

Palmito de Pupunha

Luiz Fernando Guerreiro¹

Sumário

1	INTRODUÇÃO	1
2	ANÁLISE DO PRODUTO	2
3	CARACTERIZAÇÃO DA DEMANDA	4
3.1	CONSUMO MUNDIAL	4
3.2	PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES	5
4	CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA	5
4.1	PRODUÇÃO MUNDIAL	5
4.2	PRODUÇÃO DO BRASIL	6
4.3	EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS	8
4.4	EXPORTAÇÕES MUNDIAIS	8
4.5	MERCADO RELEVANTE	9
4.5.1	<i>Fatores Relevantes que Influenciam as Exportações</i>	10
4.6	ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO	10
4.7	PREÇOS E CUSTOS DE PRODUÇÃO	11
5	ANÁLISE DA CARTEIRA DA DESENBÁHIA	13
6	CONCLUSÕES	13

1 Introdução

A pupunha constitui-se a mais nova alternativa para a produção de palmito, tendo a vantagem de ser explorada em plantios organizados. O palmito é basicamente uma iguaria do Brasil, que responde por cerca de 85% da produção mundial, não dominando, contudo, as exportações. A principal causa da perda desta liderança é a falta de qualidade do produto brasileiro. As exportações brasileiras já foram da ordem de US\$ 40 milhões, situando-se hoje em cerca de 7 a 8 milhões de dólares anuais.

A pupunheira (*bactris gasipaes*) é palmeira perene, nativa da região tropical das Américas, sendo utilizada, há séculos, para a produção de frutos que são até hoje a base da alimentação dos habitantes de sua região de origem. Os frutos dessa palmeira são ricos em amido (carboidratos) e vitamina A.

O interesse nessa palmeira como produtor de palmito só começou no início dos anos 1970, quando a exploração predatória da palmeira juçara na região sudeste do Brasil tinha

¹ Com a colaboração de Paulo A. Meyer M. Nascimento.

alcançado o seu máximo e as reservas de palmito nativo já estavam bastante dilapidadas. Atualmente, a pupunha vem se destacando pelo seu potencial para a exploração racional de palmito, devido principalmente às suas características de precocidade, rusticidade e perfilhamento. O palmito produzido por esta palmeira, embora com características diferentes das espécies tradicionalmente usadas para a exploração de palmito (juçara e açai), é bem aceito.

Conforme mencionado, as principais características da pupunheira que interessam para a produção de palmito são a precocidade, o perfilhamento e a ausência de espinhos. Todas as populações de pupunheiras perfilham, embora ocorra uma variabilidade muito grande entre plantas. Há plantas que perfilham logo após seis meses do plantio definitivo no campo, enquanto outras só o fazem após o corte da planta mãe. A produção de palmito baseia-se nessa característica de regeneração permanente.

A cultura da pupunha foi introduzida na Região do Baixo Sul do Estado há alguns anos, porém, ainda em pequena escala. Com a perspectiva de implantação de uma grande indústria de beneficiamento do palmito de pupunha na região, abrem-se amplas possibilidades de expansão da cultura, principalmente nos municípios de Ituberá, Taperoá, Nilo Peçanha, Cairu e Camamu, fazendo-se necessária a realização de estudos visando detectar a necessidade e viabilidade de implantação de um programa de apoio à cultura da pupunha.

2 Análise do Produto

Denomina-se de palmito o produto comestível de formato cilíndrico, macio e tenro, extraído da extremidade superior do estipe da palmeira. É constituído, basicamente, pelo meristema apical e um número variável de folhas internas, ainda não plenamente desenvolvidas e imbricadas, sendo envolto e protegido pela bainha das folhas adultas, mais externas.

O palmito da pupunha, ao contrário do que ocorre com o da juçara e com o do açazeiro, apresenta a grande vantagem de não escurecer após o corte. Isto facilita o processamento e permite que outras formas mais simples de acondicionamento do produto sejam desenvolvidas, diminuindo os gastos e simplificando sua industrialização. Devido ao não escurecimento, pode ser vendido *in natura*. Tal fato, juntamente com a possibilidade de corte o ano todo, proporciona um lucro constante, mesmo ao pequeno proprietário.

