Sementes da mudança

Graças ao dinamismo de sua horticultura, o Brasil vem participando do lançamento mundial de novos materiais genéticos

IRENE GORI FERRAZ VIRGÍLIO

De acordo com a FAO, o consumo mundial de sementes para cultivo agrícola é de quase 130 milhões de toneladas. Com relação às sementes de hortaliças, as quantidades não são muito significativas, sendo preferível referir-se a áreas cultivadas com esses insumos.

Estima-se que a produção anual de hortaliças no Brasil seja superior a 11 milhões de toneladas, com um valor aproximado de US$3,5 bilhões, obtidos da exploração de cerca de 800 mil hectares. Essa produção apresenta-se geograficamente dispersa no país, evidenciando disparidades marcantes no padrão tecnológico de produção, principalmente no que diz respeito à assistência técnica aos produtores e à adoção de insumos.

A utilização de sementes de alta qualidade nem sempre é generalizada, ainda que constitua o princípio mais fundamental da exploração olerícola profissional. Na verdade, o consumo de sementes produzidas pelo próprio horticultor é uma realidade predominante em diversas culturas, mesmo nas regiões mais desenvolvidas, como é o caso, por exemplo, dos principais produtores nacionais de agrião, situados no cinturão verde da região metropolitana de São Paulo e mesmo para muitos dos produtores de tomate de várias regiões do país.

No Brasil, o mercado de sementes de hortaliças é extremamente pequeno quando comparado, em volume, ao do setor de grãos e fibras, que soma 1,2 milhão de toneladas/ano.

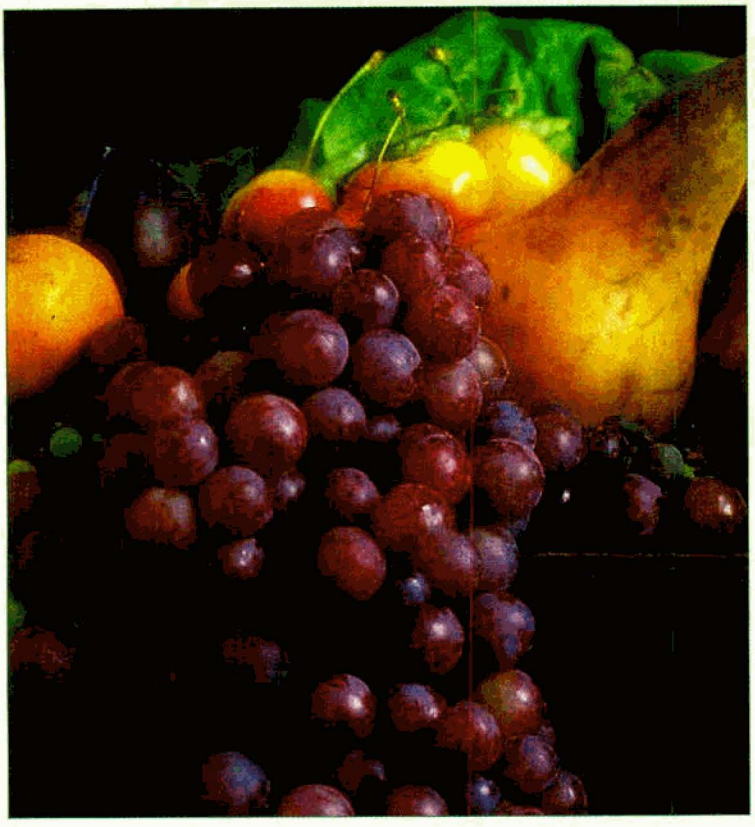
Em termos de faturamento, o segmento de sementes para a olericultura movimenta anualmente no país US$55,3 milhões – o equivalente a 10% do movimento comercial do segmento de sementes de grãos e oleaginosas e a cerca de 37% do mercado de sementes forrageiras.

Em volumes de comercialização, as hortaliças mais importantes são cenoura (18%), feijão-vagem (14%), quiabo (12%), coentro (9%), beterraba (7%) e cebola (6%). Quanto ao valor anual de vendas, os produtos mais significativos são tomate (35%), cebola (9%), melão (8%), alface (6%), pimentão (6%), melancia (4%), abóbora japonesa híbrida (4%), cenoura, couve-flor e repolho (3% cada um).

