Estrutura profissional

Os consórcios de exportação permitem aos produtores promover suas frutas e consolidar canais permanentes de negociação

MAURÍCIO DE SÁ FERRAZ

Nos últimos anos o Brasil tem se apresentado ao mercado mundial através de um programa promocional destinado a divulgar suas frutas, com a fixação de um selo de origem denominado Brazilian Fruit. O programa, já na segunda etapa, tem trabalhado os mercados dos Estados Unidos e da Europa pela promoção direta de limão, maçã, manga, melão, papaia e uva (tabela 1).

Mais do que um esforço de comunicação, o programa atua sobre todos os estágios da cadeia de comercialização, identificando os fatores críticos que nos separam de uma posição de destaque no fornecimento mundial de frutas tropicais. Apesar de estarmos entre os três maiores produtores de frutas do mundo, com uma produção que supera 34 milhões de toneladas, nossas exportações de frutas frescas ainda são consideradas insignificantes, haja vista que exportamos apenas 1,3% do que produzimos (tabela 2).

Mercado exigente

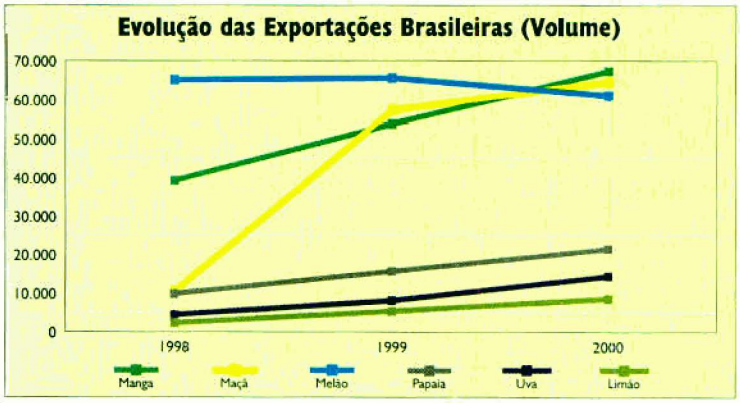
Com a experiência adquirida nos primeiros anos do programa, verificamos que o crescimento da demanda de frutas pelos mercados importadores requer uma estrutura de produção apta a responder às solicitações do exigente mercado internacional. Caso contrário, não teríamos frutas a oferecer, uma vez que os produtores não estavam preparados para suprir um possível aumento de demanda.

Muitas vezes as exportações deixam de acontecer devido a falta de informação dos produtores, que não conhecem as características do mercado importador, quais as exigências fitossanitárias, padrões de frutas – variedades, coloração, diâmetro –, janelas de exportação, limites de resíduos para cada produto.

Com a intenção de consolidar a base de fruticultores brasileiros, visando a organização da cadeia produtiva e conseqüente aumento da competitividade e presença do produto nacional nos maiores e mais exigentes mercados internacionais, o Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf) em conjunto com a Fundação André Tosello, com o apoio da Agência de Promoção de Exportação (Apex) e do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, estão formando consórcios de exportação de frutas.

O consórcio consiste na formação de um grupo de produtores da mesma região interessados na exportação de suas frutas. Seus integrantes reunidos cotizam os investimentos necessários para a implanta-

Maurício de Sá Ferraz é engenheiro agrônomo do Instituto Brasileiro de Frutas.
www.brazilianfruit.org
E-mail: ibraf@uol.com.br



Frutas brasileiras: participação das exportações na produção

Fruta	Produção *	Exportação **	% Exportado
Uva	931.500	14.344,00	1,54
Manga	821.636	67.169,00	8,18
Maçã	797.058	64.480,00	8,09
Limas	708.787	8.607,00	1,21
Mamão	659.832	21.510,00	3,26
Melão	260.000	60.904,00	23,42
Total	34.000.000	427.981,00	1,26

Fonte: Secex/Datafruta-Ibraf.
* IBGE, 1999; em toneladas.
** Secex, 2000; em toneladas.

ção de suas estratégias de conquista dos mercados externos, ampliando seu poder de negociação e criando uma marca de origem digna de respeito no exterior.

As maiores dificuldades encontradas pelos pequenos e médios produtores são o grande investimento e a logística necessários à comercialização das frutas no exterior, com a agravante de que normalmente o produtor não tem tempo nem estrutura para poder se dedicar à exportação.

Canais de negociação

Com o consórcio, os produtores formam uma estrutura profissional totalmente dedicada a promover internacionalmente suas frutas e consolidar canais permanentes de negociação nos principais mercados compradores, proporcionando uso cooperado em *packings* e meios de transporte, compartilhamento de custos administrativos, aumento do poder de negociação e melhoria da qualidade das frutas

O consórcio de exportação de frutas deve funcionar como um centro de inteligência, suprindo os produtores de informações, pesquisando as mais modernas técnicas de comercialização existentes no mundo e repassando-as para todos os produtores consorciados. São algumas de suas atribuições:

- desenvolvimento e compra de embalagens e insumos;
- contratação do transporte para entrega da carga;
- contratação de serviços especializados para acompanhamento da descarga no exterior;
- identificação de agentes comerciais nos mercados-alvo;
- operacionalização das vendas;
- emissão de relatórios periódicos de preços internacionais, demandas e resultados operacionais do consórcio;
- elaboração de promoções das frutas no exterior;
- participação em missões comerciais e feiras no exterior;
- promoção de cursos e treinamentos;
- cadastro de fornecedores de insumos;
- articulação com outros consórcios para troca de informações comerciais;
- investigação permanente do mercado internacional para detectar oportunidades e ameaças para os produtores.

A formação de consórcios é uma das ações mais importantes dentro do Programa Setorial Integrado de Promoção de Exportação das Frutas Brasileiras, o qual delimitou áreas preferenciais de atuação, tendo em vista o potencial de cada região e sua capacidade organizacional, com a meta de implantar 24 consórcios de exportação até 2003. Desse total, quatro consórcios pilotos já foram implantados e estão localizados nas regiões de Novo Horizonte, São Paulo; Fraiburgo, Santa Catarina; Mossoró, Rio Grande do Norte e Juazeiro na Bahia, trabalhando respectivamente com limão, maçã, melão e manga.

Brasil: exportações de frutas frescas, 1998-2000

Fruta	1998		1999		2000		Variação (%)	
	Toneladas	US$ mil	Toneladas	US$ mil	Toneladas	US$ mil	Volume (1999-00)	Valor (1999-00)
Manga	39.185	32.518	53.765	32.011	67.169	35.763	24,9	11,7
Maçã	10.706	5.667	57.438	30.153	64.480	30.757	12,3	2
Melão	65.004	28.323	65.453	28.733	60.904	25.005	-7	-13
Papaia	9.879	9.453	15.709	13.578	21.510	17.694	36,9	30,3
Uva	4.405	5.823	8.083	8.614	14.344	14.605	77,5	69,6
Limão	2.301	1.423	5.336	2.962	8.607	4.642	61,3	56,7

Fonte: Secex/Datafruta-Ibraf.