

## **FRUTICULTURA BRASILEIRA: A BUSCA DE UM MODELO EXPORTADOR**

Paulo Faveret Filho  
José Geraldo Pacheco Ormond  
Sergio Roberto Lima de Paula\*

---

*\*Respectivamente, gerente, técnico e assistente técnico da Gerência Setorial de Estudos de Agroindústria do BNDES.*

*Os autores agradecem a colaboração do técnico José Campos Valadão, da bibliotecária Heloiza Miranda e da estagiária Dominique Scialom. As conversas com José Sidnei Gonçalves (do Instituto de Economia Agrícola de São Paulo), Carla Salomão (da Agrícola Fraiburgo) e Moacyr Saraiva Fernandes (do Ibraf) tornaram mais fácil a elaboração deste trabalho.*

## **Resumo**

O artigo analisa a fruticultura brasileira sob vários ângulos, com ênfase nos entraves que dificultam a montagem de estratégia exportadora em larga escala.

O mercado mundial de frutas frescas cresce rapidamente, mas é muito influenciado por políticas públicas nos principais países importadores, além de ser muito intensa a concorrência. A competitividade internacional parece depender cada vez mais de sistemas eficientes de comercialização, que são o resultado de ações públicas e privadas, combinadas em doses variáveis. O Brasil ainda não foi capaz de estruturar tais sistemas, o que contribui para seu mau desempenho exportador.

Desde 1986 foram feitos diversos diagnósticos, sem muitas divergências entre si, os quais são compilados no intuito de mostrar vários aspectos que contribuem para a timidez com que se desenvolvem as ações dos produtores, do mercado e do governo.

Em suma, a fruticultura brasileira, para se tornar uma atividade exportadora, carece de coordenação de mercado e de políticas públicas que possibilitem a constituição de uma cadeia produtiva que tenha infra-estrutura e mecanismos de comercialização que dêem conta das exigências dos mercados interno e externo para que realmente possa dar consequência à sua potencialidade.

## **Introdução**

O fascínio que as frutas exercem sobre o homem começa a ser descrito pelos escribas religiosos mais antigos e segue a história da humanidade incorporando simbolismos os mais diversos e sempre ligados ao prazer, à beleza e à saúde.

A partir desse simbolismo, o homem continua a inventar as mais diversas maneiras de consumir frutas: em sucos, sorvetes, biscoitos, iogurtes, bebidas alcoólicas e não-alcoólicas, doces os mais diversos, como também em xampus e cremes de beleza, sempre no intuito de se apropriar do gosto peculiar ou das propriedades saudáveis de cada fruta. Porém, nada supera o prazer de degustar uma fruta ao natural.

Para estar disponível dessa forma, a fruta exige um complexo sistema de plantio, condução, colheita, tratamento pós-colheita, armazenagem, transporte e exposição nos pontos de venda. Todo o sistema tem por objetivo lidar com o seu alto nível de perecibilidade e fragilidade intrínseco. Não é à toa que apenas 10% da produção frutícola chegam às mãos do consumidor em sua forma natural, sem processamento industrial.

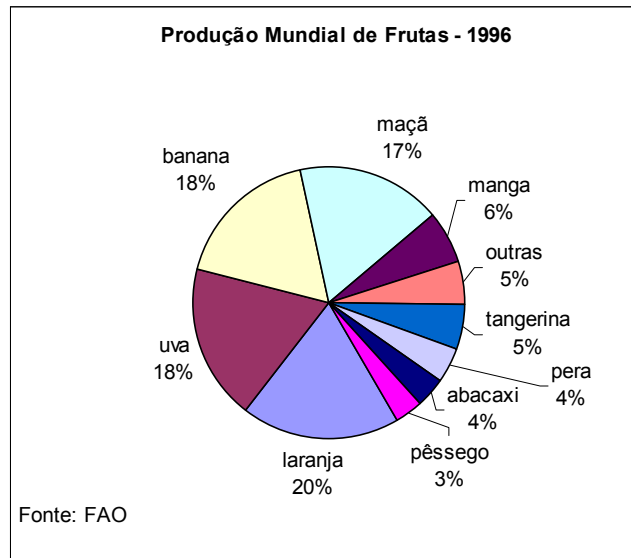
A potencialidade da fruticultura brasileira, especialmente a irrigada, é inquestionável. Porém, os gargalos em cada uma das fases, da produção à comercialização, ainda esperam soluções adequadas, apesar de detectados há longo tempo.

Este trabalho traça um panorama do setor, com ênfase na produção de frutas para consumo *in natura*, especialmente no que concerne à comercialização, e procura apontar caminhos que dêem corpo ao potencial exportador da fruticultura brasileira.

## **Comércio Internacional**

Trata-se de um setor caracterizado por enorme diversidade de produtos, dos quais apenas uma pequena parcela é comercializada internacionalmente em larga escala. Uma vez que tamanha diversidade dificulta o levantamento estatístico, optamos por concentrar a análise nas frutas de consumo mais tradicional, ou seja, cítricos, maçã, uva, banana, pêra, abacaxi e pêssego.

**Gráfico 1**

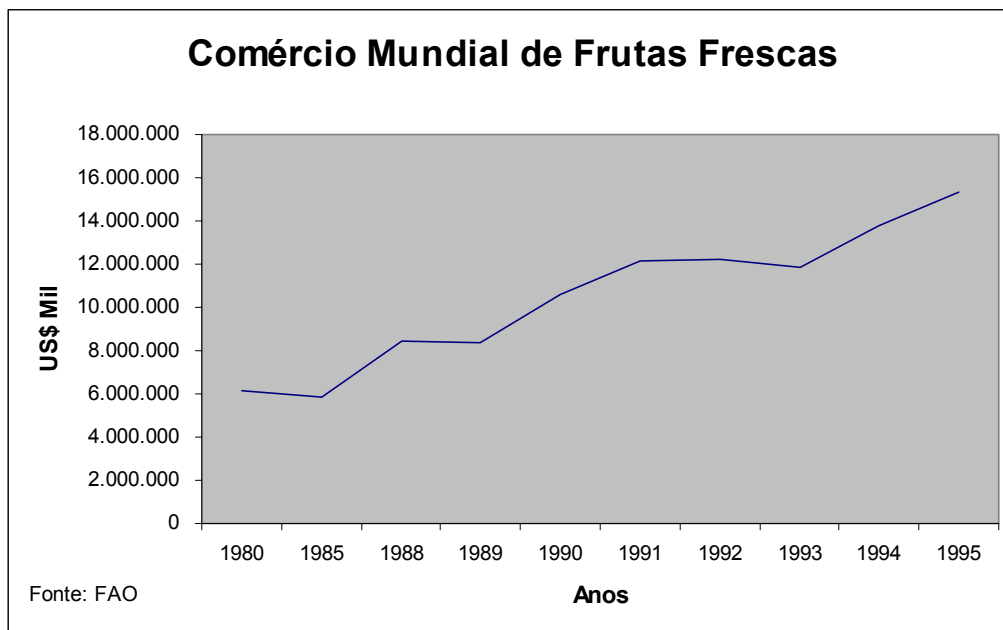


As frutas analisadas representam 84% da produção mundial, sendo que quatro delas - de clima temperado (maçã, uva, pêra e pêsego) - concentram 42%. Das frutas tipicamente de clima tropical, somente banana, abacaxi e manga têm produção significativa, representando 28% do total produzido no mundo.

### ***Evolução Recente***

O comércio internacional de frutas tem crescido rapidamente desde meados da década de 80. A taxa média de crescimento das exportações mundiais foi de 10% a.a. entre 1985 e 1995, registrando-se ligeira queda para 7,7% no período 1990/95.

**Gráfico 2**



De acordo com a OECD (1997a), frutas e nozes<sup>1</sup> formam a maior categoria de importações agroindustriais dos países da OECD e também a que mais cresceu no período 1980/82 a 1990/92. O valor total das importações desse grupo passou de menos de US\$ 10 bilhões para mais de US\$ 20 bilhões, incluindo produtos frescos (70%) e processados (30%). Dentre os produtos frescos, destacou-se a banana, com cerca de 30% das exportações totais e, dentre os produtos processados, o suco de frutas, responsável por metade das importações dessa categoria.

Além da crescente demanda por produtos naturais, o comércio internacional de frutas expandiu-se significativamente na década de 90 pela conjugação de vários fatores, dentre os quais se destacam [ver OECD (1996)]:

- esforços de aumento do valor das exportações pelos países em desenvolvimento – a queda de preços de *commodities* tropicais nos anos 80 levou à tentativa de diversificação produtiva como forma de sustentação da renda de países e produtores;
- movimento geral de liberalização comercial – a conclusão da Rodada Uruguai e a realização de acordos bilaterais e regionais têm contribuído para a redução das barreiras ao comércio internacional, embora estejam longe de eliminá-las;
- diversificação produtiva, que tem sido adotada como resposta à reforma da política agrícola, queda no suporte governamental e aumento da oferta nos dois hemisférios; e
- progresso técnico na armazenagem e no transporte - baixas temperaturas e método de atmosfera controlada resultam em aumento do período de armazenagem, redução de custos, pela menor exigência de tratamento pós-colheita, e melhoria da qualidade, pela possibilidade de colher a fruta tardiamente, mais madura.

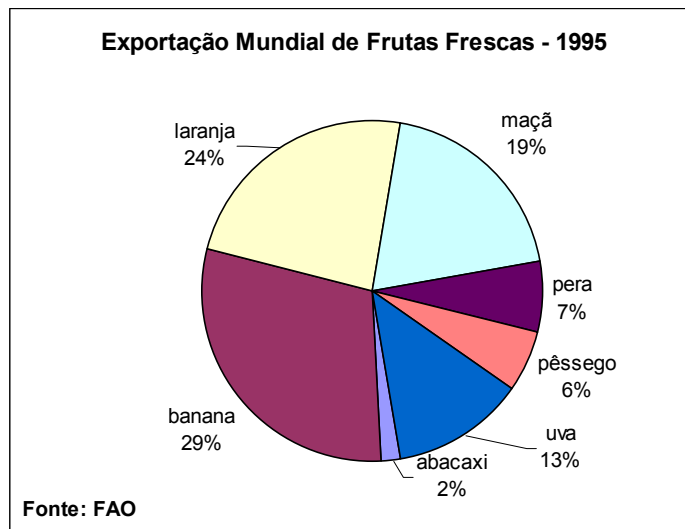
O comércio internacional é dominado por frutas de clima temperado, que são mais consumidas nos grandes mercados, como Europa e Estados Unidos, sendo que a banana apresentou a maior taxa de crescimento na década de 90 (11% a.a.) e o pêssego a menor (2% a.a.). A produção mundial dessas frutas é da ordem de 261 milhões de toneladas anuais, tendo como principais produtores a

---

<sup>1</sup> Nem sempre é possível abrir as categorias de classificação dos sistemas de comércio exterior.

