

TENDÊNCIAS E ESTRATÉGIAS DE MERCADO PARA A FRUTICULTURA

TENDENCIES AND STRATEGIES OF MARKET FOR FRUIT PRODUCTION

TIBOLA, Casiane S.¹; FACHINELLO, José C.²

- CARTA AO EDITOR -

RESUMO

Os consumidores estão conscientes sobre a importância da seleção de alimentos saudáveis na prevenção de doenças e na melhoria da qualidade de vida, sendo mais exigentes com relação a qualidade e inocuidade. Os supermercados estão oferecendo seções de frutas atraentes, com embalagens adequadas e praticidade oferecendo frutas prontas para consumir. As estratégias para atender as novas demandas exigem uma visão diferenciada priorizando a qualidade da fruta e o meio ambiente, para atender a estas demandas deverão ser adotadas técnicas de produção preconizadas pelos sistemas de produção integrada e orgânica de frutas. A rastreabilidade apresenta-se como um requisito de todos os sistemas de gestão da qualidade, possui a finalidade de garantir a segurança alimentar, assegurar o direito à informação do consumidor, destacar a origem da produção e aperfeiçoar a organização das cadeias produtivas. Para melhorias no setor de comercialização deve-se atender os seguintes aspectos: inovação, aumento da "vida de prateleira" e profissionalizar a comercialização: regularidade, qualidade e associação dos produtores. As novas cultivares deverão manter a produção de frutos com qualidade e produtividade, resistentes às adversidades climáticas, pragas e doenças, bem como frutas mais práticas para o consumo. Neste cenário, a produção e o consumo de alimentos saudáveis, produzidos com uma clara consciência ecológica converte-se em uma oportunidade viável para a agricultura. O significativo aumento da demanda por esse tipo de produto, reflete uma nova orientação nas preferências dos consumidores, para alimentos gerados com técnicas não agressivas ao meio ambiente, saudáveis e nutritivos.

Palavras-chave: Frutas, qualidade, consumidores, produção integrada e orgânica.

INTRODUÇÃO

Atualmente há maior consciência dos consumidores sobre a importância da seleção de alimentos saudáveis para prevenção de doenças e na melhoria da qualidade de vida. No âmbito dos alimentos preferidos ou recomendados, seja como fonte de alimento ou na prevenção de doenças estão as frutas.

Segundo a FAO (*Food and Agriculture Organization*), nos últimos 10 anos a produção de frutas aumentou em 35%. Considerando as pesquisas, o consumo *per capita* mundial de frutas, no período de 90/97, cresceu a uma taxa geométrica média anual de 2,14%. No Brasil, o consumo de frutas aumentou de 36 kg para 57 kg *per capita* no período de 1994-1998, com aumento de 12% ao ano na taxa de consumo de frutas (NASCENTE, 2001). As frutas respondem por 6,4% das despesas médias das famílias brasileiras, ainda tem-se muito para expandir em comparação com outros países como Estados Unidos onde o consumo é de 150 kg/hab/ano e

Europa 140 kg hab⁻¹ ano⁻¹. No Canadá o consumo de frutas e hortaliças é de 223 kg hab⁻¹ ano⁻¹, onde estimula-se um consumo de 4,5 a 5 porções por pessoa ao dia. A FAO estima que o consumo mundial de frutas de clima tropical aumente em 40% até 2005, entre elas estão a goiaba, manga e mamão que apresentam um crescimento consistente no comércio internacional (FAO, 2001).

As frutas constituem um grupo de produtos heterogêneo, pela sua natureza biológica e diferenciada, pelas condições técnicas de produção, comercialização e grau de transformação. Assim as frutas apresentam o seguinte perfil (ROMOJARO et al. 1996):

- Constituem um componente secundário da oferta de alimentos, com elasticidade de renda superior a média do conjunto dos alimentos;

- Seus níveis de consumo e de comércio possuem relação direta como o grau de desenvolvimento dos países. No Brasil o maior consumo é de banana, laranja e maçã. Na safra uva e pêssego, seguidas por mamão, manga, abacaxi e kiwi;

- Dependem do nível do desenvolvimento da infraestrutura e capacidade tecnológica de cada área de produção. Dependem dos recursos naturais, técnicas de produção, práticas de conservação e outros valores agregados para atingir a qualidade exigida pelo mercado; e

- Constituem um grupo de alimentos com características de qualidade, tipificação e conservação homogênea, estimulando a globalização.

