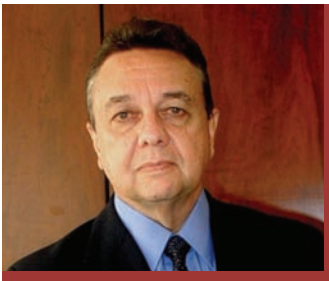


Diário de bordo

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 dez 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. Isso vem crescendo bastante, e só nos últimos dez 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 estão localizados 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 quatro ou cinco vezes mais que os cultivos convencionais.

Do ponto de vista do consumidor, as hortaliças são alimentos importantes, ricos em micronutrientes e fibras, com baixa densidade energética. Mas, o con-

sumo no Brasil ainda é abaixo dos níveis recomendados pela OMS, segundo a qual 6 a 7% da energia consumida deve provir de hortaliças. Estamos na metade da recomendação, e 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, enquanto estas consumiram 15,7 quilos pessoa/ano. Na Itália, o consumo chega a 157 quilos pessoa/ano, nos EUA a 98,5 e em Israel, 73. No Brasil, o consumo no Sul e Sudeste é 60% superior ao das Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Isso demonstra um enorme potencial de crescimento do consumo à medida que aumenta o poder aquisitivo. De 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 esse tipo de produto está mais desenvolvido lá fora, o saldo comercial brasileiro na área é negativo, pois importamos mais que exportamos, especialmente alho, cebola, batata e ervilha. Já estamos exportando melões, pimentas e pimentões, tomate, melancia, gengibre, cenoura, e condimentos.

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

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

Produzir

O dragão da inflação



Cesário Ramalho da Silva*

O AUMENTO dos preços dos alimentos ganhou a atenção da mídia no segundo semestre de 2007, permanecendo em destaque no noticiário do início do ano, especialmente pelo impacto nos índices de inflação.

Dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV) indicaram que os preços dos produtos agropecuários responderam por 40% da inflação medida pelo IGP-DI em 2007, que subiu 7,89%, ante 3,79% de 2006. Outro importante indicador, o IPCA do IBGE, apontou alta de 4,46% na inflação do ano passado, com o grupo alimentos e bebidas respondendo por 2,21% do resultado.

Números, como sabem, não mentem, mas as análises deles, muitas vezes, podem trazer equívocos, como, por exemplo, imputar aos produtores rurais a responsabilidade pelo aumento dos preços dos alimentos.

O produtor é protagonista de um paradoxo. Ao mesmo tempo em que é o ator mais importante da cadeia produtiva do agronegócio, ou seja, dos alimentos, é o elo mais fraco, encurralado entre o poder financeiro de grandes grupos fornecedores de insumos, conglomerados agroindustriais e gigantes varejistas.

O produtor não tem influência na formação dos preços das principais *commodities* agropecuárias. Ele não “precifica”, é “precificado”, não se esquecendo ainda