China, o Brasil, os Estados Unidos e a Itália, que concentram cerca de 37% da produção mundial.

**Gráfico 3**



O crescimento médio da produção na década de 90 foi de 3% a.a., com destaque para a China, que no início da década era a quarta colocada no *ranking* e, com um crescimento médio de 20% a.a., atualmente suplantou os outros países, colocando-se como o principal produtor mundial de frutas. Outro país que se destaca com crescimento acelerado de sua produção é o Equador (12% a.a.), basicamente na produção de banana.

As frutas que tiveram maior expansão da produção foram pêra e maçã, com 7% e 6% de crescimento médio anual, respectivamente. Na produção de maçã, os países que apresentaram maior crescimento médio foram China (26%), Egito (50%) e Polônia (9%) e, na de pêra, China (14%), Chile (12%) e Egito (11%).

Menos de 10% da produção são comercializados internacionalmente em forma de fruta fresca, não existindo dados precisos disponíveis sobre o seu consumo nos mercados internos dos principais países produtores. A razão é que os dados refletem o volume de importação, porém não identificam a utilização das frutas, que, após internalizadas, podem ser utilizadas sob a forma de polpa, sucos frescos, sorvetes, doces ou outras formas industrializadas.

Tabela 1

## Principais Produtores e Exportadores Mundiais, por Fruta

	Abacaxi		Banana		Laranja		Maçã		Pêra		Pêssego		Uva	
	País	%	País	%	País	%	País	%	País	%	País	%	País	%
<b>Produtores</b>	Tailândia	17	Índia	18	Brasil	37	China	30	China	43	China	22	Itália	16
	Filipinas	13	Brasil	10	Estados Unidos	18	Estados Unidos	9	Itália	7	Itália	16	França	13
	Brasil	9	Equador	10	México	6	França	5	Estados Unidos	5	Grécia	10	Estados Unidos	9
	China	7	China	6	China	4	Alemanha	5	Espanha	4	Estados Unidos	9	Espanha	8
<b>Exportadores</b>	Costa Rica	20	Equador	17	Espanha	49	França	17	Argentina	13	Itália	43	Itália	22
	Bélgica/Luxemburgo	15	Bélgica/Luxemburgo	16	Estados Unidos	10	Estados Unidos	14	Holanda	13	França	13	Chile	18
	Costa do Marfim	14	Costa Rica	12	Marrocos	5	Itália	10	Bélgica/Luxemburgo	12	Estados Unidos	8	Estados Unidos	18
	França	14	Colômbia	9	África do Sul	4	Holanda	9	África do Sul	11	Chile	7	Holanda	6

Fonte: FAO.

Os maiores exportadores de frutas frescas são Espanha, Estados Unidos, Itália, Holanda, França e Equador, que concentram 54% do valor comercializado. Holanda/Bélgica/Luxemburgo e França atuam como entrepostos para a Europa, a qual participa com 47% das exportações, enquanto a América tem uma participação de 36%.

No que se relaciona à importação, Alemanha, Estados Unidos, Inglaterra e França absorvem 42% do comércio internacional de frutas frescas, sendo que a Alemanha é a maior importadora (16%), seguida dos Estados Unidos (11%).

O maior caso de especialização é o da Espanha, que abastece o mercado com a laranja de mesa, nicho específico, uma vez que a maior parte da laranja no mundo destina-se à indústria para a produção de suco (caso típico do Brasil). A Espanha - responsável por 49% do abastecimento mundial de laranja - é o maior exportador mundial de frutas frescas. Muito embora sua produção venha decrescendo a uma taxa de 2% a.a., a exportação aumentou em 5% a.a. na última década.

Outro caso de especialização é o do Equador - terceiro maior produtor de banana -, que só participa no comércio mundial de frutas com este produto, sendo o maior exportador e detendo cerca de 17% do abastecimento da fruta fresca mais comercializada no mercado. Com esta atividade, o Equador é o quarto maior exportador mundial de frutas frescas, e sua produção tem crescido a uma taxa de 2% a.a., enquanto a exportação se situa em 12% a.a.

Os Estados Unidos são o maior exemplo de diversificação, participando com destaque em todos os mercados analisados: importação, exportação e produção (nesse último caso, com exceção da banana). Salienta-se a inversão da situação norte-americana quanto à laranja, cuja produção cresceu a uma taxa de 7% a.a., enquanto a importação diminuiu (13% a.a.) e a exportação aumentou (11% a.a.), num mercado que evoluiu à taxa de 5% a.a.

A Holanda funciona neste mercado, como em vários outros, como entreposto comercial, não atuando no comércio de laranja de mesa, pêssego e uva, mercados dominados por outros países europeus e pelos Estados Unidos. Nos mercados onde atua, aumentou o valor de suas exportações a uma taxa de 39% a.a.

A França também participa como entreposto para colocação de abacaxi e banana na Europa. No caso do abacaxi, é nítida a estratégia de aumento de importações para reexportação e, no da banana, o aumento da participação no comércio internacional parece ser determinado pela diminuição do consumo interno, posto que as importações mantiveram-se no mesmo patamar.

Outro exemplo que merece destaque é o da China, que vem aumentando significativamente sua produção das frutas mais comercializadas



internacionalmente, ou seja, banana (13% a.a.), laranja (7% a.a.), maçã (26% a.a.), pêra (14% a.a.) e pêssego (15% a.a.). Embora o país tenha aumentado a importação de pêssego (29% a.a.) e não seja superavitário em maçã, o aumento da produção total (18% a.a.) e da participação no abastecimento mundial (12% a.a.) sugere uma estratégia de reposicionamento como supridor do mercado mundial, especialmente de frutas de clima temperado (maçã e pêra) e de laranja de mesa.

Com relação à Argentina, suas exportações aumentaram 11% a.a. em função do Mercosul (especificamente Brasil), embora tenha diminuído a produção total. A melhor remuneração induziu a formação de novos pomares, que ainda não entraram em produção comercial.

No caso da pêra, os dados indicam novos mercados abertos para a África do Sul, que, embora tenha aumentado a produção à razão de 2% a.a., apresentou um incremento na exportação de 14% a.a. O fim do boicote ao regime de *apartheid* praticado no país explica boa parte do crescimento da década de 90.

Já o Chile, mesmo com um aumento considerável da produção (12% a.a.), viu suas exportações totais de frutas diminuírem a uma taxa de 5% a.a., em virtude de preços menores no mercado europeu.

### ***Principais Características***

De forma sintética, é possível definir as principais características do comércio internacional de frutas frescas e suas tendências. Note-se que vários dos fatores se aplicam a outros produtos alimentares, frescos ou processados.

### **Predominância de Frutas de Clima Temperado**

As principais frutas comercializadas e consumidas no mundo são laranja, maçã, uva, banana, pêssego, pêra e abacaxi. Destas, banana, pêra e abacaxi são mais consumidas sobretudo *in natura* e laranja e maçã em forma de suco, enquanto a maior parte da uva é transformada em vinho ou suco e o pêssego em néctar e compota. Explica-se dessa forma por que os maiores produtores não são os maiores exportadores dessas frutas *in natura* (excetuando-se a Itália, que é a maior produtora de uva e também a maior exportadora).

Não obstante a preferência pelas frutas tradicionalmente consumidas na Europa e nos Estados Unidos, têm crescido nos últimos anos as importações do chamado grupo de frutas exóticas, tipicamente de clima tropical, como goiaba, manga, mamão e kiwi.

De acordo com a FAO [citada em *Agra Europe* (jun. 1998, p. 3)], o consumo mundial de frutas de clima tropical deve aumentar cerca de 40% entre 1995 e 2005, o que equivale a uma taxa de crescimento de 3,5% a.a. Tal crescimento

deve ser acompanhado pela oferta, mas os preços podem ser pressionados para baixo por causa da intensa concorrência entre os exportadores.

A maior parte da produção de 56 milhões de toneladas (dados de 1997) é destinada ao consumo interno dos países produtores. Manga (40%), abacaxi (23%), mamão papaia (9%) e abacate (4%) são os principais produtos. O comércio internacional absorveu apenas 1,8 milhão de toneladas em 1996, o que representa cerca de 3% da produção.

Para que o potencial de crescimento seja realizado, a FAO sugere ações para aumentar a eficiência produtiva e distributiva da cadeia. Melhorias nas embalagens, no transporte e na comercialização são fundamentais, além do estabelecimento de alianças estratégicas pelos exportadores, de forma a assegurar aceitação, ampla difusão e distribuição eficiente de seus produtos.

### **Importações Concentradas nos Estados Unidos e na Europa**

A demanda por frutas frescas está concentrada na Europa e nos Estados Unidos, que absorvem, respectivamente, cerca de 60% e 11% das importações mundiais. Os mercados europeu e norte-americano são bastante dinâmicos, destacando-se como grandes produtores e grandes exportadores de frutas frescas. Como estão localizados em zonas temperadas, é natural a preferência por frutas de características próximas à tradição cultural de seu mercado interno, o que também influencia o restante do mercado mundial. Assim, somente banana e abacaxi, dentre as frutas mais consumidas, não são tipicamente de clima temperado.

### **Elevados Requisitos de Qualidade**

As crescentes exigências de qualidade traduzem-se em padronizações que hoje já ultrapassam os limites nacionais, em função da globalização dos mercados. Elas podem ser divididas em duas vertentes:

- quanto ao valor intrínseco da fruta: aspecto, sabor e coloração, de maneira a dar a previsibilidade que respeite a escolha do consumidor; e
- quanto à forma de comercialização: uniformidade (tamanho e formato), que tem importância para os processos de embalagem, transporte e exposição, bem como para os efeitos de melhor visualização do consumidor; e sanidade, que determina a minimização de perdas.

### **Grande Importância de Regulações Fitossanitárias**

O comércio internacional de produtos alimentares é fortemente condicionado por vários mecanismos de regulação fitossanitária. Preocupados com possíveis efeitos sobre consumidores e, especialmente, sobre suas regiões produtoras, quase todos os países impõem restrições ao trânsito de alimentos.

No caso de produtos frescos, as preocupações são redobradas, pois um lote infectado pode pôr a perder esforços de erradicação de pragas ou doenças que levaram anos e custaram milhões de dólares. Note-se que os países com regras e instituições de controle mais rigorosas são justamente os grandes importadores – Estados Unidos, União Européia e Japão –, o que torna extremamente seletivo o acesso de novos exportadores aos fluxos de comércio internacional.