As frutas são saudáveis, fazem bem para o organismo, permitem se alimentar sem ganhar peso, fornecem sais minerais (cálcio e ferro) e vitaminas essenciais (A, B1, B3 e C) (NASCENTE, 2001). Estudos já demonstraram que uma dieta rica em frutas e hortaliças aumenta os níveis de antioxidantes no sangue, substâncias que ajudam a combater doenças e reduzir a pressão sanguínea, contribuindo para a diminuição de doenças cardiovasculares. Mesmo as bananas pouco valorizadas no passado ganham suas letras de nobreza, evitando câimbras, fornecendo o potássio necessário para atletas (GAYET, 1999).

PRINCIPAIS TENDÊNCIAS NO CONSUMO DE FRUTAS

No período pós-guerra o modelo da demanda era baseado na quantidade e no preço, com a separação das atividades orientadas a produção e consumo. A tendência dominante era a produção intensiva, homogênea, não diferenciada, baseada em constantes incrementos de produtividade e diminuição de custos. No entanto o

¹ Eng^a Agr^a Doutoranda em Agronomia, Área de Concentração Fruticultura de Clima Temperado/UFPel. C. P. 354, 96010-900. Pelotas - RS. E mail: casiane@ufpel.tche.br

² Eng^o Agr^o, Dr. Professor Titular - Departamento de Fitotecnia - FAEM/UFPel. E mail: jfachi@ufpel.tche.br

(Recebido para Publicação em 22/05/2003, Aprovado em 26/12/2003)

crescimento intensivo, a evolução e as mudanças no consumo tem provocado crises no sistema agroalimentar devido a saturação da oferta e as novas necessidades alimentícias induzidas pelas mudanças sociais recentes.

Qualidade não é um parâmetro estático, pois as preferências dos consumidores mudam com o tempo. Em geral, o conceito de qualidade tem experimentado modificações importantes, pois as necessidades quantitativas, estão sendo substituídas por exigência de caráter qualitativo onde os aspectos sensoriais, capacidade nutritiva, higiene, proteção da vida e bem estar do consumidor, manutenção da saúde do produtor e diminuição do custo de produção são cada vez mais requeridos e valorizados pelos consumidores (CANTILLANO *et al*, 2001).

Consumidores mais informados

Devido ao crescente impulso dos meios de comunicação e campanhas sobre uma vida mais saudável, os consumidores estão melhor informados e portanto, mais exigentes com relação a qualidade e inocuidade dos alimentos (CANTILLANO *et al*. 2001). Como exemplo a campanha *Five a day*, realizada nas escolas dos EUA e na Grã-Bretanha, cuja mensagem essencial são os benefícios de alimentar-se de maneira sadia. Preconiza o consumo de 5 porções de frutas e hortaliças diariamente, o resultado desta campanha foi o aumento de 8 para 36% no consumo deste grupo de alimentos, no período de 1991 a 1997 (BERRY, 2003). Os segmentos mais jovens são alvos de campanhas pois: possuem mesada, influenciam na compra dos pais e serão futuros adultos, portanto poderão manter o hábito de consumir frutas.

As frutas desidratadas começam a ser consumidas durante o dia, nos intervalos no trabalho, acompanham aperitivos e estão sendo incluídas nas merendas escolares.

Pontos de venda

Os supermercados estão aproveitando a tendência de aumento no consumo de frutas, para oferecer seções mais atraentes, frutas mais bonitas, bem embaladas, aparentando frescor, exigindo de seus fornecedores entregas mais frequentes.

