

Data : 19/02/2004 Hora :

Título: Fruticultura - Novos Mercados e Exportação Fonte:

Autor: Rodrigo Aquino de Paula

Matéria:

NOVOS MERCADOS (Por IBRAF - Instituto Brasileiro de Frutas)

Na Polônia, internacionais, como o Tesco, o Carrefour e Aucham investem pesado para conquistar os novos consumidores. A rede britânica de hipermercados Tesco, por exemplo, é a maior com 37 lojas no território polonês, expõe em suas prateleiras Bananas, Laranjas, Uvas, Melões, e em alguns casos até mesmo mangas, papaias e limas tipicamente importadas do Brasil.

Nos próximos anos a tendência de crescimento econômico nesta região é grande, a exemplo do ocorrido na Espanha, Portugal e Grécia. Isso refletirá no aumento da qualidade de vida, padrões de saúde e hábitos alimentares a partir de uma maior oportunidade de escolha. Todos estes fatores somados são bons indicadores de um aumento do consumo per capita de frutas tropicais.

A República Tcheca é um bom exemplo do que está por vir. Em 2002 os tchecos consumiram 73,5 *Kg per capita/ano* não muito distante da média da UE- de 100 *kg/per capita/ ano*. O consumo de frutas subtropicais e tropicais quase que dobrou desde 1990 passando a aproximados 27 *kg/per capita/*. O consumo de bananas, o exemplo de excelência, passou de 3,1 *kg/per capita/ano* para cerca de 10 *kg/per capita/ano*.

O Brasil assim como demais exportadores mundiais de frutas tropicais certamente terão boas oportunidades pela frente neste imenso mercado. Dois caminhos são possíveis: o primeiro via tradicionais importadores - redistribuidores europeus como Holanda. Neste novo cenário outro importante país com grande influência regional será a Alemanha.

O segundo caminho é a negociação direta. Esta embora mais trabalhosa, abrirá grandes oportunidades não apenas de crescimento das vendas locais, como também, para países vizinhos. É o caso dos países membros da Comunidade dos Estados Independentes (CEI), acordo que agrupa maior parte das ex-repúblicas soviéticas como Rússia e Ucrânia.

A boa receptividade ao povo brasileiro na região é um fator importante para o estabelecimento de relações comerciais. Sabemos que o mercado internacional da fruticultura é um dos mais exigentes do agronegócio e com grande competitividade no mercado europeu e a conquista destes novos Países pode alavancar as vendas brasileiras para o mercado externo, continuando o incremento de nossas exportações.

Novas Oportunidades para o Agribusiness da Fruta Brasileira

A União Européia caminha para uma nova ampliação. Em primeiro de maio deste ano 10 novos países serão integrados a comunidade. Esta integração representa um acréscimo de 75 milhões de habitantes. Em poucas palavras, potenciais consumidores abrindo grandes oportunidades para o mercado de frutas.

A maioria dos novos países são ex-membros do mundo soviético, condenados ao exílio do mercado internacional capitalista. Neste período frutas tropicais eram uma raridade fornecidas por Cuba ou Vietnã, duas nações tropicais aliadas de Moscou.

Desde a queda do muro de Berlim em 1989 e subsequente queda da URSS em 1991 a região passa por grandes mudanças. Estas repúblicas entraram num processo de transformação e adaptação à economia de mercado. Subitamente, atraindo a atenção de companhias ocidentais interessadas em obter enormes lucros neste mercado virgem.

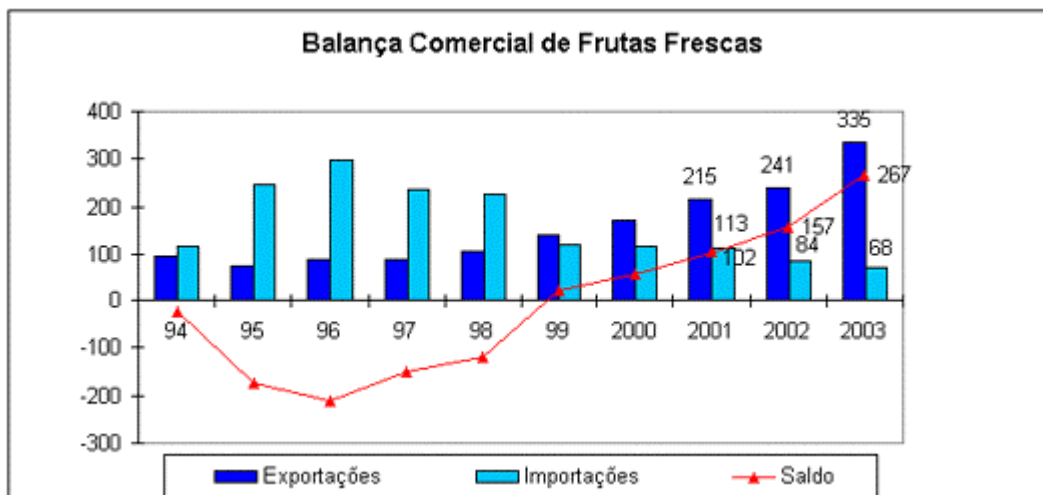
Em muitos destes países frutas tropicais são uma novidade, introduzidas inicialmente há menos de duas décadas. A mais "popular", a banana, atualmente é encontrada em muitas capitais dos países candidatos como Praga, Varsóvia ou Riga. Um dos principais agentes responsáveis pelo desenvolvimento deste mercado tem sido os supermercados

BALANÇA COMERCIAL

A fruticultura brasileira, pelo quinto ano consecutivo, se mantém superavitária e a balança comercial de frutas frescas fecha o ano com um saldo de US\$ 267 milhões, US\$ 110 milhões a mais que o ano de 2002. (Gráfico abaixo)

As exportações de frutas frescas obtiveram 39% de crescimento em valor e 21% em volume em relação ao ano de 2002. O incremento das exportações de frutas foram alavancados com grandes aumentos das exportações de uva que atingiram a casa de 43% em volume e 77% em valor ; limão com 56% e 71%; também merecem destaque: abacaxi (40% e 59%), melão (52% e 54%), manga (29% e 44%) e mamão (38% e 35%) em volume e valor respectivamente.

Ao contrário, as importações sofreram queda de 27,5% em volume e 18,7% em valor, a Pêra com quedas de 16% e 32% a maçã com 12% e 21% e a Ameixa com 19% e 17% em valor e volume respectivamente foram as grandes responsáveis pela redução das importações brasileiras de frutas frescas.



FONTE E ELABORAÇÃO: IBRAF