Como toda planta em via de se tornar um cultivo, ainda existe uma série de informações necessárias a serem fornecidas aos agricultores interessados em seu plantio; espaçamento, adubação, manejo de perfilhos e colheita devem ser desenvolvidos para cada região de plantio, dado as diferentes variantes edafoclimáticas. Da mesma forma, material genético de alta qualidade, adaptado às diversas regiões de cultivo, deve ser desenvolvido e posto a disposição do agricultor. O material existente, embora bom, apresenta pouca

homogeneidade, principalmente com relação ao perfilhamento e desenvolvimento vegetativo, podendo ser melhorado.

Quanto aos entraves existentes ao seu cultivo, destacam-se os inerentes à planta, que desestimulam o cultivo em larga escala das principais palmeiras produtoras de palmito comestível de boa qualidade. Palmeiras do gênero *Eutepe* demoram de 8 a 12 anos para estarem aptas para o corte do palmito. O segundo fator de importância é a baixa sobrevivência das mudas, especialmente da palmeira juçara, com perdas às vezes superiores a 40%. Em terceiro lugar pode ser mencionada a heterogeneidade do material existente. Como espécies que sofreram pouco melhoramento, há grande variabilidade entre e dentro das populações, o que se traduz em ausência de uniformidade na formação das mudas, na área de cultivo e na colheita do produto. Há variabilidade também para características químicas e bioquímicas do palmito, afetando sobremaneira a qualidade do produto final. Perda rápida da viabilidade das sementes e dificuldade para sua conservação e armazenamento são outros fatores que, se não impedem, pelo menos prejudicam o plantio único em largas áreas. Esses e outros problemas podem e estão sendo resolvidos pela pesquisa. O Instituto Agrônomo de Campinas é pioneiro e tem a liderança no estudo de palmeiras produtoras de palmito, com introduções de açazeiros e pupunheiras que remontam ao ano de 1950.

A Região do Baixo Sul da Bahia apresenta condições climáticas e ambientais favoráveis ao desenvolvimento da pupunha, que é uma palmeira caespitosa (multi-caule) que pode atingir até 20 m de altura, sendo encontrada na América Central e principalmente na Amazônia. O diâmetro do caule varia de 15 a 20 cm e o comprimento dos entrenós de 2 a 30 cm. Os entrenós apresentam numerosos espinhos rígidos e pretos ou marrons escuro, porém algumas espécies são desprovidas de espinhos.

A pupunha está apta para colheita entre 2 a 10 anos, pela sua característica multi-caule e pela ocorrência de brotações, o que possibilita colheitas escalonadas. A planta acima de 10 anos reduz a produção de frutos e dificulta a colheita. As espécies tradicionais levam de 7 a 12 anos para estarem aptas para corte, sendo que a juçara, devido ao não perfilhamento, tem corte único.

Embora o cultivo da pupunheira possa ser implantado nas mais diferentes condições climáticas, é nas regiões de clima quente e úmido, com temperatura média anual de 22°C e precipitação acima de 1600 mm por ano e bem distribuída, que se obtém maior desenvolvimento vegetativo e maior peso em palmito por planta e por área. A palmeira pupunha não tolera geada, principalmente durante a fase de formação de mudas e até um ano após o plantio no campo. Em palmeiras adultas há queima das folhas mais externas, mas não ocorre morte da planta. A espécie é também pouco resistente a ventos fortes.

A formação de mudas de pupunheira possui um processo simples e seguro desde que sejam seguidas as recomendações mínimas desde a colheita de frutos, passando pela

semeadura e germinação, chegando aos tratos culturais em viveiro. Um dado importante é que sua madeira vem sendo utilizada na indústria moveleira, já que a madeira apresenta alta resistência, três vezes a mais que o mogno, além dos custos serem 40% inferior a outras madeiras. O seu uso, contudo, deve ser oriundo de plantas com mais de três anos.

Além da pupunheira, também a palmeira-real-da-austrália, historicamente cultivada em trópicos e sub-trópicos como planta ornamental, vem sendo plantada com a finalidade de produzir palmito para consumo. Recentemente, começou-se a transformar essas plantas ornamentais também em cultura comercial, pois foi observado que o palmito oriundo delas é de boa qualidade. Em Santa Catarina, a EPAGRI (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina) vem estudando o cultivo da palmeira-real-da-austrália desde 1995. Seu plantio vem se intensificando no Sul do País, devido à sua particular resistência ao frio. Para regiões quentes o ano todo, a cultura da pupunheira tem se sedimentado mais firmemente, apesar de ambas produzirem um palmito de qualidade.