Nos supermercados também são obtidas informações sobre as necessidades dos consumidores (cartões), além de saber questões pessoais, como número de filhos; permite saber o que compra, quanto, com que frequência, tipo de produto prefere, associados ao padrão de vida. A partir desses dados a empresa seleciona os produtos adequados para oferecer.

Embalagens

O consumo de alimentos fracionáveis ou em embalagens com pequenas quantidades, pois as famílias são menores e possibilita um melhor aproveitamento das frutas. No Brasil 9% dos lares são formados por pessoas que moram sozinhas, nos Estados Unidos e na Europa este percentual é de 26% e 30-40%, respectivamente, representando um interessante mercado em crescimento (VEIGA, 2001). Este segmento de consumidores, procuram praticidade, maior período de conservação das frutas, frescor e aparência saudável.

Praticidade

No Brasil, praticamente todos os hotéis, oferecem frutas frescas no café da manhã, além dos sucos, quase todos os hóspedes consomem frutas frescas, confessando que não têm

esse hábito em casa. A razão é a praticidade: no hotel, as frutas estão prontas para consumir (GAYET, 1999).

Estima-se que em 2003, o consumo no mercado norte-americano de produtos minimamente processados tenha alcançado a cifra dos US\$ 20 bilhões. No Brasil o setor de minimamente processados em 1998, movimentou R\$ 450 milhões, sendo que em São Paulo, de 1996 a 1999 foi verificado um aumento no varejo de 200% na oferta destes produtos. Além do consumo caseiro, existe ainda outro grande ramo consumidor em expansão: o de empresas de *fast food*, hotéis, restaurantes de comida a quilo e o de empresas de refeições para portos e aeroportos (VITTI & KLUGE, 2002).

Suco de frutas

O aumento do consumo de sucos é um fenômeno mundial. Estima-se que o crescimento das vendas do segmento de sucos e bebidas à base de frutas deverá ser de 3,4% entre 2000 e 2005. Nos últimos quatro anos, as vendas de sucos prontos para consumo mais que dobraram no Brasil, chegando a 135 milhões de litros, mas o potencial de crescimento ainda é alto (RAMIRO, 2003). Na tabela 1 está representado o consumo de suco, refrigerante e cerveja do Brasil e de outros países com características sócio-econômicas semelhantes.

Tabela 1 - Consumo anual *per capita* (em litros) da Argentina, do Brasil e do México.

	ARGENTINA	BRASIL	MÉXICO
Sucos prontos para beber	3,61*	0,82***	3,18 **
Refrigerante	67,20 *	63,30***	89,90 ***
Cerveja	17,20 **	35,50***	18,60 **

* 1999; ** 2000; *** 2001;

Fonte: Tendências Nielsen - 2002, citado por RAMIRO, 2003.

Pode-se observar que em média os mexicanos e argentinos bebem quatro vezes mais sucos que os brasileiros, por outro lado o consumo de cerveja no Brasil é o dobro, comparando com os mesmos países. Esta análise demonstra um grande potencial para ampliação do mercado de sucos no Brasil, considerando que o consumo *per capita* ainda é baixo.

Num mercado em que predominava o suco de laranja, lançamentos de sucos de manga, pêssego, maçã e morango, tiveram boa aceitação pelos consumidores. As embalagens do tipo abre-fácil tem uma demanda crescente, inovações como sucos em latinhas iguais às de refrigerante também estão sendo bem aceitas. As empresas do setor também estão tendo um bom desempenho no mercado de sucos de baixa caloria, *light* ou *diet*.

Os adolescentes estão tomando menos refrigerantes e mais bebidas a base de frutas, sejam isotônicas ou sucos diversos. O *Mc Donald's* diversificou sua oferta de bebidas, incluindo dois sucos de frutas. Desde então, o consumo de maracujá no país quadruplicou, e passamos de maior exportador mundial a importador. Não é que o consumo no *Mc Donald's* seja tão volumoso, mas o efeito de alavancagem conseguido com essa vitrina surpreendeu a todos (GAYET, 1999).