Irene Gori Ferraz Virgílio é presidente da Associação Brasileira do Comércio de Sementes e Mudas (ABCSEM).

Fatores de restrição

O segmento da produção de sementes de hortaliças é considerado mundialmente competitivo, caracterizado como uma



O consumo de sementes produzidas pelo próprio horticultor predomina em diversas culturas, mesmo nas regiões mais desenvolvidas. É o caso dos principais produtores nacionais de agrião e muitos dos de tomate em várias regiões.

atividade em que os custos de desenvolvimento de um novo produto são cada vez mais elevados, ao mesmo tempo em que o período de uso de cada cultivar é sempre decrescente.

Assim, a rentabilidade das empresas enfrenta sérios fatores de restrição, estimando-se uma redução de seu número num futuro próximo. Na realidade, a indústria de sementes é apenas aparentemente fragmentada. As razões para tal concentração são, evidentemente, os movimentos de globalização, liberalização e concentração de capitais vigentes em toda a economia e, principalmente, o elevado custo da pesquisa genética.

Para os cultivos olerícolas, apenas oito companhias chegam a representar cerca de 65% do mercado mundial. São empresas de capital norte-americano, holandês, japonês e francês. Para o segmento de flores e plantas ornamentais, as cinco primeiras companhias representam 80% do mercado.

No âmbito do mercado doméstico, estima-se que existam atualmente, no Brasil, cerca de 100 empresas – a maioria multinacionais – operando como produtoras, atacadistas e/ou importadoras de sementes de hortaliças, além de 5 mil varejistas, espalhados por todo o país.

O mercado de sementes de hortaliças no Brasil é bastante dinâmico e atualizado segundo as principais tendências mundiais. Tem se caracterizado pela busca permanente de adaptação no atendimento às necessidades diversificadas dos olericultores – com os quais tem trabalhado em profunda integração –, além de, muitas vezes, agir como o mais potente indutor de mudanças, principalmente na introdução de novas variedades e cultivares. Tem sido comum, por exemplo, o Brasil participar do lançamento mundial de novos materiais genéticos, quando há poucos anos demorava-se em média de três a quatro anos para a introdução de cultivares lançados no mercado europeu, norte-americano ou japonês.

Fatores de especialização

As tendências atuais de especialização do mercado da olericultura, que exigem permanente esforço das empresas atuantes na venda de sementes, dizem respeito a diferentes fatores:

- sistemas de cultivo, com destaque para a plasticultura e a hidroponia, que exigem variedades e cultivares mais bem adaptados, principalmente em relação à tolerância e/ou resistência ao calor – que induz o pendoamento precoce em folhosas – e a doenças em geral, principalmente as de origem fúngica;
- diversificação e sofisticação do consumo, relacionadas, por um lado, ao cultivo de espécies exóticas e, por outro, a mudanças nos hábitos alimentares. O caso da abóbora é bastante ilustrativo, pois, apesar da recente redução geral nas necessidades de importações de sementes de hortaliças, o país passou a comprar crescentes quantidades de sementes híbridas de abóbora do tipo tetsukabuto para atender à demanda dos produtores e consumidores, em substituição às variedades tradicionais; e
- adoção de tecnologias de ponta, principalmente no que se refere ao pré-tratamento de sementes, que visa aumentar a percentagem de germinação, a velocidade de emergência e o melhor desenvolvimento inicial das plântulas, favorecendo o estabelecimento da lavoura e dando, à espécie cultivada, vantagens em relação às plantas invasoras.

Entre esses pré-tratamentos, destacam-se a aplicação de micronutrientes, de reguladores de crescimento vegetal (como o ácido giberélico), tratamento com fungicidas, ácido salicílico e condicionamento osmó-

tico das sementes. Este último tem sido utilizado principalmente em alface, pimentão, melão, tomate, cenoura, cebola e flores, com o objetivo de acelerar a germinação e uniformizar a emergência das plântulas em campo, principalmente em condições adversas.