3 Caracterização da Demanda

3.1 Consumo Mundial

Não existem informações precisas sobre o consumo mundial de palmito, não se encontrando dados estatísticos nas publicações da FAO, bem como nas realizadas pelos órgãos governamentais brasileiros. As poucas informações encontradas sobre consumo interno e externo, bem como sobre o mercado internacional do produto são conflitantes.

Segundo informações obtidas no “Info-guide on line: Palmito Pupunha”, o Brasil, nas décadas de 40 e 50, era o seu maior exportador, chegando a ser responsável por cerca de 95% do palmito consumido mundialmente.

No ano de 1999, as exportações brasileiras representaram apenas 15,5% das exportações mundiais, ficando atrás da Costa Rica e Equador, os quais ocupam respectivamente a primeira e segunda colocação. Naquele mesmo ano, as exportações mundiais totalizaram US\$ 93,1 milhões, para 23,4 mil ton, contra US\$ 100,2 milhões no ano anterior, que equivaleram a 20,2 mil ton, mesmo patamar de 1997. Isto representa uma redução de 7% em termos de faturamento em 1999, embora a quantidade exportada de palmito tenha crescido. Em termos quantitativos, o comércio internacional cresceu 29% no ano de 1999 em relação ao ano de 1997.

O Brasil exporta principalmente o palmito extraído do açai e juçara, enquanto o Equador e a Costa Rica participam no mercado com palmito de pupunha, os quais têm aumentado as suas exportações em função da qualidade do produto.

3.2 Principais Países Importadores

O mercado internacional de palmito requer alto grau de profissionalização, uma vez que exige qualidade desde a produção da matéria prima até o conhecimento do mercado externo, da legislação sanitária e ambiental. Trata-se de um mercado no qual se deve ter rigoroso controle de qualidade e regularidade na oferta, sendo que, quanto à qualidade, é fundamental a padronização do diâmetro e da textura do produto.

Os principais importadores mundiais de palmito são: França, Argentina, Estados Unidos, Espanha e Chile, além do próprio Brasil, que também ainda importa o produto, apesar de ser o terceiro maior exportador.

Tabela 1: Países Importadores de Palmito - em US\$ Mil

Países	1997	1998	1999
França	31.000	32.500	24.000
Argentina	24.500	27.500	30.000
Estados Unidos			
Brasil	6.500	5.500	4.200
Espanha	4.000	6.000	4.500
Chile	3.100	3.100	3.200

Fonte: Exproplam Brasil

As exportações brasileiras, que alcançaram quase US\$ 30 milhões no ano de 1995, caíram para US\$ 14,5 milhões em 1999. Até então, a Argentina era o seu maior comprador, seguida dos Estados Unidos e da França. A maior parte das exportações para os EUA é realizada diretamente para o importador local, que, por sua vez, revende os produtos para supermercados e lojas de produtos alimentícios. Os importadores americanos de palmito estão localizados predominantemente na Califórnia, Flórida, Texas e Nova Jérsei, suprindo as localidades onde ocorre uma maior demanda para o palmito, ou seja, nas grandes cidades da costa leste e oeste.

4 Caracterização da Oferta

4.1 Produção Mundial

Segundo informações contidas em artigo publicado na Revista “Globo Rural”, número 174, de abril de 2000, o Brasil responde por cerca de 85% da produção mundial de palmito, apesar de não dominar mais as exportações desse produto. Isto se deve, principalmente, como já frisamos, à falta de qualidade, o que estimula o incremento da produção em outros países, a exemplo da Colômbia, cuja produção foi incrementada a partir do interesse demonstrado por importadores franceses.

Nos últimos anos, Costa Rica e Equador, com plantios de pupunha de forma organizada, com ganhos de escala e conseqüentemente preços mais baixos, assumiram a liderança do mercado internacional.

Não existem registros estatísticos sobre a produção mundial do palmito, tendo-se pesquisado inclusive as publicações e os seus *sites* especializados, não sendo encontrado nenhuma informação, levando a estimar a produção mundial com base nos dados do mercado internacional.