Frutas exóticas

O mercado internacional de frutas é marcado por uma competitividade extrema e pela grande diversidade de produtos, dos quais apenas uma pequena parte é comercializada internacionalmente em larga escala. Cítricos

em geral, maçã, uva, banana, pêra, abacaxi e pêssego são as frutas mais consumidas no mundo e representam 84% da produção frutífera mundial. Entre essas, a banana, a pêra e o abacaxi são as frutas mais consumidas mundialmente *in natura*. A Europa importa 60% das frutas frescas e os Estados Unidos importam 11%. O comércio internacional tem registrado um crescimento consistente do movimento das frutas de clima tropical, como goiaba, manga e mamão. A FAO estima que o consumo mundial de frutas de clima tropical aumente em 40% até 2005. Para incrementar o consumo de frutas tropicais, que são uma novidade na Europa, é necessário melhorar o marketing através da melhoria na apresentação, embalagem e promoções dos produtos. Também é necessário superar as barreiras culturais do consumo de frutas menos conhecidas como a manga e o mamão (papaya).

No século 20 acrescentou-se novas espécies frutíferas como o kiwi (China) e mirtilo (Estados Unidos), estes foram selecionados e melhorados e atualmente são conhecidos mundialmente. O kiwi teve uma importante campanha publicitária e atualmente é uma das frutas mais consumidas mundialmente.

ESTRATÉGIAS PARA ATENDER AS NOVAS DEMANDAS DO SETOR FRUTÍCOLA

O mercado mundial consumidor de frutas, estabelece requisitos sanitários rigorosos, exigindo garantias de qualidade e inocuidade, o que requer a adoção de uma visão diferenciada de produção priorizando a qualidade da fruta e o meio ambiente. As alternativas, em consonância com as novas tendências para fruticultura, são a adoção de técnicas de produção preconizadas pelos sistemas de produção integrada e orgânica de frutas.

Requisitos sanitários

Juntamente com o aumento de consumo no setor de "hortifrutí", houve o incremento na identificação do número de doenças provenientes de alimentos, associadas principalmente a ingestão de frutas e hortaliças. Segundo o Centro de Prevenção e Controle de Doenças (CDC) Atlanta, Geórgia, o número de pessoas infectadas dobrou, no período de 1973 a 1998. Os patógenos que apresentaram ocorrência mais freqüente, na Comunidade Européia são: *Salmonella* e *Shigella* nas frutas e hortaliças importadas e *Salmonella* e *Escherichia coli* nos domésticos (PACHECO & COBO, 2002).

A segurança alimentar desde o pomar até o consumidor, é responsabilidade de todos os agentes da cadeia produtiva. Baseado nestas considerações torna-se necessário a adoção de medidas sanitárias preventivas, durante o processo produtivo, que permitam minimizar os riscos de contaminação microbiana. Segundo PACHECO & COBO (2002), as medidas preventivas que podem ser adotadas ao longo da cadeia produtiva são:

- Fertilizantes orgânicos (esterco), utilizados no cultivo devem ser compostados, tendo o cuidado de armazenar distante da área de produção, respeitando o período entre a aplicação e a colheita;
- A água utilizada na produção, processamento e expedição, deve ser potável, devendo ser realizados monitoramentos e análises periodicamente;
- Capacitação e treinamento dos trabalhadores em higiene pessoal e segurança alimentar.

- Os sanitários e pias devem estar limpos e possuir água potável, sabão, papel toalha, garantindo as condições para adequada higiene dos usuários.

- Os utensílios de colheita (tesouras, caixas, contentores) devem ser limpos e desinfestados, antes de entrarem em contato com as frutas.

- Os locais destinados ao armazenamento ou transporte (câmara frigoríficas, veículos, *containers*), bem como outros locais que entram em contato com as frutas, devem ser limpos e desinfestados;

- Eficiente controle de pragas, nas processadoras e/ou empacotadoras;

- Registrar e arquivar os tratos culturais e procedimentos adotados em todas as etapas envolvidas na produção/processamento das frutas, garantindo a rastreabilidade de todo o sistema.