### **Relevantes Barreiras Protecionistas**

Além das restrições sanitárias, as frutas enfrentam uma série de barreiras tarifárias e não-tarifárias nos países desenvolvidos. Entre os instrumentos utilizados por alguns dos maiores importadores estão: exigências de qualidade mínima; acordos de privilégio para certas regiões (caso do comércio de bananas entre a União Européia e algumas ex-colônias); importação limitada durante o período de safra local; imposição de preços mínimos para as importações; e obrigatoriedade de licença prévia para os importadores.

Ainda que a Rodada Uruguai tenha determinado a tarificação de todas as barreiras, o comércio internacional de produtos agrícolas continua sendo um dos mais restritivos. Mesmo que no futuro as barreiras indevidas sejam removidas, o fato é que no momento prevalecem diversos fatores de limitação ao livre fluxo de mercadorias, o que reduz o potencial de crescimento das exportações de países não-tradicionais.

### **Estrutura Produtiva**

A produção é pulverizada nacional e regionalmente, de acordo com as condições de solo e clima a que cada variedade se adapta.

A fruticultura é exercida predominantemente, em quase todos os países, por pequenas e médias propriedades e, em virtude da intensidade no uso da mão-de-obra, muito maior que nas culturas de grãos, apresenta economias de escala relativamente limitadas. A utilização de mão-de-obra familiar é um dos grandes trunfos da pequena propriedade, permitindo tratamentos culturais especializados e conferindo flexibilidade de custos frente às variações de preços, pelo baixo dispêndio monetário.

A produção de frutas para exportação é baseada na pequena propriedade com sistema de comércio acoplado a grandes companhias ou estruturas governamentais, que organizam a colocação do produto no mercado internacional.

### **Presença de Grandes Empresas Exportadoras**

Alguns dos maiores participantes deste mercado têm faturamento que ultrapassa a marca de US\$ 1 bilhão. Para mencionar alguns: nos Estados Unidos, a Dole Foods (US\$ 4 bilhões) e a Chiquita (US\$ 2,4 bilhões em 1997). Segundo a

Rabobank International (1997), quatro *trading companies* detêm 80% do comércio mundial de frutas.

Tais empresas por vezes são produtoras e comercializadoras, mas há também organizações especializadas em comercialização, como os *boards* neozelandeses. A produção com frequência é realizada mediante contratos com produtores integrados, ainda que as grandes companhias de banana possuam relevantes áreas próprias. As atividades estendem-se da pesquisa de variedades à logística de transporte, passando pela definição de normas de qualidade e pela propaganda.

### **Crescimento da Parcela de Mercado das Modernas Cadeias de Varejo**

O setor de varejo está em franco processo de concentração no mundo. Supermercados e hipermercados ganharam fatias de mercado dos sistemas tradicionais de distribuição, como feiras e pequenas lojas. E, dentro do segmento de supermercados, a parcela das empresas líderes é crescente.

Este movimento aumenta as exigências para os fornecedores, em qualidade e prazos, apontando para uma redução da margem de lucro dos agentes intermediários e produtores. Como reação às dificuldades de negociação com os distribuidores, as grandes empresas exportadoras têm procurado controlar custos e reduzir o número de fornecedores. Outra estratégia é a realização de fusões para aumentar o porte e, em decorrência, o poder de barganha junto aos distribuidores.

### **Aumento do Volume e Redução da Sazonalidade da Oferta**

Embora a produção continue sujeita às limitações climáticas, salvo em algumas poucas regiões irrigáveis, verifica-se uma tendência de ampliação da oferta de frutas frescas para além dos períodos tradicionais de safra. Isso deriva da maior distribuição das áreas produtoras no mundo, em especial o crescimento da oferta de frutas de clima temperado pelo Hemisfério Sul, e dos avanços nas tecnologias de conservação, que estendem o tempo de armazenagem e de prateleira dos produtos perecíveis.

No caso dos produtos de clima temperado de contra-estação, quando a produção do Hemisfério Sul abastece os países do Norte na entressafra, o efeito das mudanças técnicas é a redução das chamadas “janelas” de mercado.

Além dessa tendência, o comércio internacional tem crescido mais que a produção total (7,7% contra 3% a.a. na década de 90), levando a um aumento da disponibilidade de produtos e a uma conseqüente pressão baixista sobre os preços, o que tende a reduzir as margens. Tome-se como exemplo a manga, cujos preços na Europa caíram 30% desde 1988 [*Agra Europe* (abr. 1998)], acompanhando o aumento de 66% no volume importado.

## **Demanda por Cestas de Produtos e por Novos Produtos**

As grandes cadeias de distribuição, no afã de aprimorar seus sistemas logísticos, reduzir custos e conquistar mais clientes, têm requerido o fornecimento de cestas de frutas, compostas por diferentes produtos. Assim, maximiza-se a utilização das instalações, com conseqüente queda do custo médio.

As empresas exportadoras procuram diversificar suas fontes de fornecimento para atender a esta tendência. Ampliam-se as oportunidades para as frutas tropicais, que passam a compor minoritariamente tais pacotes, logrando sua apresentação aos consumidores dos países desenvolvidos. Note-se, entretanto, que gostos mudam lentamente, mesmo com a intensificação do turismo internacional, e que a consolidação de uma nova fruta pode levar alguns anos.

A demanda por novos produtos tem gerado uma forte pressão pelo desenvolvimento contínuo de novas variedades, o que torna o esforço de pesquisa uma variável decisiva para assegurar competitividade. Ademais, o investimento na produção aumenta, pois é preciso renovar os pomares em períodos cada vez mais curtos, ainda que a produtividade não tenha começado a cair.

## **Logística**

Sendo um produto delicado, de rápido processo de amadurecimento e deterioração, a fruta fresca necessita de cuidados especiais de colheita, para evitar danos, seleção em ambientes controlados, embalagens adequadas, que impeçam a contaminação ou a deterioração, resfriamento, para retardar o amadurecimento, e armazenagem própria.

**Tabela 2**  
**Chile: Níveis de Preços na Cadeia de Comercialização de Produtos Hortifrutícolas - 1995**

(Em US\$ por Caixa de 10 kg)

<b>PREÇO NO MERCADO INTERNO</b>	<b>PREÇO RECEBIDO PELO PRODUTOR DE PRODUTOS EXPORTÁVEIS</b>	<b>PREÇO NO PORTO DE ORIGEM</b>	<b>PREÇO NO PORTO DE DESTINO</b>	<b>PREÇO NOS MERCADOS EXTERNOS</b>
7,8 (7%)	29,1 (26%)	56,0 (50%)	95,2 (85%)	112,0 (100%)

Fonte: Tejo (1997).

Obs.: As estimativas de Tejo são sobre a base de preço médio de produto tipo.

A Tabela 2 mostra que a cadeia de comercialização de produtos hortifrutícolas apresenta uma “escada de preços” muito acentuada. A cada “degrau” aumenta o valor do produto, em função dos serviços realizados em cada etapa e também do poder de mercado dos agentes econômicos. A maior diferença de preços é

verificada ainda no nível do produtor: os preços recebidos pelos produtos de exportação, que exigem mais qualidade e tratos culturais, podem ser quase quatro vezes maiores que os praticados no mercado interno. Daí em diante tornam-se cruciais os serviços de logística – transporte marítimo refrigerado, desembarque, armazenagem, corretagem e distribuição ao varejo.

Do ponto de origem ao consumidor final o preço pode dobrar. Embora não esclareça as margens líquidas de cada etapa, a tabela sugere que uma estratégia de verticalização parece fazer sentido – afinal, mais de 70% do valor final é agregado fora da fazenda. Não é outra a razão para a montagem de sofisticados sistemas logísticos pelas grandes empresas exportadoras no mundo.

### **Balança Comercial Brasileira**

As transações externas brasileiras de frutas frescas caracterizam-se pela exportação de frutas de clima tropical e pela importação de frutas do clima temperado, as quais têm produção pequena no país. A maçã é exceção, pois, além de ter uma produção significativa, encontra espaço para exportação.

O portfólio das exportações brasileiras é composto principalmente de laranja, melão, manga e banana, que representaram dois terços do valor exportado na atual década de 90. Depois de crescerem 165% entre 1990 e 1993, as exportações recuaram 16% até 1997, trajetória que se verificou com todas as frutas, exceto mamão, que apresentou crescimento constante na pauta de exportação, com perspectivas de mudança de patamar com a liberação do mercado norte-americano a partir de 1998.

**Tabela 3**

#### **Exportações Brasileiras de Frutas Frescas – 1990/97**

(Em US\$ Milhões)

<b>FRUTAS FRESCAS</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>
Laranja	18	21	18	18	27	29	20	23
Melão	8	16	16	31	29	16	25	21
Manga	3	5	7	20	16	22	29	20
Banana	8	18	17	15	11	4	6	8
Maçã	2	2	21	12	15	6	2	11
Uva	2	6	8	15	8	10	6	5
Abacaxi	3	5	5	10	7	4	4	4
Mamão	2	2	2	3	4	4	5	7
Tangerina	1	2	2	2	2	3	3	5
Figo	1	1	1	1	1	1	2	2
Goiaba	0	0	0	0	0	0	0	0
Outras Frutas	2	3	4	4	3	2	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>81</b>	<b>101</b>	<b>130</b>	<b>123</b>	<b>102</b>	<b>105</b>	<b>109</b>

Fonte: Secex.

Banana, maçã e uva apresentaram *performances* irregulares, sendo que a banana vem perdendo importância na pauta de exportações desde 1993. Maçãs e pêras, que representavam três quartos das importações brasileiras de frutas frescas até 1994, diminuíram sua participação relativa para dois terços a partir de 1995, embora tenha dobrado o valor das importações. Esta diminuição relativa deve-se ao aumento das importações de uvas, ameixas e kiwis. Já a produção brasileira de maçãs, embora tenha crescido nas duas últimas décadas, não conseguiu acompanhar o aumento da demanda no mercado interno.

