

ANÁLISE DO CONSUMO DE UVA PARA MESA NO BRASIL

Geni Satiko Sato¹

1 - INTRODUÇÃO

A uva é uma das principais frutas de clima temperado produzida no Brasil. Em 2002, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a produção total foi de 1.148,6 mil toneladas², sendo cerca de 50% uvas de mesa e 50% uvas para sucos e vinhos. No período 1996-2002, a produção³ de uva no Brasil cresceu 67,7%. As principais uvas de mesa consumidas no País são a uva tipo niagara ou comum e as uvas finas, principalmente, as variedades Itália e Rubi.

Esse incremento deveu-se a um conjunto de fatores, tais como: novas variedades adaptadas às condições climáticas, técnicas de podas e condução da cultura, uso da irrigação, fertilizantes e inseticidas, colheita no ponto ótimo de maturação e preços remuneradores. Além da expansão da área plantada, de 56.257 hectares para 66.308ha, e do aumento da produtividade, de 12,24 toneladas por hectare para 17,32t/ha.

Adicionalmente, existe um esforço muito grande por parte do setor produtivo e governamental de oferecer produtos de melhor qualidade e com o selo de origem. Com relação ao consumo, pesquisadores da EMBRAPA Semi-árido estimaram, para 1996⁴, um valor de 3,40kg *per capita* de uva, sendo 1,45kg para uva comum e 1,95kg para uva fina.

Do lado da demanda observam-se, atualmente, mudanças de padrões de consumo na compra dos alimentos em geral, visando uma dieta mais saudável. Os consumidores preocupados com problemas de obesidade e controle de nível de colesterol buscam dietas com vitami-

nas naturais. Diante desse novo contexto, os produtores estão cada vez mais cientes da necessidade de uma produção que preserve o meio ambiente e seja livre de agrotóxicos, pois é crescente o conhecimento sobre os malefícios da ingestão dos insumos agrícolas. A participação cada vez maior da mulher no mercado de trabalho contribuiu também para o aumento do consumo dos alimentos pré-processados e, no caso de frutas-legumes-verduras (FLV), o consumo de produtos pré-higienizados e cortados.

O varejo dos supermercados, que representa o principal canal de distribuição direto com o consumidor, atento às mudanças do consumo, apresenta em suas prateleiras produtos diversificados para cada segmento do mercado, com a preocupação de formatar a loja ao perfil do cliente.

O objetivo deste artigo é apresentar uma análise da demanda da uva de mesa no Brasil, para o período 1996-2002, com base nos dados secundários de produção de uva, da população brasileira e de consumo, elaborada pela Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE. As principais fontes de dados utilizadas foram do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Ministério da Integração Nacional (MI).

2 - O CONSUMO DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS

A teoria econômica clássica indica que existe uma tendência da oferta e da demanda convergirem para um ponto de equilíbrio, determinando o preço do produto no mercado. Sabe-se, também, que a demanda de alimentos é, em geral, diretamente proporcional à renda, variando de acordo com a elasticidade-renda, que pode ser diferenciada por estratos de renda a que pertence o consumidor (HOFFMANN, 2000)⁵.

¹Engenheira de Alimentos, Doutora, Pesquisadora do Instituto de Economia Agrícola.

²IBGE. Produção Agrícola Municipal. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 13 jan. 2004.

³IBGE, op. cit., nota 2.

⁴SILVA, P. C. G da. A cadeia produtiva da uva de mesa do nordeste do Brasil. In: CASTRO, A. M. G. de et al. (Ed.). **Cadeias produtivas e sistemas naturais**: prospecção tecnológica. Brasília: EMBRAPA, 1998. p. 527-63.

⁵HOFFMANN, R. Elasticidade renda das despesas com alimentos em regiões metropolitanas do Brasil em 1995-6.

No entanto, os agentes atuantes nas diferentes etapas das cadeias de produção e distribuição de produtos, como frutas-legumes-verduras (FLV), têm buscado o incremento da demanda, explorando outros fatores ou variáveis, além do preço, que também afetam o consumo, como oferta da conveniência, diferenciação por selo de origem, ausência de agrotóxicos e marca do produto. Encontram-se nas redes de supermercados produtos embalados no tamanho adequado para consumos semanais e os pré-processados. Fatores sócio-demográficos e preocupação com a saúde são cada vez mais valorizados e, atualmente, servem de orientação na definição de estratégias de mercado. Pesquisas indicam que 40% dos consumidores de FLV estão preocupados com a saúde, esse número atinge 41,8% nas classes C/D/E (Tabela 1).