4.2 *Produção do Brasil*

Os dados oficiais sobre a produção brasileira de palmito são do IBGE, estando disponíveis até 2000 (ver Tabela 2). Tais dados mostram que a produção extrativista dobrou de 1996 para 1997, mas vem se reduzindo bastante depois disso, atingindo em 2000 um patamar inferior ao verificado antes do grande salto de 1997. Ainda que os dados devam ser utilizados com cautela em virtude de eventuais erros de mensuração (sobretudo nos anos de 1996 e 1997, uma vez que o valor atribuído à produção de 1997 é significativamente mais alto do que os valores relativos a todos os demais anos apresentados), os números da Tabela 2 mostram uma leve tendência de retração na produção extrativista de palmito no Brasil.

Já a produção oriunda de lavouras permanentes tem crescido substancialmente ano após ano. Em 1997, a quantidade de palmito advinda dessa modalidade de produção cresceu mais de três vezes em relação a 1996. Nos anos seguintes, o crescimento da produção na forma de lavoura continuou crescendo, a taxas que variaram de 128% a 240%. É verdade que, após haver triplicado em 1997, essa produção vem obtendo taxas decrescentes de crescimento. Mesmo assim, tais taxas permaneceram elevadas o suficiente para ensejar um cenário, ao menos de médio prazo, de expansão da produção de palmito oriundo de lavouras permanentes.

Tabela 2: Produção Brasileira de Palmito (em Toneladas) e variação percentual 1996/2000

Procedência	1996	1997	1998	1999	2000	
Extrativismo	18.155	36.449	24.188	18.575	17.154	-6%
Lavoura	1.541	4.773	11.449	19.089	24.356	1481%
Total	19.696	41.222	35.637	37.664	41.510	111%

Fonte: IBGE

A produção total brasileira de palmito, por sua vez, tem se mantido em um patamar entre 35.000 e 42.000 toneladas entre os anos de 1997 a 2000. Em 1996, no entanto, essa produção não chegava nem mesmo a 20.000 toneladas. O grande salto na produção verificado em 1997, conforme já visto, ocorreu tanto na produção extrativista quanto na de lavoura. Contudo, as exportações brasileiras do produto apresentaram, em toneladas, uma leve queda naquele ano em relação com o ano anterior e continuaram a cair nos anos seguintes (ver Tabela 3), ao passo que a produção se manteve em níveis elevados. A manutenção da produção total em alta escala a partir de 1997, quando comparada a 1996, pode ser atribuída ao crescimento do mercado interno no período.

Por outro lado, a redução da produção extrativa se deve basicamente a dois fatores: a devastação indiscriminada das florestas e a busca do próprio mercado por uma alternativa ambientalmente correta e economicamente viável. A devastação indiscriminada das florestas, que tem ocorrido ao longo de décadas, principalmente nas regiões Leste e Sudeste do Brasil, provocou, dentre outras conseqüências, o esgotamento das reservas naturais de palmeiras produtoras de palmito doce. Ao mesmo tempo, a quase extinção do palmito juçara, originário da Mata Atlântica e ecossistemas associados, e o deslocamento da sua exploração para a Região Amazônica, podem provocar também naquela região a extinção econômica da espécie, o que obrigou o próprio mercado a buscar uma alternativa ambientalmente correta e economicamente viável que atendesse este segmento.

Desde o evento mundial denominado “RIO 92”, quando os países participantes foram signatários de um acordo no sentido de que a partir do ano 2000, a importação e/ou exportação do palmito a ser consumido deverá ser proveniente de florestas plantadas e não simplesmente extraído da mata nativa, o Brasil começou a estudar a viabilidade do plantio do palmito, principalmente oriundo da pupunha. A produção extrativista passou, então, a ser direcionada unicamente ao mercado interno.

Atualmente, a quase totalidade do palmito produzido através do extrativismo é oriundo das palmeiras de açai do Baixo Amazonas, principalmente dos abundantes palmeirais da Ilha de Marajó. Contudo, já vem sendo realizado um trabalho de conscientização, visando um manejo adequado e o plantio de novas palmeiras.

Os problemas do palmito brasileiro, entretanto, não se resumem à substituição da produção extrativista pela de lavoura. Há também a questão do controle da qualidade do produto, essencial para se evitar episódios como o ocorrido em São Paulo, em 1998. Na ocasião, surgiram diversos casos de botulismo associado ao consumo de palmito impróprio. Apesar de o surto não ter se sido desencadeado apenas pelo palmito brasileiro (alguns casos foram causados por marcas de origem estrangeira), o produto nacional sofreu grandes efeitos negativos dentro do próprio país com o ocorrido. O mercado, que já estava desorganizado pela concorrência da produção informal, sem controle sanitário e obtida a partir de matéria prima extraída clandestinamente, foi fortemente abalado.