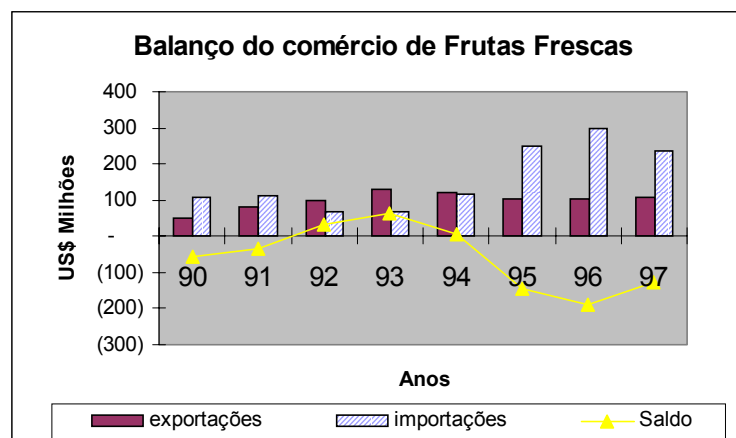
**Tabela 4**

<b>Importações Brasileiras de Frutas Frescas – 1990/97</b>								
(Em US\$ Milhões)								
<b>Frutas Frescas</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>
Maçã	45	55	29	24	48	88	87	57
Pêra	38	34	25	26	35	77	98	92
Uva	12	10	4	4	8	20	32	26
Ameixa	6	8	6	6	11	21	29	23
Nectarina	2	1	2	1	3	6	10	8
Pêssego	0	1	1	1	2	7	10	7
Cereja	1	2	1	1	3	5	7	4
Kiwi	-	-	-	-	-	-	-	14
Outras Frutas	3	3	2	4	9	24	24	5
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>114</b>	<b>70</b>	<b>68</b>	<b>119</b>	<b>248</b>	<b>296</b>	<b>237</b>

Fonte: Secex.

Sendo a fruta fresca um produto de alta elasticidade-renda, o crescimento do poder de compra da população brasileira reflete-se na balança comercial do setor, principalmente no que se refere à flutuação das importações e à disponibilidade de frutas para exportação.

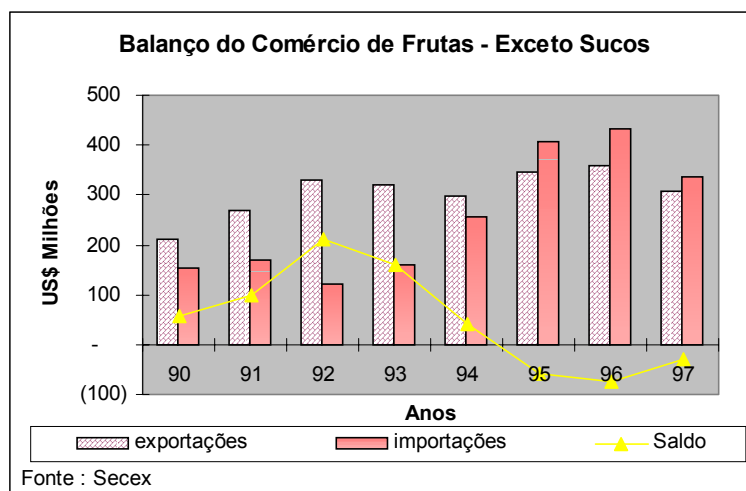
**Gráfico 4**



Como pode ser observado no Gráfico 4, a balança comercial mostra-se negativa na maior parte do período. A implementação do Mercosul, a abertura comercial e os efeitos do Plano Real (valorização da moeda e melhoria do poder aquisitivo da população) explicam o crescimento acelerado das importações a partir de 1994. O valor médio passa de US\$ 90 milhões/ano (1990/93) para US\$ 225 milhões/ano (1994/97), o que significa crescimento de 150%.

Além de frutas frescas, o país exporta quantidades significativas de castanhas de caju e de castanhas-do-pará e importa nozes e frutas secas (uvas, ameixas, damascos e figos), com saldo positivo nesse segmento. No balanço geral do comércio de frutas,<sup>2</sup> excetuando-se os sucos, o Brasil manteve superávit até 1995, quando o aumento significativo das importações de maçãs, pêras, uvas e ameixas inverteu o saldo em virtude do crescimento da demanda interna.

**Gráfico 5**

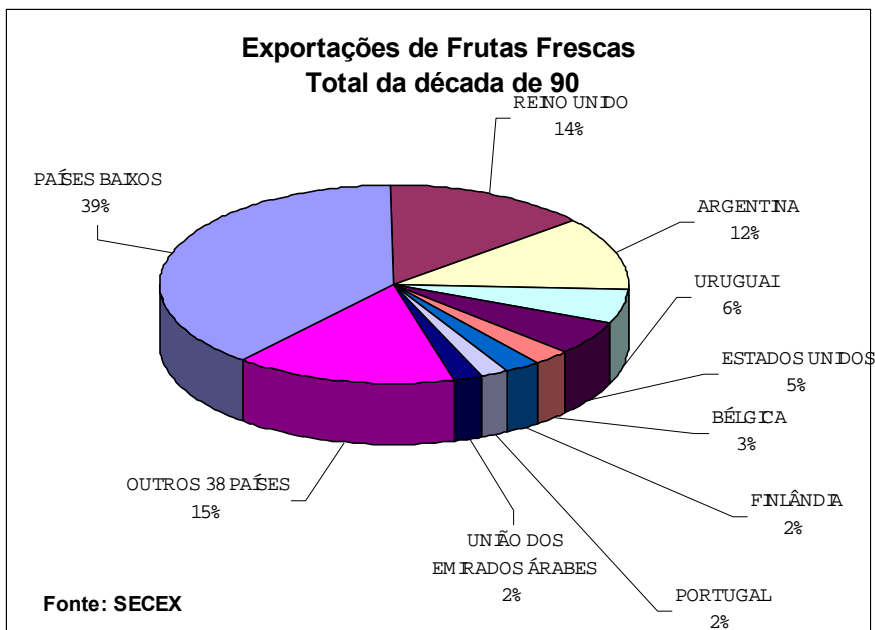


<sup>2</sup> No balanço do comércio de frutas excluem-se os sucos em função do alto volume de suco de laranja comercializado anualmente, o que distorceria a visão do setor, posto que a citricultura trilhou caminhos bastante diferenciados, recebendo tratamento de *commodity*.



Quanto ao destino das exportações, nota-se grande concentração no mercado europeu, que chega a absorver 63% das frutas brasileiras, seguido pelo Mercosul, com 18%. O maior importador é a Holanda, que, como em outros produtos, funciona como centro distribuidor para a Europa. O maior consumidor que importa diretamente para o seu consumo é o Reino Unido, seguindo-se a Argentina e o Uruguai.

**Gráfico 6**



As frutas frescas importadas são provenientes basicamente de três países, que respondem por 90% do total: Argentina (pêras, maçãs e ameixas), Chile (uvas, ameixas e kiwis) e Estados Unidos (pêras e maçãs). A Argentina, sozinha, é responsável por cerca de 55% do fornecimento.

Em resumo, o Brasil é um país marginal no comércio mundial de frutas frescas, embora seja o segundo maior produtor do mundo. Apenas o melão é exportado em volumes relevantes: cerca de 42% da produção em 1997, de acordo com a Secex (1998, p. 7). Quanto às demais frutas, o coeficiente de exportação não ultrapassa 3%.

Além disso, as empresas brasileiras de exportação, quando comparadas com as líderes mundiais, movimentam valores muito reduzidos. Embora o grau de concentração seja elevado, isto é, poucas empresas respondem pela maior parte do comércio, seu faturamento é insuficiente para financiar o estabelecimento de sistemas logísticos que lhes garantam competitividade internacional em larga escala (Tabela 5).

**Tabela 5**

**Grau de Concentração e Faturamento da Maior Empresa Exportadora Brasileira, por Fruta - 1997**

<b>Fruta</b>	<b>Grau de Concentração CR 3 (%)</b>	<b>Faturamento na Exportação (US\$ Milhões)</b>
Abacaxi	40	0,7
Banana	51	1,9
Laranja	85	13,5
Maçã	53	3,0
Mamão	72	3,3
Manga	34	3,2
Melão	62	9,1
Uva	26	0,6

Fonte: Secex.

### **Instituições de Comércio Exterior**

A concorrência no mercado internacional de frutas frescas é cada vez maior. Embora o consumo cresça, a oferta tem-se expandido rapidamente, seja através de fornecedores tradicionais, seja pela entrada de novos exportadores. A competitividade parece depender crescentemente da montagem de sistemas de comercialização eficientes, incluindo agentes privados e públicos.

Nesta seção são apresentadas algumas idéias sobre as demandas da fruticultura em termos de organização da cadeia internacional. Sugere-se que produtores isolados têm dificuldades quase intransponíveis de acesso ao mercado externo, em função da natureza do próprio setor. Para suprir tais deficiências, os governos de vários países montaram sofisticados sistemas de apoio ao setor privado e alguns chegaram a desenvolver esquemas públicos de comercialização.

### **Falhas de Mercado**

A fruticultura é vítima de uma clássica falha de mercado – assimetria de informações. Nem sempre o mercado fornece todas as informações necessárias para decisões fundamentadas de produtores e consumidores. Isto significa que um país talvez exporte menos do que poderia pelo simples fato de os produtores desconhecerem as características fundamentais da demanda externa, que às vezes não se manifestam sob a forma de lucros mais altos.

Nesse ponto a fruticultura compartilha os mesmos problemas das pequenas e médias empresas (PME) de todo o mundo. Como o custo de gerar e analisar informações sobre o mercado externo geralmente excede a capacidade financeira das PMEs, elas tendem a subexportar. Assim, no caso brasileiro, a preferência pela Ceagesp pode refletir uma avaliação incompleta do mercado internacional e não a falta de competitividade dos produtores locais.

Outra falha que parece acometer a fruticultura nacional e dificultar seu esforço exportador é a existência de mercados incompletos. Diz-se que um mercado é incompleto quando a oferta é inferior à demanda, embora os preços sejam remuneradores. A fruticultura padece de problemas associados a mercados complementares, quando a oferta de um produto é prejudicada pela suboferta do seu complementar (um exemplo típico seria a complementaridade entre café e açúcar ou adoçante).

As deficiências de serviços de logística encaixam-se nesse caso. Parte da produção nacional não é exportada porque a oferta de serviços de transporte e comercialização é insuficiente e, portanto, cara. E a logística não se desenvolve porque a escala é pequena.

A rigor, trata-se de um problema de coordenação, pois o volume de cada firma individual é reduzido, mas o compartilhamento de serviços por várias firmas poderia contribuir para racionalizar o transporte e a armazenagem, aumentando o poder de barganha e contribuindo para diminuir os custos. Até agora não há justificativa razoável para a ausência de um porto fruteiro no Nordeste – Natal, Cabedelo e Suape concorrem por cargas escassas e dessincronizadas. A concorrência entre portos seria ótima para os produtores se estes pudessem escolher entre alternativas eficientes. O uso compartilhado de instalações frigoríficas enquadra-se nessa mesma categoria. Entretanto, como nenhum serviço de logística conseguiu escala compatível com custos baixos, o resultado é penoso para todos.