Produção Integrada de Frutas (PIF)

A produção integrada surgiu da necessidade de se racionalizar o uso de agroquímicos, sem prejuízos à produção e a produtividade das culturas. Os princípios básicos que regem a PIF são elaboração e desenvolvimento de normas específicas para cada cultura e caderneta de campo e de pós-colheita onde devem ser anotados todas as práticas de manejo adotadas na produção das frutas.

O monitoramento de pragas é fundamental no sistema PIF, estudar os hábitos das pragas, através do monitoramento, a fim de melhorar a eficiência na aplicação de agrotóxicos, realizar aplicações localizadas e somente quando atingir o nível de dano econômico, além de utilizar produtos mais específicos, com baixo efeito residual e menor impacto ambiental.

No Brasil, a produção integrada, está sendo adotada por todas as fruteiras com expressão comercial no mercado, envolvendo 14 espécies. A maçã foi a primeira fruta a ser manejada de acordo com o sistema PIF, na safra 2002/2003 serão certificados 8.660 ha, aproximadamente 2/3 dos pomares comerciais, de acordo como Modelo de Avaliação de Conformidade da PIF – MAPA e IN METRO (Figura 1). Os produtores interessados, que possuem no mínimo um ano de experiência no manejo da PIF, serão avaliados por meio de um Organismo de Avaliação de Conformidade e se estiverem conforme, receberão o selo PIF Brasil. Em 2003 as culturas do mamão, manga, uva e pêssego estão em processo de elaboração e aprovação das normativas, para posteriormente serem certificadas (BÉLING, 2003).

Produção Orgânica de Frutas

O mercado mundial de produtos orgânicos foi estimado pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), em US\$ 23,5 bilhões em 1999. A área mundial dedicada a este sistema é de 2.600.000 ha com uma projeção de crescimento de 20 a 30% nos próximos 10 anos (CANTILLANO et al. 2001).

O mercado japonês de orgânicos cresce 30% ao ano, movimentando US\$ 2 bilhões. Nos Estados Unidos o segmento evolui 20% ao ano, na Europa 25% ao ano, com faturamento de US\$10 bilhões e US\$10,5 bilhões, respectivamente. No Brasil o segmento de produtos orgânicos movimenta US\$ 200 milhões, crescendo a uma taxa de 30% ao ano (DULLEY, 2001).



Figura 1 - Selo de certificação de maçãs produzidas de acordo com o Sistema PIF.

No Brasil a área atualmente ocupada com cultivos orgânicos é de 100 mil ha, o que assegura o segundo lugar na América Latina após a Argentina, que dedica 3 milhões de ha aos cultivos orgânicos. O mercado exportador é muito atraente para os produtos orgânicos, especialmente para frutas. As principais frutas exportadas são: laranja e frutas secas (SP); castanha de caju (NE); Guaraná (AM) (DAROLT, 2002).

Empresas especializadas em produtos orgânicos como a *Organic Farm Foods*, tem interesse em identificar os fornecedores no Brasil, principalmente de bananas, mangas, melões e uvas, visando fomentar o desenvolvimento da atividade mediante o fornecimento de orientação técnica, financiamento a produtores e antecipação do pagamento, além de garantir a comercialização (RODRIGUEZ & GOTO, 2000).

A expansão da agricultura orgânica no Brasil dependerá, entre outros fatores, de uma legislação eficiente que garanta que o produto é orgânico; processo de certificação; organização da comercialização; apoio governamental através de políticas que apoiem e incentivem a conversão dos agricultores convencionais em orgânicos; investimentos em centros de pesquisa, ensino e extensão (DAROLT, 2002).