TABELA 1 - Participação das Razões Específicas para o Consumo de Frutas, Legumes e Verduras, para as Classes A/B e C/D/E, Estado de São Paulo, 2002 (em %)

Razão	Total	A/B	C/D/E
Possibilitar um vida saudável	40,0	37,7	41,8
Aumentar o consumo de fibras	11,0	11,8	10,7
Perder peso	10,6	12,2	9,2
Reduzir taxa de colesterol	10,2	10,9	9,7
Reduzir taxa de gordura	8,7	9,0	8,2
Reduzir taxa de açúcar	6,8	6,3	7,1
Prevenir câncer	5,3	6,3	5,1
Controlar diabetes	4,4	3,6	5,1
Outros	3,0	2,3	3,1

Fonte: FRUTIFATOS, Brasília, v. 2, n. 2, p. 60, jun. 2002.

Os elementos responsáveis pela distribuição em redes de supermercados, feiras e sacolões acabam repassando as informações sobre a necessidade de adequação do produto para o setor básico de produção, visto que a qualidade final do produto dependerá de uma orientação correta na produção. Dessa forma, o mercado de uvas sem sementes cresce na faixa de consumidores de alta renda, possibilitando ao produtor explorar também esse segmento.

Os supermercados e feiras livres, no

Informações Econômicas, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 17-24, fev. 2000.

Informações Econômicas, SP, v.34, n.7, jul. 2004.

Estado de São Paulo, são ainda os principais locais de preferência para compra de FLV, seja para as classes A/B, seja para as C/D/E. Sendo que as classes A/B gastam, em média, R\$101,10 por mês e as classes C/D/E, R\$76,00⁶ com a compra desses produtos. Na Grande São Paulo os pontos de compra preferidos são os supermercados (75%) e as feiras livres (72%). No interior do Estado predominam as compras em supermercados (79%) (Tabela 2).

TABELA 2 - Participação dos Principais Locais de Compra de Frutas, Legumes e Verduras para Consumo, Estado de São Paulo, 2002 (em %)

Local	Grande S.Paulo	Interior do Estado	Classes A/B	Classes C/D/E
Supermercado	75	79	79	74
Feira livre	72	27	54	63
Sacolão	30	47	32	36
Quitanda	6	6	5	6
Outros	3	9	6	3

Fonte: FRUTIFATOS, Brasília, v. 2, n. 2, p. 60, jun. 2002.

A conservação adequada do produto até chegar às mãos dos consumidores é um ponto crítico para produtos perecíveis e tem levado as empresas de embalagem a trabalharem junto aos produtores com o intuito de desenvolver embalagens que diminuam as possibilidades de danos ao produto. Os pré-processados têm aumentado sua participação em geral para FLV, sendo significativa para as classes A/B (26%), bem como para as classes C/D/E (20%). Na Grande São Paulo, devido à necessidade de maior conveniência em grandes centros urbanos, sua participação é de 25%, enquanto no interior é de 17%. Porém, predomina ainda a preferência para os produtos a granel, em média, 76% no consumo total (Tabela 3).

3 - CONSUMO DE UVAS NO BRASIL

As frutas, consideradas secundárias da dieta alimentar, vêm compondo cada vez mais as despesas com alimentação do consumidor. Por

⁶FRUTIFATOS, Brasília, v. 2, n. 2, p. 60, jun. 2002.

TABELA 3 - Participação do Consumo de Frutas e Legumes Pré-processados e a Granel, Estado de São Paulo, 2002 (em %)

Item	Pré-processado	Granel
Classes A/B	26	74
Classes C/D/E	20	80
Interior de S. P.	17	83
Grande S. Paulo	25	75
Média	24	76

Fonte: Elaborada com dados da FRUTIFATOS, Brasília, v. 2, n. 2, p. 60, jun. 2002.

apresentarem elasticidades-renda elevadas, sua participação geralmente cresce com a renda familiar.

Hoffmann (2000)⁷ calculou a elasticidade-renda para frutas (banana, laranja e maçã) por três estratos de renda, com dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), no Brasil, 1996. O estrato I corresponde à primeira classe de recebimento familiar (até 2 salários mínimos), o estrato II, às três classes seguintes (3 a 6 salários) e o estrato III, às seis últimas classes (mais de 6 até mais de 30 salários). O autor obteve as seguintes elasticidades: 1,105 para o estrato I; 0,430 para o estrato II; e 0,488 para o estrato III, ou seja, para o estrato mais carente da população um adicional na renda implicaria um aumento maior do consumo dessas frutas.

O consumo médio de frutas na União Européia é de 111kg/pessoa/ano⁸, enquanto no Brasil dados da POF-1996 indicam uma média de 40kg *per capita*, considerando todas as frutas conjuntamente.

O consumo *per capita* de uva de mesa, que em 1996 foi de 2,61kg/ano, cresceu para 2,94kg/ano em 2002, ou seja, cerca de 12,6%. Deve-se ressaltar que esses valores são aproximados, pois não se têm dados exatos de produção de uva de mesa no Brasil. O cálculo foi realizado descontando-se a produção do Estado do Rio Grande do Sul, que é na sua quase totalidade destinada à indústria (Tabela 4).