Destacam-se ainda tratamentos de peletização e semipeletização de sementes, uma técnica intermediária entre a simples aplicação de fluidos de revestimento e a peletização tradicional, compreendendo a incrustação de materiais desenvolvidos para preencher a superfície de sementes ásperas, resultando numa superfície mais lisa e regular. O mercado atual de sementes peletizadas, avaliado pelo faturamento, é composto por tomate (64%), melão (15%), pimentão (10%), alface (7%) e outras hortaliças (4%).

- Especialização do olericultor e consolidação da atividade dos viveiristas, ambos sensivelmente mais exigentes hoje quanto às variedades ou aos híbridos a serem semeados. Nos últimos anos, tem-se consolidado, como atividade profissional especializada, a produção comercial de mudas para posterior transplantio em diversas hortaliças, notadamente o tomate. O desenvolvimento e emprego de cultivares melhorados e/ou sementes híbridas de custo mais elevado e o uso mais generalizado de estufas na atividade têm colaborado para essas mudanças na produção. Além disso, nessas condições, a emergência das plântulas em bandejas é comprovadamente maximizada.

Agregando valor

Para atender competitivamente tanto ao produtor de mudas quanto ao produtor de hortaliças, as empresas do comércio de sementes buscam ofertar produtos de valor agregado cada vez mais elevado, sementes de alto vigor, com incorporação de resistências ou tolerâncias específicas, pré-tratamentos para a germinação, peletização e outros benefícios.

Considerando ainda a situação crítica que atravessam as empresas públicas de assistência técnica e buscando diferenciar-se dos concorrentes, os comerciantes brasileiros de insumos agrícolas têm chamado a si a responsabilidade da assistência técnica, empregando cada vez mais profissionais para atenderem ao produtor rural. Estima-se que estejam envolvidos na distribuição de insumos agrícolas mais de mil profissionais, o que comprova a crescente tecnificação do setor olerícola.

O país importa cerca de um quarto das sementes de hortaliças cultivadas. Esse quadro, ainda hoje desfavorável, foi ainda mais deficitário há duas décadas. Em 1983, por exemplo, o Brasil chegou a importar 66% das sementes de hortaliças cultivadas. Atualmente as principais importações são de sementes de cebola, cenoura, abóbora, melancia e alface.

A qualidade e os resultados da pesquisa genética nacional em hortaliças vêm crescendo muito nas últimas décadas. Grande papel é desempenhado nesse processo por várias instituições.

Pesquisa e desenvolvimento

A Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP) tem papel histórico e notável na introdução e adaptação de cultivares, principalmente no desenvolvimento das variedades e cultivares que se tornaram clássicos para o cultivo de verão, como repolho e brócolos.

Por sua vez, a Embrapa desenvolveu melhoramento genético em 14 espécies e cultivares considerados de maior importância econômica para o país, como tomate, alho, cebola (o Alfa Tropical, um cultivar próprio para temperaturas elevadas e climas chuvosos, desenvolvido para produção na entressafra, de março a maio), repolho, berinjela e pimentão.

Desde 1981 o Centro Nacional de Pesquisas de Hortaliças vem lançando novos cultivares de hortaliças, como cenoura, pepino, repolho, batata e melão. As atividades desse centro foram responsáveis pela acentuada redução de importações de sementes no país, proporcionando economia de milhões de dólares. Um dos exemplos de maior sucesso foi a criação da variedade de cenoura Brasília, ainda hoje a mais plantada no Brasil. A essa variedade, hoje se sucede a cenoura Alvorada, recentemente lançada, e que trará importantes conquistas de qualidade – principalmente quanto à coloração do miolo interno do produto, permitindo maiores avanços na agroindustrialização de cenouras no país.

O segmento de sementes para a olericultura movimenta anualmente no país US$55,3 milhões – o equivalente a 10% do movimento comercial do segmento de sementes de grãos e oleaginosas e a cerca de 37% do mercado de sementes forrageiras.

O Instituto Agronômico de Campinas (IAC) dedicou-se intensamente a pesquisas na área, principalmente nas décadas de 70 e 80, tendo lançado os cultivares de tomate Ângela e Santa Clara. As pesquisas do IAC também foram importantes em morango, com as variedades IAC-Campinas, IAC-Guarani e Princesa. Outros produtos de alta representatividade na pesquisa agronômica paulista de sementes são a cebola, a batata, o alho, a alface, o pimentão, o quiabo, a abóbora, a vagem e a couve-flor.