

Mercado gangorra

As ações necessárias para melhorar o comércio de batata no Brasil, em um cenário marcado pelo histórico de severas oscilações de preços

Os preços da batata em 2016 foram espetaculares, em 2017 e 2018, péssimos, e em 2019, médios. As variações extremas dos preços foram causadas basicamente por adversidades climáticas e pela redução drástica da área de plantio. A retração do consumo se manteve constante em todos os anos.

Em 2016 o excesso de calor provocado por um dos mais intensos El Niños já registrados foi o principal responsável por reduzir drasticamente a produtividade. Na época, um saco de 50 quilos de batata chegou a ser vendido por mais de R\$ 250,00, mas poderia valer o dobro se o consumo estivesse normal. Os preços espetaculares dispararam o “gatilho” – muitos produtores tradicionais aumentaram a área e um bando de aventureiros se lançou a plantar batatas.

Em 2017 e 2018 as condições climáticas não interferiram e a produtividade foi normal. Os preços despencaram e durante quase dois anos um saco de batata de 50 quilos valeu de R\$ 15,00 a R\$ 30,00 (quando era possível vender). Muitos produtores “quebraram” e os aventureiros perderam suas economias e se endividaram.

Em 2019 as condições climáticas não foram tão favoráveis (excesso de chuvas, longos veranicos, geadas, calor) e a produtividade diminuiu, mas o principal responsável pelos preços médios foi a significativa redução da área de plantio. Os preços durante 2019 variaram de R\$ 60,00 a R\$ 120,00 o saco de 50 quilos, mas poderiam ter sido melhores se o consumo não estivesse tão retraído.

A redução da área de plantio em 2019 ocorreu praticamente em todas as regiões produtoras. Além dos aventureiros, muitos produtores tradicionais de diversos tamanhos (alguns com áreas acima de mil hectares) foram à falência e dificilmente conseguirão “voltar pro ramo”. A área plantada atualmente pode ser considerada a menor em mais de quatro décadas.

Diante desta situação, a pergunta que não quer calar é: como será daqui para frente? O que fazer após dois anos péssimos, um ano regular e o consumo que não reage?

Considerando a produção nacional e as importações, estima-se que são consumidos mais de três milhões de toneladas (transformadas em batata fresca) anualmente, ou seja, um consumo per capita de 15kg/pessoa/ano.

	Área (ha)	Ton./ano *	Ton./ano **
Fresca	60.000	2.000.000	2.000.000
Chips	8.000	240.000	60.000
Pré-frita (PF)	12.000	400.000	200.000
PF - Importada		600.000	300.000
		3.240.000	

F* - Batata Fresca ** - Produto Final

Com a população brasileira em 200 milhões de habitantes pode-se estimar o consumo per capita em:

Tipo	Ton./ano	Pessoa/ano	Pessoa/mês	Pessoa/dia
Chips	60.000	0,300 kg	25 g	0,8
Pré-frita	200.000	1 Kg	84 g	2,7
Importada	300.000	1,5 Kg	125 g	4,2
Fresca	2.000.000	10 Kg	834 g	28 g

Por que o consumo de batata no Brasil, que já foi próximo de 20kg/pessoa/ano, diminuiu para 15kg? Será que vai continuar caindo?

Não é difícil perceber o que vem ocorrendo nos últimos anos. O consumo de pré-fritas congeladas e de batata palha cresce sem parar, o consumo de chips está praticamente estagnado e o de batata fresca não para de despencar.

O crescimento de batata palha e palito está relacionado à praticidade, ao custo x benefício e à satisfação do consumidor. A estagnação de batata chips se deve à imagem negativa criada em torno do setor e ao excesso de fábricas pequenas e médias. A retração do consumo de batata fresca é consequência da insatisfação dos consumidores, principalmente devido às opções de variedades.

Convite à reflexão sobre variedades:

Destino	Quem define?	Critério	Satisfação/Consumidor
Chips	Indústria	Sólidos e Formato	Positivo
Palito	Indústria	Sólidos e Formato	Positivo
Fresca	Atacadistas e Varejistas	Beleza do tubérculo	Negativo

A economia brasileira apresenta sinais de reação e naturalmente a população passará a consumir mais, inclusive batata. Mas está muito nítido que são necessárias ações da cadeia produtiva, principalmente quanto a variedades, embalagens, classificação, opções de consumo, informações úteis, acessibilidade e segurança alimentar. A prioridade máxima deve ser o consumidor. Lucro é consequência. ©

Natalino Shimoyama,
ABBA