⁷HOFFMANN, op. cit., nota 5.

⁸FIORAVANÇO, J. C. O mercado comunitário de frutas: participação e perspectivas para o Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 30, n.3, p. 17-33, mar. 2000.

TABELA 4 - População Brasileira, Produção Total, Produção de Uva para Mesa, Exportação, Importação, Consumo Aparente, Consumo *Per Capita* de Uva, Brasil, 1996 a 2002

Ano	População (milhão)	Produção total de uva	Produção de uva para mesa ¹	Exportação (mil t)
		(mil t)	(mil t)	
1996	161,2	684,9	351,3	4,6
1997	163,5	890,7	434,7	4,9
1998	165,7	774,3	425,94	4,4
1999	167,9	931,5	428,6	8,1
2000	170,1	1.024,5	492,0	14,3
2001	172,4	1.058,5	514,3	20,7
2002	174,6	1.148,6	528	26,4

Ano	Importação (mil t)	Consumo aparente	Consumo <i>per capita</i>
		(mil t)	(kg/ano)
1996	73,6	420,3	2,61
1997	39,6	469,4	2,87
1998	41,9	463,44	2,80
1999	24,6	445,1	2,65
2000	24,8	502,5	2,95
2001	7,4	501	2,91
2002	11,0	512,6	2,94

¹Obtida reduzindo-se a produção do Rio Grande do Sul. Fonte: Elaborada com dados do IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> e MDIC/SECEX. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br>>. Acesso em: 1 ago. 2003.

O consumo *per capita* brasileiro de uva para mesa ainda é baixo se comparado com o consumo na União Européia, de 5,69kg *per capita*, na média de 1996-97, de acordo com estudo de Fioravanzo (2000)⁹. O mesmo autor demonstra que o consumo de uva, na Europa, decresceu cerca de 10% de 1980-82 para 1996-97, devido aos efeitos de substituição por outras frutas exóticas e tropicais, que passaram a ser comercializadas na União Européia, como manga, kiwi, abacaxi e outras.

Há portanto, no Brasil, um potencial muito grande para o crescimento do consumo de uva para mesa, tendo em vista a média dos países desenvolvidos. O consumo *per capita* brasileiro, em 1996, de acordo com dados da POF, foi de 1,49kg de uva. O crescimento da renda *per capita*, com certeza, é um fator que poderia ele-

⁹FIORAVANÇO, op.cit., nota 8.

var esse consumo. Nos estratos de renda mais elevado da população, para a faixa de mais de 30 salários mínimos, observa-se que o consumo de frutas foi de 73,0kg *per capita* e para uva de 3,6kg. A participação da uva na cesta de frutas consumida pelo brasileiro é, em média, de 3,69% com crescimento para as faixas de salários maiores (Tabela 5).

TABELA 5 - Consumo *Per Capita* de Uva no Brasil, por Estrato de Renda, 1996

Estrato	Uva (kg)	Fruta (kg)	Part. % uva/fruta
Até 2 salários mínimos	0,211	15,912	1,32
Mais de 2 a 5 salários	0,443	25,295	1,75
Mais de 5 a 8 salários	0,611	31,277	1,95
Mais de 8 a 15 salários	1,142	31,972	3,57
Mais de 15 a 30 salários	2,887	65,185	4,42
Mais de 30 salários	3,670	73,016	5,02
Média	1,494	40,442	3,69

Fonte: Elaborada com dados do IBGE. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 30 ago. 2003.

A uva pré-processada, ou embalada, representa 5,2% do total de 52,8 mil toneladas de uva consumidas anualmente nos supermercados no Estado de São Paulo. As principais variedades consumidas são: Rubi, Itália e Niagara. A participação da uva orgânica no consumo de uvas é irrisória (Tabela 6).

TABELA 6 - Estimativa de Demanda Anual de Uva nos Supermercados no Estado de São Paulo, 2002
(em t)

Uva	Granel	Pré-processada	Orgânica	Total
Itália	15.990	687	36	16.713
Niagara	15.436	1.176	20	16.633
Rubi	18.664	870	-	19.534
Total	50.090	2733	56	52.880

Fonte: Elaborada com dados da FRUTIFATOS, Brasília, v. 2, n. 2, p. 60, jun. 2002.

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A existência de um potencial de consumo de uva para as classes de renda mais baixas no Brasil indica que aumentos na renda e/ou melhor distribuição de renda poderiam aumentar

o consumo total dessa fruta e, conseqüentemente, abrir possibilidades de incrementos da produção que seriam direcionados para o mercado interno. Para as frutas em geral, no Estado de São Paulo, o supermercado é o ponto de compra preferido dos consumidores, seguido pelas feiras livres. Observou-se uma participação significativa na preferência para frutas, verduras e legumes pré-processados e embalados e a preocupação do consumidor por uma dieta mais saudável.