### ***Das Falhas de Mercado ao Papel do Governo***

Para compensar as falhas de mercado, minimizando a ineficiência delas decorrente, os governos costumam montar sistemas de apoio à atividade privada. Geração e difusão de informações sobre mercados, financiamento à exportação, pesquisa de variedades e sistemas de defesa sanitária são áreas em que os governos precisam atuar, seja porque o setor privado não consegue prover os

serviços, seja porque a oferta da iniciativa privada é insuficiente (e a ação do Estado é complementar).

Tomemos como exemplo uma amostra restrita dos instrumentos mobilizados pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA):

- desde 1915 o USDA provê informações diárias sobre preços e volumes comercializados em várias cidades dos Estados Unidos e do mundo, de forma a aumentar a transparência na formação de preços; o mercado nem sempre oferece tais informações a custos compatíveis, o que fragiliza a posição negocial dos vendedores de produtos perecíveis;
- o primeiro sistema de padrões de qualidade foi estabelecido em 1917 para as batatas, hoje abrangendo 158 padrões para 85 produtos frescos; com isso, o governo rebaixa o custo de transação nesses mercados, pois minimiza as divergências quanto aos atributos dos produtos;
- em 1930 foi estabelecido o Ato de Produtos Agrícolas Perecíveis, que proíbe práticas fraudulentas e injustas de comercialização, define um método de resolução de controvérsias entre comprador e vendedor e tenta minimizar para o fornecedor os efeitos da falência do comprador; e
- acordos de comercialização entre grupos de produtores foram autorizados em 1937, passando a regular compulsoriamente qualidades e quantidades de vários produtos em várias regiões, sob a supervisão dos técnicos do USDA.

A União Européia mobiliza mecanismos semelhantes a estes. Lembremos apenas dos esquemas de retirada de produtos para regulação de preços, além da atribuição de vários privilégios às organizações de produtores.

A intervenção não se restringe aos mercados nacionais, mas alcança também o comércio internacional. Acordos de preferência, fixação de padrões de qualidade, quarentenas, licenças de importação, cláusulas de salvaguarda e preços de referência são utilizados pelos Estados Unidos e/ou pela União Européia para proteger, aberta ou veladamente, seus mercados. Para desespero dos economistas liberais, tais políticas vão bem além do recomendado pela constatação das falhas de mercado. Entretanto, os repetidos alertas quanto ao excessivo custo fiscal dessa intervenção e os impactos negativos sobre o bem-estar dos consumidores não têm surtido o efeito esperado.

A Tabela 6 apresenta as principais políticas adotadas pela União Européia e pelos Estados Unidos para o setor hortifrutícola.

**Tabela 6**  
**Principais Políticas Públicas de Apoio ao Setor Hortifrutícola nos Estados Unidos e na União Européia**

	<b>Estados Unidos</b>	<b>União Européia</b>
<b>Medidas Domésticas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Controle de Quantidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ordenações de Mercado</li> <li>Ato de Compra de Mercadorias Agrícola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquema de Retirada</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Controle de Qualidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ordenações de Mercado</li> <li>Padrões de Qualidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Padrões de Qualidade</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustentação de Renda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquema de Retirada (Compensação Financeira Paga a Associações de Produtores)</li> </ul>
<b>Medidas de Comércio</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ajuda a Exportadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquemas de Garantia de Crédito de Exportação</li> <li>Esquemas de Promoção de Exportação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reembolso de Exportação</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Proteção contra Importações</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taxas Alfandegárias</li> <li>Quarentena</li> <li>Padrões de Qualidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquema de Preço de Referência</li> <li>Taxas de Importação</li> <li>Licenças de Importação</li> <li>Cláusulas de Salvaguarda</li> <li>Padrões de Qualidade</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Acordos de Comércio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Omnibus Trade and Competitiveness Act"</li> <li>Sistema Generalizado de Preferências</li> <li>Iniciativa pela Bacia do Caribe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema Generalizado de Preferências</li> <li>Convenção de Lomé</li> </ul>
<b>Medidas Relacionadas à Produção</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerenciamento de Oferta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ajuda a Indústrias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sim</li> </ul>

Para além da construção de obstáculos, muitos países adotaram políticas de fomento à exportação. Um exemplo típico são os países do Hemisfério Sul que lograram se qualificar como fornecedores mundiais de primeira linha nas últimas décadas, como o Chile, a África do Sul e a Nova Zelândia, que não economizaram na montagem de sistemas de apoio à atividade, visando contornar as dificuldades de inserção em mercados complexos.

A África do Sul e a Nova Zelândia, talvez por herança comum, apostaram na constituição de instituições públicas de comercialização, através dos *boards*. O sistema sul-africano foi constituído em 1939, com a criação do Deciduous Fruit Board, que detinha o poder monopolístico de comercialização externa, além de regulamentação e controle de qualidade. Na década de 80 o Board decidiu comissionar a Universal Frustrate Cooperative (Unifruco) como agente exclusivo para as exportações. Embora tenha sido abolido em 1997, o sistema legou uma posição privilegiada à Unifruco, que hoje detém cerca de 85% das exportações de frutas sul-africanas.

A Nova Zelândia também organizou a comercialização externa sob a égide do Estado, através do sistema de *boards* por frutas, cujos principais são os do kiwi e da maçã e da pêra. A legislação que regula o setor permitiu, a pedido de produtores e exportadores, o estabelecimento dos *boards* por produto, que, uma vez constituídos, adquirem poder de monopólio sobre as exportações, de forma a aumentar o poder de barganha no mercado internacional e a assegurar a qualidade do produto neozelandês. De acordo com a OECD (1997b, p. 20), “ambos os *boards* são reconhecidos por suas políticas de comercialização fortes e bem-sucedidas, baseadas na padronização da qualidade, diferenciação de produtos e serviços aos compradores, particularmente aos grandes varejistas”.

Uma característica comum às duas experiências foi o estabelecimento de marcas reconhecidas internacionalmente, que permitem ainda hoje a obtenção de prêmios sobre os preços de referência.

Nos últimos anos, os sistemas estatais têm sido revistos e reformulados, seja por não se adequarem plenamente às regras da Organização Mundial do Comércio (OMC), seja por serem considerados caros para os países. Seus princípios básicos, não obstante, parecem perfeitamente adequados às características do mercado mundial.

No Chile, predominaram os sistemas privados de comercialização, tanto de capitais locais quanto de grandes grupos internacionais. O governo, entretanto, assumiu um papel ativo na pesquisa de variedades e no aprimoramento gerencial dos produtores - através da Fundação Chile -, no financiamento - através da Corporação de Fomento da Produção (Corfo) - e na defesa fitossanitária, além da

geração de informações sobre os principais mercados importadores - através da Direção de Promoção de Exportação (Prochile). A assinatura do Acordo Fitossanitário<sup>3</sup> com o USDA removeu importantes obstáculos práticos para o aumento das exportações.

Em resumo, a intervenção governamental tem grande influência no comércio internacional de frutas, seja criando obstáculos, seja perseguindo uma agenda positiva, de fomento à competitividade. Em qualquer dos casos, a posição de países desaparelhados em ambas as dimensões torna-se mais difícil.

No caso brasileiro, às dificuldades externas se agregam nossas deficiências. A intervenção governamental no Brasil concentrou-se historicamente nos grãos, deixando de lado os hortifrutigranjeiros, os quais receberam algum apoio na área de pesquisa, irrigação e comercialização – este último através da malsucedida experiência das Centrais de Abastecimento (Ceasa) –, mas ficaram à margem dos sistemas de financiamento, garantia de preços e estoques reguladores.

Os modelos de crédito utilizados para a fruticultura são os mesmos colocados à disposição dos produtores de grãos e não levam em consideração o tempo de maturação da atividade frutícola. A adaptação dos empreendimentos a esta realidade exige um nível de capitalização maior do que em outras atividades, ou subsídios financeiros, o que explica, em parte, o excessivo endividamento das empresas do setor e as constantes reivindicações de subvenção.

Não há ação organizada do Estado brasileiro para a fruticultura em praticamente nenhuma das falhas de mercado mencionadas, o que se torna ainda mais dramático quando se constata a extensão e a sofisticação dos instrumentos mobilizados por europeus e norte-americanos, dificultando significativamente o esforço exportador.

## **Brasil: Um Balanço dos Diagnósticos e Propostas**

Sem dúvida, a potencialidade da fruticultura no Brasil é animadora. O tamanho da produção, a diversidade, o clima e a época estratégica das safras apontam para a possibilidade de inserção no mercado internacional com vantagens comparativas. Porém, a fruticultura nacional de exportação não decolou no segmento de frutas frescas. Não se conseguiu implantar um modelo sustentável de produção e comercialização, muito embora os diagnósticos não apresentem grandes disparidades.<sup>4</sup> A seguir, apresentamos quadros-síntese agrupados de acordo com os temas principais.

---

<sup>3</sup> Não se deve desprezar a excepcional posição geográfica da região produtora chilena, protegida por barreiras naturais (Cordilheira a Leste, Pacífico a Oeste e deserto de Atacama ao Norte). Foi preciso apenas montar rigorosos sistemas de vigilância de fronteiras para garantir a sanidade dos produtos.

<sup>4</sup> Foram analisados os seguintes diagnósticos feitos no período 1986/98: 1) Carvalho Jr. (1986); 2) BNDES (1994); 3) Ibraf (1996); 4) Ministério da Agricultura e do Abastecimento (1996 e 1997); 5) Banco do

## Vantagens

Item/Diagnóstico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ
Condições Climáticas	x			x		x	x		x	x	6
Possibilidade de Colocação na Entressafra		x		x				x		x	4
Grande Consumo de Produtos Frescos na Comunidade Européia e nos Estados Unidos	x	x						x	x		4
Boa Aceitação das Frutas de Clima Tropical	x							x		x	3

As vantagens climáticas referem-se à existência de climas diversos no país, que proporcionam condições de produção a todos os tipos de frutas, tanto de clima tropical quanto temperado, possibilitando produzir frutas durante o ano todo. O clima do semi-árido é particularmente interessante, único no mundo, seja pela alta insolação, favorável ao desenvolvimento frutícola, permitindo um alto índice de produtividade e reduzindo o tempo de colheita, seja pela diminuição da incidência de pragas, em função da baixa umidade, que, conseqüentemente, reduz o uso de agrotóxicos.

A colheita brasileira de frutas de clima temperado ocorre no período de entressafra no Hemisfério Norte, abrindo assim a possibilidade de colocação da nossa produção nesse mercado. Isso vem acontecendo em pequena escala porque a produção brasileira ainda é menor que a capacidade de absorção do mercado interno. Por esses motivos, a produção de frutas de clima temperado tem um duplo desafio: atingir níveis que permitam suprir o mercado interno e produzir excedentes para exportar no período de entressafra do Hemisfério Norte.

