

SALADA COMPLETA

*** Roberto Rodrigues**

Dados do Prof Dr Paulo Cesar Tavares de Melo, da ESALQ, mostram que mais de 60% da produção brasileira de hortaliças está concentrada na pequena propriedade rural, especialmente de exploração familiar, com menos de 10 hectares. Gera muito emprego, cerca de 4,5 por hectare, em média, e tem grande aproximação com a tecnologia orgânica.

Atualmente, o Brasil cultiva cerca de 800 mil hectares com hortaliças, com produção superior a 18 milhões de toneladas. Isto vem crescendo bastante e só nos últimos 10 anos, a produção aumentou 35%. Há uma centena de espécies cultivadas, mas seis delas (tomate, batata, melancia, cebola, cenoura e batata-doce) respondem por mais de 60% de todo o volume produzido. Cerca de 75% da produção está localizada no sul/sudeste, e os outros 25% no nordeste e centro-oeste que, por sua vez, abastecem a região Norte, onde a produção é quase nula.

É uma atividade que exige capital intensivo e alta tecnologia, principalmente em função de problemas fitossanitários, mas, em compensação, pode oferecer excelente rentabilidade econômica por hectare cultivado: a renda chega a 4 ou 5 vezes mais que os cultivos convencionais.

Do ponto de vista do consumidor, as hortaliças são alimentos importantes, já que são ricos em micronutrientes e fibras, com baixa densidade energética. Não obstante, o consumo no Brasil ainda é abaixo dos níveis recomendados pela OMS, segundo a qual 6 a 7% da energia consumida deve provir de hortaliças. Estamos pela metade desta recomendação. Com uma importante diferença de consumo entre as famílias mais ricas e as mais pobres. Aquelas, de acordo com estudos do IBGE, consumiram 42 quilos por pessoa/ano em 2003 (data do último POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares), enquanto estas consumiram 15,7 quilos pessoa/ano. Na Itália, o consumo chega a 157 quilos pessoa/ano, nos Estados Unidos a 98,5 e em Israel, 73. Em termos nacionais, o consumo nas regiões S/SE é 60% superior ao de N/NE/CO.

Isto demonstra um enorme potencial de crescimento do consumo à medida que aumenta o poder aquisitivo. Por outro lado, também aumenta a exigência por produtos frescos, com qualidade comprovada e boas características de apresentação e nutrição.

Tais exigências vêm levando os produtores e supermercados a oferecer produtos diferenciados, com maior valor agregado, como alface americana, tomate italiano e saladete, brócolis de cabeça única, melões nobres, mini melancias, etc.

Como isto está mais desenvolvido lá fora, o saldo comercial brasileiro nesta área é negativo, pois importamos mais do que exportamos, especialmente alho, cebola, batata e ervilha. Mesmo assim, já estamos exportando melões, pimentas e pimentões, tomate, melancia, gengibre, cenoura e produtos industrializados, como condimentos.

A tecnologia vem apoiando o aumento da produtividade e a expansão da atividade, mas o sucesso da mesma ainda depende da solução de alguns gargalos antigos e complicados.

Um deles é a perda na pós-colheita, que chega a 35% em alguns produtos. Outro é o estabelecimento de canais de comercialização, o que exige um espírito associativista mais forte, desmontado com o fim das cooperativas de Cotia e Sul Brasil. Embalagens padronizadas, certificação de produção e campanhas institucionais de consumo, são temas igualmente recorrentes. E, é claro, a pesquisa e a extensão precisam seguir cumprindo seu papel.

*** Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, presidente do Conselho Superior de Agronegócio da FIESP e professor de Economia Rural da UNESP/Jaboticabal**