Rastreabilidade

O consumidor mundial passou a exigir rastreabilidade da cadeia produtiva, como forma de garantir informação imediata e transparente sobre os perigos que possam afetar a segurança do alimento que consome. A rastreabilidade visa atender a essa necessidade mantendo um registro confiável, ágil e seguro de todos os passos envolvidos nos processos da cadeia produtiva, desde o fornecedor de insumos até a disponibilização do produto ao consumidor (DIGIOVANI, 2002).

A rastreabilidade apresenta-se como um requisito fundamental de todos os sistemas de gestão da qualidade, possui a finalidade de garantir:

- Segurança alimentar;
- Assegurar o direito à informação do consumidor;
- Destacar a origem e qualidade da produção; e
- Aperfeiçoar a organização das cadeias produtivas através da valorização do trabalho e inovações tecnológicas.

A rastreabilidade é fundamental, especialmente nos casos em que o impacto causado por incidentes envolvendo a segurança de produtos leva, além dos danos à saúde dos consumidores, à redução da confiança da população nos

produtos, nos órgãos de fiscalização e nas empresas (EAN Brasil, 2002).

A União Européia a partir de 2003, não importará mais frutas temperadas produzidas pelo sistema convencional, no caso de frutas tropicais o prazo estipulado é 2005 (BELING, 2003). São exigidas frutas com selo de certificação, produzidas no sistema de produção integrada ou orgânica, que contenham código de barras, que possibilita a recuperação das informações da procedência e histórico do produto (RUFATO et al. 2003).

Logística

O Brasil apresenta perdas médias que variam de 20 a 40% do total produzido nos pomares, dependendo da espécie e do estágio em que a fruta é descartada pelo mercado (NEVES FILHO, 2001).

O caráter perecível dos produtos é a sua principal restrição, o qual deve ser corrigido pelos avanços tecnológicos, tanto nas práticas de produção e conservação como no transporte e refrigeração, estão sendo impulsionadas pela presença de grandes grupos comercializadores que demandam altos volumes de produtos (CANTILLANO et al. 2001).

O estabelecimento de critérios de qualidade e padronização dos produtos, principalmente aqueles destinados a exportação, para estabelecer preços mais justos, agregando valor as frutas produzidas no Brasil.

Para a melhoria da comercialização e redução das perdas deve-se planejar a produção, a partir de informações de mercado, o produtor deve produzir o volume de frutas para o qual terá demanda.

Para evoluir na comercialização deve-se atentar para os seguintes aspectos:

- Inovação: melhoria no visual, sabor, novos produtos (damasco, amora, framboesa, etc);
- Aumentar a vida de prateleira (armazenamento): ponto de colheita, conservação, embalagem e transporte; e
- Profissionalizar a comercialização: regularidade (respeitar a programação), qualidade, associação dos produtores, unidos terão maior facilidade de alcançar a escala de produtos necessária para atuar bem no mercado: a produção individual garante o alto nível de qualidade, e a consolidação da comercialização garante o melhor retorno financeiro.

Melhoramento genético

A seleção de novas cultivares devem manter a produção de frutos de alta qualidade, alta produtividade, resistentes as adversidades climáticas, doenças e pragas, visando reduzir o uso de agrotóxicos. Também devem atender a demanda por frutas mais práticas para o consumo: sem sementes e fáceis de descascar, como por exemplo uva e laranja para mesa.

Melhoramento de fruteiras nativas, como araçá, amora, feijoa, pitanga e jaboticaba, através da seleção das melhores variedades, que apresentam características atraentes para o mercado, quanto ao sabor, coloração, tamanho e conformação das frutas (CORRÊA, 2002).

Fruticultura Irrigada

A produção de frutas no Vale do São Francisco (NE), apresenta crescimento contínuo, principalmente voltado para exportação, o que possibilitou a transformação da região em grande pólo de fruticultura, gerando empregos e renda para a região.