Nesse particular, o mercado interno é encarado como a grande fronteira, com imenso potencial não explorado, e o mercado externo como sustentáculo de uma produção em larga escala e fomentador do estabelecimento de logísticas eficientes. Outro desafio da fruticultura brasileira é aproveitar o potencial crescente dos mercados europeu e norte-americano.

O aumento da perspectiva de vida e a maior preocupação com a produção de alimentos saudáveis, com baixo teor de gorduras e colesterol e alta concentração de vitaminas e sais minerais, o que fez surgir a chamada “geração saúde”, conferem ainda mais importância ao hábito, já consolidado entre os europeus e norte-americanos, de consumir produtos *in natura*. Isso abre a perspectiva de colocação adicional de frutas frescas nesses mercados, sejam as tradicionais ou as chamadas exóticas (nas quais o Brasil tem grande potencial de produção), e que encontram boa receptividade quando experimentadas.

A partir desta década, o setor frutícola passou a ser visto no Brasil como uma atividade comercial, iniciando um movimento de modernização, embora com todos

---

Nordeste do Brasil (1996); 6) Dantas (1997); 7) Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (1998); 8) Neves (1998); 9) Federação de Agricultura do Estado de Minas Gerais (1997); e 10) Gonçalves *et alii* (1995).



os entraves apresentados nos diagnósticos. Estes apontam outras vantagens importantes, como, por exemplo: a alta geração de emprego e renda promovida pelo setor e os efeitos multiplicadores em termos econômicos e sociais; o grande suprimento de água no Nordeste, apesar dos baixos índices pluviométricos; o aquecimento do mercado interno; e a atuação das multinacionais no mercado de sucos e polpas voltadas para o mercado interno e o Mercosul, demonstrando interesse no potencial de consumo de uma população de 200 milhões de pessoas.

Também é apontado o aumento do consumo mundial de frutas frescas e hortaliças, crescendo a taxas elevadas e com previsão de duplicação até 2010, bem como o aumento de 25% no consumo de congelados e sucos no mesmo período. Está incluída nessa previsão o aumento de 5% no consumo de frutas de clima tropical.

A fruticultura é colocada como o principal segmento de transformação e processamento em plena revolução na industrialização de alimentos na década de 90. A mudança na forma de apresentação ao consumidor, evoluindo da mera disponibilidade de produtos *in natura* e passando a utilizar os avanços da tecnologia de conservação, embalagem e transporte, possibilita a disponibilização de frutas e hortaliças frescas em locais distantes da produção e com condições de qualidade.

A respeito do mercado interno e suas inter-relações com o padrão do mercado externo, é apontado nos diagnósticos não só o potencial desse mercado, dado o seu tamanho, mas também a possibilidade de adaptar suas exigências e gostos ao modelo internacional.

## **Produção**

Item/Diagnóstico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ
Falta de Controle Fitossanitário	x	x		x	x	x		x	x	x	8
Baixo Padrão de Qualidade das Frutas	x	x	x	x				x	x		6
Pouca Pesquisa em Variedades, Adubação e Manejo		x	x		x					x	4
Falta de Homogeneidade das Frutas	x				x				x	x	4
Crédito de Custeio/Investimento e Garantias Difíceis				x	x				x	x	4
Desconhecimento das Normas de Qualidade do Mercado Externo		x				x		x			3
Falta de Mão-de-Obra Especializada		x		x						x	3
Uso Inadequado de Agrotóxicos					x			x		x	3

O principal problema da produção apontado nos diagnósticos diz respeito à sanidade das culturas, que tem reflexos em toda a cadeia produtiva e é sério fator de restrição às exportações.

As doenças invadem os pomares, transmitidas por elementos presentes na região produtora ou trazidas por meio de mudas, sementes ou outros fatores externos, e

causam prejuízos à produção, que vão desde a morte prematura das fruteiras, a diminuição da produtividade e a presença de frutos contaminados, passando pela necessidade de aumento do uso de agrotóxicos, o que compromete a qualidade e a homogeneidade das frutas e diminui a rentabilidade da cultura. Por fim, propiciam a imposição de barreiras fitossanitárias, por conta da prevenção contra a disseminação de doenças nas regiões importadoras, o que dificulta enormemente a comercialização externa.

Tudo isso é facilitado pela insuficiência de uma política de controle e defesa fitossanitária que oriente o produtor e o esclareça sobre as doenças mais comuns à sua cultura e a melhor forma de combatê-las. É preciso também impedir a introdução de novas pragas e doenças através de ações de governo que estabeleçam normas de circulação, com postos de controle fitossanitários, a exemplo dos postos de controle fiscal.

Adicionalmente, o setor carece de pesquisas voltadas para o desenvolvimento de novas variedades, mais adaptadas aos padrões internacionais, que os produtores pouco conhecem, sendo necessário orientá-los sobre as melhores formulações de adubação e manejo, como também sobre a densidade populacional das fruteiras, de forma a maximizar o uso da terra e a produtividade.

A descontinuidade das políticas de pesquisa e a falta de coordenação entre os centros de conhecimento dificultam a obtenção de resultados no ritmo necessário. Além disso, foi altamente prejudicial a eliminação do organismo coordenador da política de extensão rural (Embrater), aumentando sobremaneira a assimetria na disseminação de novas técnicas.

A gestão amadora dos projetos frutícolas e a falta de disponibilidade de informações culturais e extensão rural adequada refletem-se em todo o processo produtivo e evidenciam a pouca preocupação com a formação de mão-de-obra especializada, tanto no trato da planta como nos processos de colheita e pós-colheita. É interessante notar que os diagnósticos referem-se simplesmente à falta de mão-de-obra especializada genericamente e poucos identificam a falta de especialização do produtor na cultura a que se dedica como causa desse fato.

A carência de capitais é outro fator apontado como inibidor do desenvolvimento da produção e, nesse aspecto, os mecanismos de financiamento são inadequados às peculiaridades do setor. A diversidade de características entre as culturas frutícolas – anuais, semiperenes e perenes – não permite um tratamento uniforme no financiamento, o que eleva o custo de análise de crédito e desestimula os bancos no atendimento a este segmento.

No caso das culturas perenes e algumas semiperenes, adicionam-se dificuldades de constituição de garantias, posto que demandam mais tempo para a formação dos pomares, necessitam de investimentos plurianuais e têm de oferecer garantias que normalmente superam com folga o valor da terra nua.

Na produção também foram apontados problemas de: deficiência e obsolescência no modelo de assistência técnica, principalmente para os pequenos produtores; desarticulação entre os produtores e as instituições responsáveis pela transferência de tecnologia, as instituições de ensino e os órgãos de pesquisa e extensão rural; falta de cultura associativista entre os produtores, resultado de experiências anteriores malsucedidas; dificuldades no levantamento de dados que levem a informações estatísticas confiáveis, em virtude da pulverização dos plantios, da existência de grande número de variedades e das perdas não captadas junto ao setor produtivo; e antagonismo dos interesses de grandes e pequenos produtores.

### **Infra-Estrutura**

Item/Diagnóstico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ
Equipamentos e Técnicas de Pós-Colheita Precários	x	x		x	x			x	x	x	7
Equipamentos de Transporte Precários	x	x		x	x			x	x	x	7
Falta Escala para Armazenagem e Comercialização	x	x	x	x				x		x	6
Inadequação da Cadeia de Frio	x	x			x			x		x	5
Excesso de Manipulação Causa Grandes Perdas	x	x						x	x	x	5
Altos Custos Portuários e Aeroportuários					x	x		x		x	4
Ênfase Excessiva/Mau Uso do Sistema de Irrigação					x	x					2

A logística é considerada pela maioria dos autores como o maior entrave à competitividade, modernização e falta de avanço da fruticultura brasileira. Os problemas começam na produção, ou melhor, na falta dela, pois a quantidade de frutas produzidas em condições de comercialização *in natura* não atinge escala suficiente que justifique o funcionamento de estruturas de armazenagem apropriadas. Por se tratar de produto com alto grau de perecibilidade, a fruta fresca necessitaria chegar ao consumidor em curto espaço de tempo, de forma a conservar suas melhores características, ou ser armazenada em condições climáticas adequadas.

Além disso, os equipamentos de transporte primário e seleção de frutas para comercialização existem em pequena quantidade (são ainda pouco difundidas as técnicas modernas de tratamento pós-colheita), diminuindo ainda mais a quantidade de frutas em condições de serem levadas à mesa do consumidor. Note-se que o uso de embalagens impróprias, tanto na colheita como na pós-seleção, também é responsável por mais uma parcela de deterioração das frutas.

A inexistência de uma cadeia de armazéns frigorificados junto à produção e à distribuição obriga o setor responsável pela comercialização a ter agilidade e eficiência maiores que sua capacidade. Aliado à situação das estradas e à inadequação dos meios de transporte, este fator aumenta os custos e desestimula tanto a atuação dos agentes comerciais com tradição no setor quanto o surgimento de novos agentes.

Meios de transporte inadequados não se restringem a caminhões sem refrigeração e estradas malconservadas, mas também dizem respeito à falta de pontos de resfriamento em portos e aeroportos, à pouca disponibilidade de navios que transportem contêineres frigorificados e à falta de pontos de força que permitam a permanência desses contêineres nos portos até o transporte de frutas frescas a granel nos navios frigorificados.

O custo dos embarques portuários e aeroportuários é outro fator que inibe não só a exportação, mas também o deslocamento marítimo ou aéreo da produção entre os diversos pontos do país. Embora não seja uma característica exclusiva da fruticultura, tal fato adquire maior relevância nesse caso porque a produção necessita de armazenagem e manipulação especiais nos pontos de embarque. Do pomar à mesa do consumidor, a fruta está sujeita a manipulações sucessivas, muitas vezes desnecessárias, em função de uma logística de transporte, armazenagem e distribuição que não leva em consideração a fragilidade do produto.

Outro ponto criticado nos diagnósticos é o fato de se ter criado no país a idéia de que, por ser a fruticultura irrigada mais produtiva que a de sequeiro, a única solução é irrigar. Ocorre que, em locais onde já existe infra-estrutura de irrigação instalada, nem sempre a técnica é utilizada da forma mais adequada. Há críticas de que foi dada mais ênfase na construção civil do que na atividade agrícola em si.

Acrescentam-se aos problemas básicos as seguintes deficiências: falta de informação sobre os mercados onde as frutas serão colocadas; grandes distâncias entre os locais de produção (situados no interior) e o mercado de consumo (litoral brasileiro ou além-mar); heterogeneidade dos canais de comercialização, dificultando ou sendo a origem da falta de resolução dos problemas logísticos; e inadequação e/ou ausência de padronização das embalagens existentes. Aliam-se a estas questões as dificuldades de obtenção de capitais para financiamento do sistema pós-colheita e para capacitação dos produtores.

