



Retração prolongada

Preços péssimos há mais de 15 meses e queda acentuada do consumo expõem a grave situação financeira do mercado de batata fresca no Brasil

Até 1970 os produtores de batata do Brasil plantavam e obtinham lucro, pois apesar das imensas dificuldades, a oferta em geral era sempre muito baixa. Com o passar dos anos a área, a produção e o consumo do tubérculo aumentaram e os preços em geral passaram a oscilar. Ficavam ruins durante no máximo dois meses a três meses.

Após a consolidação da globalização (a partir de 1990), a área plantada diminuiu (de 150 mil hectares para 100 mil hectares). A produtividade aumentou (de 20 toneladas/hectare para 30 toneladas/hectares). A produção anual estagnou em três milhões de toneladas e os preços ruins passaram a ser cada vez mais frequentes e por períodos maiores, até culminar na situação atual (há mais de 15 meses que os preços estão péssimos).

O que ocorre? Por que os preços de batata fresca não reagem?

A resposta, baseada em fatos, é óbvia: antes, os preços oscilavam em função da oferta, porém nos últimos anos o fator determinante passou a ser a fortíssima retração de consumo de batatas frescas (não industrializadas) devido a diversos aspectos.

1) Imagem - Apesar de a batata ser alimento saudável, acessível, universal e versátil há mais de oito milênios, parte da mídia criou no Brasil e em alguns países do mundo uma imagem extremamente "macabra". Profissionais leigos ou impregnados de ideologias medíocres induzem a população a evitar o consumo de batata, baseando-se em afirmações inverídicas como se tratar de "alimento contaminado com agroquímicos, que engorda e causa câncer".

2) Praticidade e hábitos alimentares

- Antes de 1990 a maioria da população brasileira consumia arroz, feijão, salada de tomate com cebola e batatinha (frita ou cozida com carne), preparada diariamente.

Os tempos mudaram e atualmente é possível comprar quase tudo semipreparado, pronto (marmitas) ou comer fora do lar em restaurantes "por quilo", fast foods, bares, padarias etc.

3) Concorrência - diferentemente da maioria dos países em que a extensão territorial e o clima determinam a espécie vegetal, a produção e até os hábitos alimentares, no Brasil é possível produzir de tudo durante o tempo todo. Privilégios singulares e múltiplas escolhas. Esta situação tem contribuído também para o crescimento do consumo de alguns produtos (mandioca, batata-doce, "orgânicos" etc) e a diminuição da batata fresca. Além dos vegetais, as promoções de carnes (bovina, suína, aves, salsichas, linguiças etc) contribuem para reduzir o consumo de batata fresca, pois muitos consumidores acabam preferindo as proteínas.

4) Supermercados - as grandes redes de varejo (todas do exterior) dominaram as vendas de praticamente tudo o que a população consome em todas as grandes cidades do país. Algumas atitudes dessas grandes redes contribuem fortemente para a retração de consumo de batatas frescas: a política de preços (é comum o produtor receber menos de 1/5 do valor cobrado dos consumidores); o tipo de informação (ao invés de simplesmente escrever batata e o preço, deveriam informar sempre a aptidão culinária); a apresentação "horível" nas gondolas; os tamanhos dos tubérculos (misturam especial com primeirinha), variedades que esverdeiam, escurecem, brotam, apodrecem etc.

5) Importações - apesar de o Brasil

reunir todas as condições para abastecer 100% do consumo de batata industrializada, principalmente na forma pré-fita, infelizmente são importados mais de 70% do consumo nacional. Os volumes anuais importados ultrapassam 300 mil toneladas e correspondem à produção de mais de 20 mil hectares que poderiam beneficiar centenas de produtores e milhares de trabalhadores brasileiros.

6- Emprego - todos os fatores citados anteriormente são importantes, porém o longo período de preços péssimos é justificado pela falta de emprego, ou seja, enquanto a população continuar sem trabalho não haverá consumo, independentemente da oferta.

Diante deste cenário, o que deve ser feito para aumentar o consumo de batata fresca produzida no Brasil?

Apesar de ser um imenso desafio, é possível realizar mudanças, divididas em duas frentes:

1) A sinergia entre os segmentos da cadeia da batata deve priorizar variedades multiuso, diferenciar produtores através de marcas próprias, substituir a comercialização a granel por produtos empacotados, classificar e ofertar tubérculos de tamanhos similares.

2) Governo: as autoridades devem evitar importações desnecessárias, aprovar legislações sugeridas pela cadeia da batata (por exemplo, obrigar a informar a aptidão culinária), coibir abusos, incentivar e apoiar o consumo de batata brasileira.

Até quando os preços continuarão ruins? Sendo 100% realista, até o país voltar a crescer e a população passar a consumir. 

Natalino Shimoyama,
ABBA