Situações como aquela afetam a confiança do consumidor em relação à qualidade do produto. Essa falta de confiança faz com que o volume consumido no Brasil hoje seja o mesmo de 20 anos atrás, segundo o presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Palmito (ANFAP). Medidas já estão sendo adotadas há algum tempo, por parte dos produtores, no sentido de recuperar a credibilidade do produto brasileiro tanto no mercado interno, quanto no externo, com destaque para o controle da extração do palmito e o aprimoramento do seu processo industrial.

4.3 Exportações Brasileiras

A exportações brasileiras de palmito, segundo a Revista “Globo Rural”, já foram da ordem de US\$ 40 milhões. Em 2000, atingiram apenas 2.489 toneladas, com uma receita de US\$ 9,5 milhões. A Tabela 3 demonstra a evolução das exportações nos últimos anos, as quais tem declinado bastante em função de fatores já expostos anteriormente.

Tabela 3: Exportações Brasileiras de Palmito - 1994/2001

Ano	Em US\$mil	Em Ton.	Pr. Médio
1994	37.704	10.055	3.352
1995	29.302	6.038	4.853
1996	25.766	4.852	5.310
1997	24.046	4.536	5.301
1998	18.848	3.797	4.964
1999	13.679	3.441	3.975
2000	9.479	2.489	3.806
*2001	5.358	1.469	3.647

Até julho/2001
Fonte: IBGE

A Argentina tem se constituído no principal país importador do palmito brasileiro, vindo a perder esta posição apenas no ano de 2000, quando os Estados Unidos passaram a assumi-la, vindo a seguir a França, o Líbano e a Espanha. Este cenário de redução da participação portenha nas exportações brasileiras de palmito tende a se acentuar, pelo menos momentaneamente, devido à crise a qual atravessa aquele País.

4.4 Exportações Mundiais

Como o palmito ainda é um produto de pouco peso no mercado mundial de alimentos, há escassas informações sobre as transações internacionais envolvendo o produto, inclusive nas publicações da própria FAO. Por esta razão, empregaram-se aqui informações fornecidas pela Fazendas Reunidas Vale do Juliana. De acordo com estes dados, as exportações mundiais evoluíram de 18.170 toneladas em 1997 para 23.423 toneladas em 1999, representando um crescimento de 29%, muito embora a receita em dólar no período tenha permanecido praticamente a mesma².

Os principais países exportadores têm sido a Costa Rica, o Brasil e o Equador, sendo que o Brasil perdeu o lugar de segundo maior exportador para o Equador a partir de 1998. Em 1999, o Equador já havia exportado o dobro do nosso país.

² Convém observar que os dados apresentados para o Brasil na Tabela 4 divergem levemente daqueles apresentados na Tabela 3, possivelmente por se tratar de diferentes fontes.

Tabela 4: Países Exportadores de Palmito em Mil US\$ e relação percentual 97-99

País	1997	1998	1999	Relação Percentual 97/99
Costa Rica	27.642	30.500	32.656	18%
Brasil	24.046	18.848	14.473	-40%
Equador	14.293	-	27.013	89%
Bolívia	10.000	9.800	9.500	-5%
Paraguai	5.000	4.000	4.000	-20%
Peru	4.400	4.600	5.000	14%

Fonte: Fazendas Reunidas Vale do Juliana / Exproplan

4.5 Mercado Relevante

Nos últimos anos, no setor de leguminosas, a demanda total se manteve estável. A oferta de produtos, contudo, tem-se diversificado bastante. Além de legumes frescos, há interesse crescente por legumes do tipo “exótico”, como o palmito, e legumes congelados. A crise da dioxina de 1999, por sua vez, afetou a confiança do consumidor em produtos de origem animal e aumentou a importância de legumes na alimentação diária. O consumidor e os profissionais da gastronomia buscam dar ênfase ao valor nutritivo e culinário dos legumes e dos produtos “biológicos” com o certificado “sem pesticidas”. Estima-se um crescimento do consumo de legumes congelados no mercado europeu em torno de 5% ao ano.

