

Sabor tropical no Leste Europeu

ADRIANO JOSÉ TIMOSSI

A União Européia caminha para uma nova ampliação. A partir de 1° de maio, dez novos países serão integrados à comunidade. O acréscimo envolve cerca de 75 milhões de habitantes, potenciais consumidores de gêneros alimentícios. São ex-membros do mundo soviético, condenados ao exílio do mercado internacional capitalista, cujo acesso de sua população a frutas tropicais era uma raridade, e quando ocorria, estas vinham de Cuba ou do Vietnã, duas nações aliadas a Moscou.

Com a queda do muro de Berlim em 1989 e o posterior desmanche da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas em 1991, a região centro-leste do continente europeu passa por grandes mudanças. Um processo longo de transformação e adaptação de uma economia planejada para a de mercado, que atrai a atenção de grandes companhias multinacionais interessadas em obter enormes lucros neste mercado 'virgem'.

Em muitos desses países, as frutas tropicais constituem uma novidade, introduzidas inicialmente há menos de duas décadas. A mais "popular", a banana, atualmente é encontrada em muitas capitais dos países candidatos, como Praga, Varsóvia ou Riga.

Entre os principais agentes responsáveis pelo desenvolvimento do mercado de frutas, estão os supermercados. Na Polônia, redes internacionais, como Tesco, Carrefour e Aucham, investem intensivamente para conquistar os novos consumidores. A rede britânica de hipermercados, Tesco, por exemplo, tem 37 lojas no território polonês, onde expõe em suas prateleiras bananas, laranjas, uvas, melões e, em alguns casos, até mesmo mangas, papaias e limas, importadas do Brasil.

Para os próximos anos, é grande a tendência de crescimento econômico da região, como ocorreu há alguns anos com Espanha, Portugal e Grécia. Haverá reflexos na melhoria da qualidade de vida, nos padrões de saúde e nos hábitos alimentares. O consumidor terá maior oportunidade de escolha. Todos estes fatores somados são bons indicadores de um aumento do consumo *per capita* de frutas tropicais.

Banana em alta

A República Tcheca é um bom exemplo do que está por vir. Em 2002, os tchecos tiveram um consumo de frutas de 73,5 quilos *per capita*, índice não muito distante da média da UE (100 quilos). O consumo *per capita* de frutas subtropicais e tropicais quase que dobrou desde 1990 e passou para cerca de 27 quilos. O consumo *per capita* de banana é um exemplo de excelência: passou de 3,1 quilos para 10 quilos .

O Brasil, assim como os demais exportadores mundiais de frutas tropicais, certamente terá boas oportunidades pela frente neste imenso mercado. Dois caminhos são possíveis: 1) por intermédio dos tradicionais importadores, como os re-distribuidores holandeses e alemães; 2) por meio da negociação direta, sempre mais trabalhosa, mas que cria grandes oportunidades, não apenas de crescimento das vendas locais como também para os países vizinhos. É o caso dos países membros da Comunidade dos Estados Independentes (CEI), acordo que agrupa a maior parte das ex-repúblicas soviéticas, como Rússia e Ucrânia.

A boa receptividade que as comitivas brasileiras têm na região é um fator importante para o estabelecimento de relações comerciais. Sabe-se que o mercado internacional de fruticultura é um dos mais exigentes do agronegócio e com grande competitividade no mercado europeu. A conquista destes novos mercados de países que agora passam a integrar a UE pode alavancar as vendas brasileiras, colaborando para o superávit da balança comercial. ■

ADRIANO JOSÉ TIMOSSI é *analista em agribusiness.*

COMO SABER MAIS:
www.ibraf.org.br/x-es/f-esta.html