso específico da maçã, a produção mundial deve crescer 57% até 2005. O fator de desequilíbrio é a China, cuja produção deverá saltar dos atuais 18 milhões de toneladas para 27 milhões em 2005. O Brasil está sendo visto hoje como o principal mercado para crescimento do consumo de frutas de clima temperado. Os produtores de maçã e pêra dos EUA estão investindo em *marketing* no Brasil, somente neste ano, mais de US$1 milhão.

O Brasil é visto hoje como o principal mercado para crescimento do consumo de frutas de clima temperado. Os produtores de maçã e pêra dos EUA estão investindo em *marketing* no Brasil mais de US$1 milhão.



Fazendo a sua parte

Os produtores brasileiros estão atuando nas seguintes frentes:

- *exportação* – apesar do custo Brasil, os produtores brasileiros têm como meta exportar 5% da produção, atingindo o patamar recorde de 35 mil toneladas;
- *plano estratégico de marketing* – para a promoção da maçã brasileira no mercado interno;
- *criação de um programa de autogestão* – para a padronização da qualidade da fruta brasileira e homogeneizar os padrões do produto no mercado local;
- *programa de produção integrada de maçãs* – seguindo a tendência mundial, em que os consumidores exigem produtos de qualidade, com resíduos de agroquímicos em níveis mínimos, os produtores brasileiros desenvolvem em conjunto com a Embrapa a criação de um Selo de Qualidade garantido por auditoria reconhecida mundialmente e dentro das normas internacionais. O objetivo é ter esse selo implantado até 2003.

Apesar de todos os problemas que se vislumbram para o futuro, o setor tem todas as condições de prosperar se o governo fizer a sua parte. Há muitos fatores favoráveis. O mercado interno pode se expandir, há infra-estrutura de armazenagem e classificação do mais alto nível e há principalmente as variedades mais modernas, como a Gala e a Fuji, que dominarão o mercado mundial nos próximos anos, segundo a tendência do consumidor, que quer frutas com sabor e não só beleza, como as Red Delicious, produzidas pela Argentina, Chile e Estados Unidos. A maçã da "bruxa", com gosto de isopor, tem os seus dias contados no mercado mundial.