A disponibilidade de maior oferta de legumes frescos ou congelados tem afetado a procura de alimentos em conservas, existindo nítida preferência por conservas em vidro. No caso do palmito, a variedade cultivada tem padronização mais estável e por isso, é mais bem aceita no mercado. A variedade cultivada apresenta também a vantagem da regularidade do abastecimento. A variedade selvagem, no entanto, tem sabor superior.

Nos últimos anos, embora a produção de palmito no Brasil tenha voltado a crescer, principalmente o cultivado, as exportações sofreram uma forte redução. A parcela da produção dirigida ao mercado interno tem crescido mais do que a produção nacional total de palmito.

O Brasil, que já foi responsável por mais de 90% do comércio internacional do palmito, teve sua participação reduzida para 26% no ano de 1997, caindo para 16% em 1999, reduzindo-se ainda mais em 2000, apesar do mercado internacional ter apresentado um crescimento de 29% no período, em termos quantitativos.

A Argentina, até 1999, quando foi o país que mais comprou palmito do Brasil, se constituía em um dos principais importadores deste produto, juntamente com os Estados Unidos e a França. Os Estados Unidos destacam-se pelo crescimento das suas importações, que ainda assim são incipientes, quando se leva em consideração o tamanho do seu mercado.

Por ser considerado um produto fino, o comprador do palmito exige em contrapartida um produto de alta qualidade. O produto é importado em container, em conservas de vidro ou lata, com peso entre 0,250 e 0,500 kg, já pronto para venda ao consumidor final. Para restaurantes industriais ou comuns, também podem ser importadas latas maiores, de 3 a 5 kg. É fundamental observar a regularidade da qualidade, bem como o peso e calibre indicados. Além disso, devem ser detalhadas as informações sobre o conteúdo.

Por se tratar de um produto agrícola, é importante também observar as normas para uso de pesticidas, já que o controle destes, por razões sanitárias e ecológicas, é cada vez mais intenso.

4.5.1 Fatores Relevantes que Influenciam as Exportações

- A demanda por legumes em conserva é estável. Observa-se um maior interesse por alimentação rica em legumes e biológica;
- O palmito é considerado no mercado europeu um produto exótico, especial e de preço elevado, quando comparado com outros legumes em conserva;
- O potencial de crescimento depende do interesse do consumidor em experimentar alimentos exóticos. O consumidor europeu tem demonstrado interesse crescente em mudar ou diversificar seus hábitos alimentícios;
- A oferta de palmitos biológicos, portanto, poderia beneficiar-se da crescente demanda não satisfeita por legumes e produtos biológicos, em geral;
- Existe tendência de crescimento da demanda por produtos alimentícios já prontos para consumo, congelados, frescos ou em conservas;
- O palmito originário de países como Costa Rica e Guiana é isento de direitos aduaneiros *ad valorem* na Bélgica, portão de entrada de produtos para muitos países da Europa;
- De acordo com pesquisa realizada junto a alguns importadores americanos pelo Departamento de Promoção Comercial (DPR) do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, o produto brasileiro está em desvantagem no mercado por ser atualmente exportado em lata para os EUA, contrariando a preferência do consumidor americano por conservas em vidro.
- O Brasil foi pioneiro e líder de exportações de palmito para os Estados Unidos e, portanto, possui uma certa tradição no mercado norte-americano, o que pode facilitar a sua expansão naquele mercado.

4.6 Estratégia de Comercialização

Já foi dito que qualidade e regularidade da oferta são requisitos essenciais na consolidação e ou conquistas de novos mercados. No caso específico do palmito de pupunha, deve-se levar em consideração os seus diferenciais em relação aos produtos oriundos do açáí e da juçara, tais como:

- **Produto Renovável:** a pupunha apresenta boa capacidade de emissão de perfilhos, permitindo a sua renovação natural, além da possibilidade de replantio, quando necessário; a juçara e grande parte do açai oferecidos no mercado são obtidos com a devastação das florestas tropicais;
- **Qualidade e Padronização:** os palmitos oriundos do açai e da juçara não são padronizados, pois são obtidos por meio de processos de industrialização pouco controlados, o que possibilita contaminações;
- **Planejamento e Regularidade na Oferta:** o palmito obtido do açai e da juçara, por depender da atividade extrativa, apresenta dificuldades no planejamento de sua produção e irregularidades na oferta, comprometendo a sua colocação no mercado; as plantações de pupunha, por outro lado, vêm atingindo elevado padrão de controle desde a produção até o mercado, nos principais países produtores;
- **Criação de Selos de Qualidade.**

A legislação norte-americana relacionada a palmito, assim como para outros produtos agrícolas, é muito rígida e detalhada. Especificações sobre embalagens, rotulagem, descrições de ingredientes e aditivos usados devem ser seguidos minuciosamente a fim de evitar que o produto seja retido nos portos.