Destaca-se na produção frutícola, o pólo Petrolina/Juazeiro, que já conta com mais de 100 mil ha irrigados, garante emprego a 400 mil pessoas em áreas do semi-árido da Bahia e Pernambuco (CORRÊA, 2002). Além da manga que tem 60% da sua produção destinada ao mercado externo e da uva que possui 10% da produção vendida para o exterior, frutas como goiaba, coco, melancia e atemóia (pinha) também destacam-se na região (CAMAROTTI, 2000).

Produção de Mudanças Certificadas

Foram realizados investimentos governamentais em parceria com universidades, centros de pesquisa e embrapa para a instalação de 25 viveiros, para a produção de material com origem genética conhecida e com garantias fitossanitárias (CORRÊA, 2002).

A técnica de micropropagação, que se constitui no desenvolvimento de plantas em meio artificial sob condições assépticas e controladas, possibilita a obtenção de mudas sadias, rapidamente, independente da época do ano, diminui a possibilidade de disseminação de patógenos (vírus), está sendo amplamente utilizada. A micropropagação também garante a manutenção de características desejáveis como resistências às pragas e doenças, tolerância às condições de solo e clima, contenção do vigor da planta, sendo portanto de grande importância para a viabilização econômica no processo de produção de mudas de frutíferas garantindo a produtividade e longevidade dos pomares.

Através de estudos na área de biotecnologia procura-se identificar, isolar e caracterizar genes que estão envolvidos em processos biológicos que controlam a produtividade, resistência a estresse biótico e abiótico em plantas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste cenário, a produção e o consumo de alimentos saudáveis, especialmente frutas, produzidas com uma clara consciência ecológica converte-se em uma oportunidade viável para a agricultura. O significativo aumento da demanda por esse tipo de produto, reflete uma nova orientação nas preferências dos consumidores, para alimentos gerados com técnicas não agressivas ao meio ambiente, saudáveis e nutritivos.

A produção integrada e a produção orgânica buscam satisfazer as novas demandas exigidas pelos consumidores. Existem oportunidades de mercado para esses tipos de alimentos, mas a qualidade, credibilidade e confiança são aspectos fundamentais para sua consolidação no Brasil.

A fruticultura é uma atividade bastante promissora para o desenvolvimento da agricultura brasileira, apresenta um ambiente favorável ao crescimento, como a existência de programas governamentais, aumento de consumo no mercado interno, possibilidade de incrementar as exportações e contribuição para geração de empregos e renda para as regiões produtoras. Para tanto, deverá superar os obstáculos de planejamento da produção com uma solução integrada das problemáticas de qualidade, organizar a cadeia produtiva, adoção de novas tecnologias e minimização do custo de produção.

SUMMARY

Consumers are conscious about the importance of the selection of healthy foods in prevention of diseases and improvement of the life quality, being more demanding concerning the quality and innocuousness. The supermarkets are offering attractive fruit sections

with adapted and practical packages, offering fruits ready for consumption. The strategies to assist the new demands require a different vision prioritizing the quality of the fruit and the environment, to attend to those demands, techniques of production advocated by the systems of integrated and organic fruit production, should be adopted. The traceability its a requirement of all systems of quality management, it possesses the purpose of guaranteeing the alimentary safety, to assure the rights to the consumer's information, to highlight the origin of the production and to improve the organization of the productive chains. For improvements in the commercialization should be accomplished, the following aspects: innovation, increase of the shelf life, regularity, quality and association of the producers. New cultivars should have to maintain the production of fruits with quality and productivity, resistance to the climatic adversities, pests and diseases, as well as more practical fruits for the consumption. In this scenery, the production and the consumption of healthy foods, produced with a clear ecological conscience turn into a important opportunity for agriculture. The significant increase of the demand for that product type, reflects a new orientation in the consumers' preferences, for healthy and nutritious foods generated with non aggressive techniques to the environment.

Key words: Fruits, quality, consumers, integrated and organic production.