### **Comercialização**

Item/Diagnóstico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ
Barreiras Fitossanitárias à Exportação	x	x	x	x	x		x	x	x		8
Consumidor Desconhece Frutas de Clima Tropical/Marketing	x	x	x		x	x		x	x		7
Barreiras Tarifárias à Exportação	x				x	x	x	x		x	6
Pouca Participação Brasileira no Mercado Externo	x			x				x		x	4
Poucos Canais de Comercialização		x			x			x			3
Falta Informação sobre a Dinâmica do Mercado Externo		x			x				x		3
Concorrência Predatória das Frutas Importadas						x		x		x	3

Falta de Financiamento à Comercialização				x	x							2
Mercado Importador Concentrado	x	x										2
Mercado Externo Exigente		x		x								2

Do ponto de vista de quase todos os autores, as barreiras fitossanitárias impostas pelos países importadores são excessivamente rigorosas, extrapolando suas razões técnicas, e funcionam muitas vezes como mais uma forma de protecionismo, tornando-se o maior entrave ao fluxo comercial das frutas brasileiras, muito embora tenham sido apontados reais problemas sanitários na produção. Aliam-se a estas barreiras aquelas de ordem tarifária, que na opinião de alguns tendem a diminuir, em função das negociações no âmbito da OMC, devendo cada vez mais ser substituídas pelas de ordem sanitária.

Apesar de ser um dos maiores produtores mundiais de frutas, o Brasil tem participação inexpressiva no comércio internacional. Os principais fatores apontados são: a) poucas das frutas produzidas chegam ao mercado em condição de ser exportadas; b) é reduzida a preocupação de produzir frutas em conformidade com os padrões exigidos pelo mercado importador, em geral desconhecidos; c) é pequena a produção de frutas de clima temperado; e d) falta divulgação das frutas exóticas produzidas no país.

Na opinião dos autores, é incipiente o esforço institucional de *marketing* para divulgar as frutas brasileiras, principalmente as de clima tropical, que em sua maioria são desconhecidas dos europeus, mas têm boa aceitação quando experimentadas. Nesse aspecto, o país padece pela pouca capacidade dos agentes de governo no sentido de coordenarem uma ação conjunta de produtores, distribuidores e instituições governamentais e não-governamentais num programa de *marketing* que possibilite maior exposição das frutas brasileiras, especialmente as de clima tropical, ao consumo do mercado internacional.

A tentativa de utilização de marcas que identifiquem a origem do produto tem crescido não só como elemento de *marketing*, mas também como forma de conferir confiabilidade e possibilitar a abertura de mercado para outros produtos oferecidos sob a mesma marca.

O comércio internacional gira em torno da Europa e dos Estados Unidos, sendo que quatro empresas detêm 80% das transações comerciais. Os diagnósticos apontam dificuldades de tratar com esses agentes, que normalmente trabalham com cestas de produtos provindos de países com tradição de exportação de frutas frescas em conformidade com as enormes exigências daqueles mercados.

A dinâmica do comércio internacional invade o nosso mercado interno, possibilitando a colocação de produtos a preços inferiores aos custos da produção nacional. Isto, é claro, muitas vezes embalado por fortes subsídios à produção ou à comercialização, numa concorrência predatória que prejudica o desenvolvimento e a consolidação da produção brasileira de frutas de clima temperado.

A grande questão indicada fora dos pontos mais freqüentes nos diagnósticos é a necessidade de modernização/atualização gerencial das empresas no atual ambiente competitivo. A capacidade de substituição entre as diversas frutas determina estabilidade no preço internacional e exige competência na administração de custos (de produção e pós-colheita) para que a empresa mantenha-se competitiva no mercado internacional e em condições de estar permanentemente lançando novos produtos, aproveitando nichos de mercado.

Nesse aspecto, a readequação dos procedimentos e tipos de embalagem pode ser aproveitada como veículo de *marketing*, além de melhor conservar e apresentar a fruta. Em função dessa realidade, são apontados também entraves decorrentes da falta de escala de comercialização e das práticas comerciais amadoras de boa parte das empresas brasileiras que atuam no setor.

Ainda do ponto de vista da comercialização, prevalece a intermediação tradicional, calcada na obtenção de vantagens sobre o produtor. A crescente participação dos supermercados na distribuição das frutas, no Brasil, não modificou de forma importante este cenário, concentrando a oferta nos “fornecedores de supermercado”, muito embora existam movimentos que têm levado à integração entre produtores e este importante canal de distribuição.

### **Outras Questões**

Item/Diagnóstico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ
Falta de Visão da Cadeia Produtiva					x	x		x		x	4
Gestão Amadorística dos Empreendimentos					x			x		x	3
Falta de Ação Conjunta Governo/Iniciativa Privada		x		x						x	3

Pelos diagnósticos apresentados, fica evidente a precária interação entre os agentes das diversas etapas da cadeia produtiva – produção, armazenagem, distribuição e comercialização. A rigor, o setor não está organizado enquanto cadeia, prevalecendo um ambiente competitivo entre as etapas.

A noção de cadeia produtiva pressupõe a existência de parcerias entre os agentes responsáveis pelas diversas etapas do processo, da produção ao varejo, bem como a disseminação de informações, de forma que as exigências do consumidor, as regras do mercado, a logística de transporte, armazenagem e distribuição e a oferta da produção sejam conhecidas por todos.

Não é isso que acontece no setor de fruticultura. As informações que cada um dos agentes detém não são intercambiadas entre os elos de cadeia, mas utilizadas como elemento de barganha nas negociações. Esse comportamento enfraquece e dificulta as relações dentro do setor, além de limitar o dinamismo, que é extremamente necessário a um setor que lida com produtos de alta perecibilidade.

Alguns diagnósticos apontam a gestão centralizada e paternalista do governo como elemento inibidor da organização da cadeia produtiva, enquanto outros propugnam pela interferência do governo para estruturação do setor. Essas interpretações diferenciadas, antes de demonstrar divergências entre os que estudam o setor, apontam para uma inequívoca falta de clareza sobre o modelo mais apropriado de intervenção governamental em prol do desenvolvimento da fruticultura.

A ação conjunta governo/iniciativa privada é apontada de forma genérica como caminho mais adequado, mesmo porque faltam definições claras de quais seriam os papéis a serem desempenhados pelo governo e pela iniciativa privada. Nesse ponto fica patente a necessidade de definição de um modelo para a fruticultura brasileira.

A questão da gestão, segundo os autores que a apontam, não é exclusiva da fruticultura, mas de todos os setores dos agronegócios que não estão estruturados com foco no comércio externo. O país como um todo não tem tradição de formar especialistas em gerência de agronegócios. A agricultura ainda é tratada como uma atividade que não necessita de qualificação dos seus agentes. Daí decorre o fato de os empreendimentos de fruticultura serem tratados de forma empírica e amadorista.

O conceito de que a fruticultura acostumou-se a um tratamento paternalista, assistencial e centralizado por parte do governo, e de que isso representa um entrave ao desenvolvimento do setor, contribuindo para a deficiência de organização dos produtores, é um fato grave apontado nos diagnósticos. Aqui também se insere a crítica de que a ação governamental, nos projetos de fruticultura, tem-se restringido à melhoria tecnológica e de que a excessiva carga fiscal incidente sobre insumos e produtos agrícolas é outro entrave que impede o desenvolvimento do setor, caracterizando, assim, a diversidade de opiniões sobre o que realmente é considerado o maior problema.

A percepção de que os produtores não encontram canais adequados para se organizar e comercializar suas produções é constatada pela inexistência de um fórum constituído para este fim.

Outra questão relevante apontada é o alto custo da informação, principalmente para produtores de baixa renda, que não têm acesso a consultores especializados nem condições de realizar ou patrocinar pesquisas ou de se conectar a mercados que lhes permitam obter informações a fim de melhor direcionar seus negócios.

A questão da informação, por sinal, é tratada nos diagnósticos sob os seus mais variados aspectos: desde a empírica avaliação da safra até a falta de transparência sobre a situação do mercado. Dessa falta de disseminação da informação decorre o seu uso, por aqueles que a detêm, para as barganhas comerciais. Porém, em poucas ocasiões a democratização da informação é diagnosticada como elemento essencial à formação da cadeia produtiva.

Por último, é importante registrar a observação de que, mesmo que se discuta o tamanho do mercado interno e sua potencialidade, o crescimento do consumo de frutas no Brasil está diretamente ligado ao aumento da renda da população e que a produção nacional tem-se destinado ao consumo interno.

## **Conclusões**

Não há quem duvide das vantagens comparativas estáticas do Brasil no setor de fruticultura, especialmente irrigada. A partir da constatação dessas vantagens, muitos analistas e produtores sugerem que o país poderá tornar-se em breve um grande exportador de frutas, superando com folga países pequenos como Chile e África do Sul. Segundo a opinião dominante na maioria dos diagnósticos, seria preciso adicionar certos ingredientes às benesses naturais para obter as tão desejadas vantagens competitivas.

Porém, há que se sugerir cautela, pois em fruticultura as coisas tomam tempo. Talvez se possa concluir por uma estratégia que priorize o mercado interno e vá trabalhando o mercado externo, de forma sistemática, em um horizonte de pelo menos 10 anos. Entretanto há que se considerar as características locais e internacionais, que indicam a necessidade de um crescimento sustentado das exportações brasileiras.

Para isso não se pode pensar em aumentos significativos da exportação a curto prazo, posto que negócios de ocasião não se sustentam nesse mercado competitivo e baseado na constância e confiabilidade. Embora se tenha culturas de formação rápida e safras abundantes, a construção da confiabilidade do mercado é necessariamente lenta.

### ***A História como Exemplo***

A exaustiva referência ao sucesso das exportações chilenas, numa tentativa de transpor as condições finais daquele modelo para o Brasil, deve ser vista com cuidados especiais.

O Chile era uma página em branco que foi desenhada de acordo com os desígnios do consumidor internacional. Não tem um mercado interno capaz de absorver uma produção significativa nem a variedade de frutas aqui existente. O país montou um sistema exportador ajudado por instituições norte-americanas, com uma cesta restrita, e entregou às grandes *tradings* a operacionalização do processo de comercialização. A fruticultura no Chile nasceu exportadora, pois desde o início orientou-se para o mercado mundial, o que requereu a montagem de sistemas sofisticados de apoio e induziu uma mentalidade empresarial compatível com os requisitos desse mercado.



O Brasil, por sua vez, pode ser comparado a uma obra em construção, que precisa ser convertida para novos usos, não previstos originalmente pelos projetistas. O país tem um grande mercado interno e uma infindável variedade de frutas, podendo produzir qualquer tipo de fruta, e algumas com mais de uma safra por ano.