O mercado exige que os vegetais a serem enlatados sejam saudáveis, firmes e sem qualquer machucado ou sinal de decomposição. Padrões de qualidade mínimos foram decretados para vários vegetais, estabelecendo especificações de qualidade, tais como maciez, cor e perfeição. Os enlatados produzidos no Brasil atendem bem a esses critérios. O potencial de crescimento de vendas, principalmente no mercado americano, poderia ser desenvolvido mediante adequação a certas particularidades da preferência do consumidor e de divulgação apropriada.

Para alguns importadores americanos, o palmito brasileiro é de boa qualidade, mas peca pela aparência do produto. Dentre as sugestões de mudança feitas por esses importadores, destaca-se a substituição da embalagem em lata, ainda muito usada, por potes de vidro, que permitem ao consumidor ver o produto que está comprando. A Costa Rica, por exemplo, vem usando embalagens de vidro há alguns anos e vem obtendo muito sucesso na expansão de suas vendas de palmito.

4.7 Preços e Custos de Produção

Tomando como referência os preços praticados em São Paulo no período de 1992 a julho de 2001, a lata de 400 g obteve uma variação de US\$ 2,43 para US\$ 4,23, representando um incremento de 74%, tendo o mesmo atingido seu pico no ano de 1995, quando chegou a US\$7,44.

Tabela 5: Preços Médios do Palmito em São Paulo (US\$/lata)

Ano	Média
1992	2,43
1993	2,83
1994	4,13
1995	7,44
1996	6,58
1997	6,32
1998	5,9
1999	n.d
2000	4,46
2001	4,23

Fonte: Instituto de Economia Agrícola (IEA) - SP

No mercado internacional, os preços, em 1994, eram em média de US\$ 3.352 por tonelada, atingindo seu preço máximo em 1996, quando alcançou US\$ 5.310, reduzindo-se para US\$ 3.647 em 2001.

Tabela 6: Preços Médios da Tonelada de Palmito

Anos	Média
1994	3.352
1995	4.853
1996	5.310
1997	5.301
1998	4.964
1999	3.975
2000	3.806
2001	3.647

Fonte: IBGE

Segundo tabela apresentada na publicação “Agrianual 2002”, elaborada pela FNP Consultoria & Comércio, o custo da produção do palmito de pupunha com irrigação, em São Paulo, no ano de 2001, foi de R\$ 4.265,00 por hectare/ano, a partir do quarto ano de produção, enquanto que a receita obtida foi da ordem de R\$ 7.790,00, proporcionando um resultado de R\$ 3.525,00 por hectare/ano. É importante destacar que nestes custos estão embutidos os gastos com irrigação, bem como o fato dos custos operacionais em São Paulo serem mais elevados.

Segundo planilha elaborada por técnicos da Fazendas Reunidas Vale do Juliana, o custo anual de produção de um hectare de palmito de pupunha, com a previsão de plantio de 7.200 plantas por hectare, a partir do quinto ano de operação é da ordem de R\$ 2.273,80, enquanto a receita operacional está estimada em R\$ 5.940,00 a partir do mesmo ano, proporcionando um resultado da ordem de R\$ 3.666,20 por hectare/ano. Quando o plantio passa a ser de 6.172 plantas por hectare, o custo anual passa a ser de R\$ 2.006,30, enquanto a receita atinge R\$ 4.226,28, proporcionando um resultado de R\$ 2.219,98 por hectare/ano.

Segundo o projeto de viabilidade econômica elaborado pela Plantar Projetos e Consultoria, com vistas a ampliação do empreendimento Fazendas Reunidas Vale do Juliana, o custo de produção de um hectare de palmito de pupunha está estimado em R\$

2.572,00 anuais, enquanto a receita operacional prevista é de R\$ 6.720,00 por hectare, proporcionando um resultado de R\$ 4.475,00.