REFERÊNCIAS

- BELING, R. R. **Anuário brasileiro da Fruticultura**. Santa Cruz do Sul: Gazeta Santa Cruz, 2003. 136p.
- BERRY, B. About the program – National Cancer Institute. Disponível em: <http://www.5aday.gov> Acesso em: 24 de abril, 2003.
- CAMAROTTI, M. Vale do São Francisco amplia o volume das exportações de frutas. Disponível em: http://www2.uol.com.br/JC/_2000/0110/indice.htm. Acesso em: 27 de julho, 2003.
- CANTILLANO, R. F.F.; MATTOS, M. L. T.; MADAIL, J. C.M. Mercado de alimentos: tendência mundial. **Informe Agropecuário**, v. 22, n.213, 2001.
- CORRÊA, S. **Anuário Brasileiro da Fruticultura 2002**. Santa Cruz do Sul/RS: Gazeta do Sul, 2002. 176 p.
- DAROLT, M. R.; A agricultura orgânica na América Latina. Disponível em: <http://www.planetaorganico.com.br/trabalhos> Acesso em: 23 de março, 2003.
- DIGIOVANI, M. S. Certificação, rastreabilidade e normatização. Boletim Informativo da FAEP – Federação da Agricultura do Estado do Paraná – 705. p. 8. Disponível em: <http://www.fae.org.br> Acesso em: 10 abril, 2002.
- DULLEY, R. D. Mercado mundial de produtos agrícolas orgânicos. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br> Acesso em: 27 de julho, 2003.
- EAN Brasil - Associação Brasileira de Automação. Centros de Competência: Rastreabilidade. Disponível em: <http://www.eanbrasil.org.br> Acesso em: 10 agosto, 2002.
- FAO/STAT, 2001. Disponível em: http://www.fao.org/waicent/portal/statistics_es.asp Acesso em: 08 agosto, 2002.
- GAYET, JEAN PAUL. Novo elo na Cadeia – Especial citricultura. Rio de Janeiro: **Agroanalysis**, v. 20, n. 2, fev. 1999.
- NASCENTE, A. S.; A fruticultura no Brasil. Ciência e Pesquisa – artigos técnicos. Disponível em: <http://www.sede.embrapa.br> Acesso em: 23 de março, 2003.
- NEVES FILHO, L. de C.; SILVEIRA JÚNIOR, V.; CORTE, L. A. B. Aspectos na cadeia do frio para frutas. **Revista Frutas e Legumes**, São Paulo, SP, ano II, n. 11. p. 12 – 18, 2001.
- PACHECO, J. L. S.; COBO, H. La inocuidad de frutas y hortalizas comienza en la finca (Manual del Operario). In:

SEMINÁRIO BRASILEIRO DE PRODUÇÃO INTEGRADA DE FRUTAS, 4, 2002, Bento Gonçalves. **Anais...** Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2002. p. 3-11.
Bento Gonçalves: **Anais** do IV Seminário Brasileiro de Produção Integrada de Frutas, p. 3-11, 2002.
RAMIRO, D.; Eles ensinaram o Brasil a beber suco. VEJA On Line 15/01/03 – Disponível em: <http://www.veja.abril.com.br/vejarj/260602/consumo.html> Acesso em: 23 março de 2003.
RÓDRIGUES, J. U. T. B.; GOTO, R. S. B. Alimentos orgânicos: selo para garantir origem e qualidade. **Agriannual 2000**. São Paulo, 2000. p. 65-66.

ROMOJARO, F.; RIQUELME, F.; PRETEL, M.T.; et al. **Nuevas tecnologías de conservación de frutas y hortalizas**. Madrid: Mundi-Prensa, 1996. 221p.
RUFATO, L.; ROSSI, A. de; FACHINELLO, J. C.; et al. Prospettive e potenzialità della frutticoltura brasiliana. Bologna-Itália: **Rivista Frutticoltura**, n. 1, 2003. p. 63 –67.
VEIGA, A. Solidão. **Veja**, São Paulo, n. 29, p. 102 –108, jul. 2001.
VITTI, M. C. D.; KLUGE, R. A. Prontos para o consumo. São Paulo, SP: **Revista Frutas & Legumes**, n. 15, p. 22-28, 2002.