Porém, nossa fruticultura tem uma “marca de nascença” indelével: fruta é um produto local para o gosto local. Além do mais, a velha tradição de quintais com árvores frutíferas condicionou o consumidor a valorizar os produtos tal como se apresentam. Sequer as frutas do Norte são consumidas em escala no Sul e as do Sul são consumidas no Norte porque o são no mundo inteiro. Nunca foi necessário convencer o brasileiro a comer manga, pois ela estava à mão desde sempre. Nunca foi preciso “trabalhar o mercado”. Tal como um velho companheiro, aceitamos as frutas com todos os seus defeitos e qualidades, sem sequer imaginar que elas poderiam ser diferentes.

O caso extremo dessa idiosincrasia é a banana. Temos banana? Sim, para dar e vender. Mas vender para quem? A banana comercializada internacionalmente, a cavendish ou nanicao, não faz parte do cardápio nacional e, portanto, representa pouco ou quase nada da produção do país. Para se pensar em exportar banana é preciso reinventar a bananicultura nacional, para que o segundo maior produtor de banana do mundo tenha uma participação relevante no comércio da fruta que movimenta cerca de 30% das exportações de frutas frescas.

Não se trata apenas de uma questão de variedade. Os métodos de produção são outros, muito mais exigentes em cuidados. Pintas? Nem pensar, embora os brasileiros não reconheçam como tal uma banana sem pintas. Quem produz banana-prata produz nanicao? Nem sempre, pois novos métodos significam maiores gastos e novas formas de gestão que não são acessíveis a todos os produtores. A rigor, é um outro produto para um outro mercado.

Em especial, não se pode esquecer dos sinais de mercado. Vender para a Holanda ou para a Ceagesp é, em última instância, uma decisão sobre rentabilidade. Onde se ganha mais dinheiro? Parte da resposta dos produtores pode estar enviesada pela ocorrência de falhas de mercado. Mas em grande medida o Brasil exporta pouco porque o mercado interno paga bem por produtos que exigem relativamente menos gastos de custeio e investimento.

**Tabela 7**  
**Cotações de Algumas Frutas Frescas no Varejo em Frankfurt e Brasília**  
**Outubro de 1996**  
**(Em US\$)**

<b>Produtos</b>	<b>Frankfurt</b>	<b>Brasília</b>
Melão	3,50/kg	1,00/kg
Banana	2,00/kg	1,50/kg
Uva Vitória	2,70/kg	3,90/kg

Fonte: FAO, *apud* Firjan e Campo (1998).

Novamente, voltemos à história: na ausência de um diferencial significativo de preços a favor das exportações, o Brasil continuará um “gigante adormecido”, grande produtor e inexpressivo exportador. E não se culpe os empresários, pois eles apenas estão agindo racionalmente, de acordo com todos os modelos econômicos disponíveis na praça.

### ***Em Busca de um Modelo Exportador***

Não bastassem os problemas mencionados, é preciso lembrar que o sistema de comercialização agroalimentar está passando por rápidas e profundas transformações. O processo de concentração do setor de varejo atingiu níveis elevados na Europa e se acelerou no Brasil. Em decorrência, os agentes intermediários de comercialização estão procurando estratégias defensivas. Na fruticultura, atacadistas e *tradings* buscam formas de lidar com este movimento, desde aumento de porte, para melhorar a posição de negociação, até acordos operacionais interfirmas, como, por exemplo, para oferecer cestas de produtos diversificados com regularidade ao longo do ano.

O estreitamento dos canais de comercialização externa evidencia mais uma fragilidade brasileira: a indefinição do modelo de exportação. Os países que lograram uma inserção relevante no mercado mundial de frutas frescas nas últimas décadas adotaram basicamente dois modelos de centralização dos canais de comercialização: por meio de organizações estatais ou mistas como os *marketing-boards* (caso da Nova Zelândia e da África do Sul), ou através da liderança das grandes companhias internacionais (caso do Chile, embora não excluindo pequenas e médias empresas locais).

Apesar de muito diferentes, ambos os modelos procuram atender aos requisitos básicos do comércio internacional de produtos frescos. Por meio das grandes estruturas, os intermediários ganham escala e assim conseguem formar sistemas logísticos eficientes e rebaixam o custo de captação e disseminação de informações, além de aumentarem o poder de barganha junto ao varejo.

Em ambos os casos, a concentração no elo intermediário parece necessária para preservar o espaço da pequena propriedade familiar. O modelo neozelandês sempre teve esta meta como prioritária, e mesmo o chileno não a exclui, pois o governo provê uma série de serviços que viabilizam inclusive a participação de pequenas empresas locais no comércio internacional.

Já no Brasil a exportação de frutas tem sido feita por um pequeno número de empresas produtoras, à exceção do esforço cooperativo da Valexport. Casam-se características indesejáveis de dois mundos: as deseconomias de escala das

grandes propriedades e o reduzido porte dos exportadores (com seus efeitos sobre informações, poder de barganha etc.).

### **O que Fazer?**

Do exposto anteriormente decorre uma conclusão importante: o Brasil está despreparado para enfrentar os desafios do comércio internacional de frutas frescas. Não se afirma que é missão impossível, mas apenas que se deve produzir as variedades que o mercado deseja (ou convencê-lo a desejar nossas frutas, como a Nova Zelândia fez com o kiwi) e estruturar os sistemas de apoio imprescindíveis. Estas são tarefas necessariamente lentas, que exigirão grande esforço público e privado por vários anos.

Talvez fosse conveniente pensar em uma estratégia que combine a montagem de estruturas exportadoras com o desenvolvimento do mercado interno, que tem grande potencial de crescimento, mas expressivos problemas de eficiência. Minimizar a ineficiência interna pode constituir uma fonte de expansão relativamente barata para a fruticultura, configurando uma estratégia que ataca a “linha de menor resistência”. Além disso, não se pode ignorar que, mesmo produzindo com qualidade, parte da colheita não será aproveitável no mercado *in natura*, quanto mais exigente este for.

O que fazer? Imputar o prejuízo ao produtor e reiniciar o ciclo de instabilidade da produção ou acoplar ao sistema as atividades de processamento industrial? Afinal, frutas de boa qualidade, mas de conformação inadequada ou resultantes de excesso de produção, são satisfatoriamente utilizáveis para a produção de polpa, sucos, sorvetes e outros usos industriais.

Por outro lado, não se pode direcionar toda a fruticultura ao consumo *in natura*, sob pena de se retirar uma parte da sustentabilidade da produção. Assim, variedades adaptadas ao uso industrial também devem ser pesquisadas e cultivadas, de forma a possibilitar a formação de um *mix* industrial de qualidade.

### **Referências Bibliográficas**

AGRA EUROPE. Fruit and vegetable markets - monthly. London, vários números.

AMARO, Antonio Ambrósio, *et alii*. *Repensando a agricultura paulista - cadeia produtiva de frutas frescas*. São Paulo: Instituto de Economia Agrícola/Secretaria de Agricultura e Abastecimento, 1997.

BANCO DO BRASIL. Fruticultura: um setor em crescimento. *Revista de Comércio Exterior*, Brasília, n. 18, jul. 1998.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. *Plano de ação para potencializar o desenvolvimento do Pólo Petrolina-Juazeiro*. Nov. 1996.

BNDES. Fruticultura. In: *Complexo alimentar*. Rio de Janeiro, nov. 1994, mimeo.

CARVALHO JR., Mário C. Exportação de frutas frescas tem amplas chances no mercado mundial. *Revista Brasileira de Comércio Exterior*, n. 6, ago. 1986.

DANTAS, Manoel. Exportação de frutas. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 3 jul. 1996.

----- . Sabor das frutas do Brasil. *Agroanalysis*, Rio de Janeiro, n. 11, nov. 1997.

FAO. *FAO Yearbook Trade*. Roma, v. 49, 1996.

----- . *FAO Yearbook Production*. Roma, v. 50, 1997.

FEDERAÇÃO DE AGRICULTURA DO ESTADO DE MINAS GERAIS. *Informações em agronegócios - série fruticultura*. Belo Horizonte, 1997.

FERNANDES, Moacyr Saraiva. *Os desafios para o mercado interno*. São Paulo: Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf), ago. 1998.

FIRJAN E CAMPO. *Estudo de viabilidade de um pólo de fruticultura na região norte-noroeste fluminense*. Rio de Janeiro, ago. 1998, mimeo.

GONÇALVES, José Sidnei, *et alii*. Mercado internacional e produção de banana: a estrutura produtiva e comercial do complexo bananeiro mundial. *Agricultura em São Paulo*, São Paulo, n. 41, 1994.

----- . Competitividade e complementaridade dos complexos de frutas e hortaliças dos países do Cone Sul: discussão sob a ótica da inserção brasileira. *Agricultura em São Paulo*, São Paulo, n. 42, 1995.

INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTAS (IBRAF). Porque não exportamos mais frutas. *Ibraf Acontece*, São Paulo, n. 13, Editorial, ago. 1996.

LANNA, Carlos Lindenber. Fruticultura de clima temperado - pecado capital. *Manchete Rural*, Rio de Janeiro, n. 129, mar. 1998.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E DO ABASTECIMENTO. *Programa de apoio ao desenvolvimento da fruticultura irrigada do Nordeste: resumo informativo*. Brasília, nov. 1996.

----- . *Programa de apoio ao desenvolvimento da fruticultura irrigada do Nordeste*. Brasília, dez. 1997.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO. *Programa de novos pólos de exportação - diagnóstico setorial de frutas, polpas e sucos de frutas*. Brasília, 1998.

NEVES, Evaristo Marzabal. *Competitividade da fruticultura tropical no mercado externo*. Piracicaba, fev. 1998 (Relatório de Pesquisa CNPq, Processo 301541/91-0).

OECD. *Agricultural reform and its impact on the fruit and vegetables sector in OECD countries*. Paris, 1995.

----- . *Export fruit boom from the South - a threat for the North?* Paris, 1996.

----- . *The Uruguay Round Agreement on agriculture and processed agricultural products*. Paris, 1997a.

----- . *Vertical coordination in the fruit and vegetable sector: implications for existing market institutions and policy instruments*. [<http://www.oecd.org/agr/publications/index1.htm>]. 1997b.

RABOBANK INTERNATIONAL. *The world of fresh fruit trade*. Utrecht, 1997.

SILVA, Gislene. A hora da verdade. *Globo Rural*, Rio de Janeiro, n. 140, jun. 1997.

TEJO, Pedro. Patrones tecnológicos en la hortifruticultura chilena. *Desarrollo Productivo*, Santiago de Chile, Cepal, n. 48, 1997.