Embora a comparação de dados da publicação “Agrianual 2002” com dados fornecidos pela Fazendas Reunidas Vale do Juliana requeira alguma cautela³, pode-se verificar que enquanto os dados apresentados na planilha elaborada por técnicos da Fazendas Reunidas Vale do Juliana para 7.200 plantas por hectare apresentam resultados similares àqueles da publicação “Agrianual 2002” (Fazendas Reunidas: R\$ 3.666,20 por ha/ano e Agrianual 2002: R\$ 3.525,00 por ha/ano), a estimativa apresentada para 6.172 plantas por hectare revelou-se conservadora (Fazendas Reunidas: R\$ 2.219,98 por ha/ano e Agrianual 2002: R\$ 3.525,00 por ha/ano), revelando a grande sensibilidade dos resultados ao número de plantas por hectare. Já o projeto de viabilidade econômica elaborado pela Plantar Projetos e Consultoria revelou-se o mais otimista entre todos os dados analisados, uma vez que prevê resultados de R\$ 4.475,00 por ha/ano, indicando a necessidade de se avaliar com cuidado os dados de produtividade apresentados no projeto.

5 Análise da Carteira da Desenbahia

A Desenbahia financiou até o momento um empreendimento agrícola de 260 hectares voltado para a produção de palmito da pupunha. O financiamento foi aprovado em 1996 e o seu saldo devedor atual é de R\$ 1.846.882, estando a maior parte securitizada, com vencimento para 2020. A empresa pretende obter um novo financiamento para implantar mais 300 hectares de palmito de pupunha, objetivando a implantação de um empreendimento industrial em *joint venture* com a Expropalm.

6 Conclusões

A devastação indiscriminada das florestas da Região Leste do Brasil provocou, dentre outras coisas, o esgotamento das reservas naturais de palmeiras produtoras de palmito doce, notadamente da juçara, provocando inclusive o fechamento de unidades industriais beneficiadoras do produto.

Em função da redução substancial das reservas naturais, da preocupação em se preservar as espécies remanescentes e da escassez do palmito no mercado, vem se procurando viabilizar uma alternativa para a produção de palmito a partir do seu cultivo, surgindo o palmito de pupunha como uma das melhores opções. Este produto apresenta, dentre outras, as seguintes vantagens:

- Custo relativamente baixo de implantação da lavoura;
- Baixo custo de manutenção;

³ Não apenas por tratarem de diferentes momentos da produção (quarto e quinto ano) mas também pelas diferentes técnicas envolvidas (especificamente a irrigação que tende a elevar os custos de produção contabilizados pela publicação “Agrianual 2002”).

- Boas características organolépticas e textura do palmito pupunha;
- Maior precocidade de produção (em média 18 meses após o plantio efetua-se o primeiro corte);
- Capacidade de perfilhamento, não necessitando de replantio após o primeiro corte;
- Boa produtividade de palmito por área e com bom rendimento no processamento;
- Plantio a céu aberto, não necessitando ser plantada sob mata ou capoeira;
- O palmito da pupunha não escurece.

Convém ressaltar que o grande mercado norte americano ainda está pouco explorado e, segundo informações do Departamento de Promoção Comercial do MRE, os americanos estão cada vez mais preocupados com uma alimentação mais saudável, baseada em refeições mais leves, utilizando bastante legumes, surgindo o palmito como mais uma alternativa para enriquecer essa dieta com mais sabor e nutrientes.

Considerando o crescimento de consumo nos últimos anos, a demanda de palmito tende a crescer mais ainda no mercado americano. Porém, assim como a demanda tende a crescer, a competição por esse mercado também vem se aquecendo. Quando o Brasil começou a exportar palmitos para os EUA, era líder absoluto do mercado, sem concorrentes. Hoje em dia, a Costa Rica está aprimorando seus serviços e produtos, e já detém uma boa parcela do total de palmito importado pelos Estados Unidos. O Brasil, a fim de não perder terreno para os competidores, deve melhorar a qualidade de seu produto, bem como seus serviços, sendo importante a associação com empresas de países que hoje detêm a liderança na produção e industrialização de palmito cultivado, e que possuam boa penetração no mercado externo.

Um outro fator importante para viabilizar a expansão da produção do palmito é a existência de poucos países produtores, estando os mesmos concentrados na América do Sul e Central, aliado ao fato de o mercado externo exigir cada vez mais que o produto seja originário de cultivos, e não da extração de florestas nativas.