



PERSPECTIVAS DO ALHO NO BRASIL

A produção do alho no Brasil oscilou entre 79 e 87 mil toneladas por ano nos anos de 1990 a 1994, mostrando tendência de crescimento. A partir de então, a produção brasileira começou a declinar, chegando, no ano de 1997, a 68 mil toneladas. Ao contrário, a importação de alho mostrou, de 1990 a 1997, uma forte tendência de aumento, chegando a um pico de 101,8 mil toneladas em 1996 e se situando em 98 mil toneladas em 1997.

Para que a produção brasileira de alho se torne mais competitiva, há vários aspectos a considerar. Em primeiro lugar teríamos que intensificar a utilização do choque-frio ou a vernalização do alho-semente nas várias regiões produtoras. Isto resultaria em colheita mais precoce, possibilitando a entrada do alho nacional em nosso mercado antes do alho importado.

Em segundo lugar, é necessário o emprego de alho-semente livre de vírus, obtido a partir da cultura de meristema e da termoterapia. Essa tecnologia torna possível o aumento da produtividade da cultura. Tome-se como exemplo a Argentina, que colhe em torno de 15 t/ha de alho, através do emprego de alho-semente livre de vírus. Por outro lado, o Brasil produz em média 5 t/ha em áreas de plantio onde é empregado alho-semente contaminado.

Em terceiro lugar, o emprego de semente botânica de alho nas áreas de plantio traria a vantagem da redução drástica dos custos de produção pela substituição do alho-semente (bulbilho), que representa até

60% dos custos de produção. Além disso, a utilização de sementes botânicas torna possível a obtenção de novas cultivares, mais produtivas e melhor adaptadas que as atualmente existentes e que, ao mesmo tempo, apresentem boa aceitação pelo mercado consumidor. Com o uso da semente botânica, tornar-se-ia possível ainda a produção de bulbos livres de boa parte dos vírus, contornando a limpeza via meristema que sabidamente torna mais complexo e mais caro o processo de obtenção de bulbos sadios.

Um outro aspecto de grande importância a ser considerado no cenário do alho no Brasil, é o preço final do produto, pago pelos consumidores. Quando os distribuidores finais (supermercados, quitandas, verdurões) adquirem o produto nacional, podem oferecer bulbos de excelente qualidade e com preços que se igualam aos preços que seriam praticados se o produto fosse importado. No caso das importações, o alho é adquirido no exterior a preços atrativos, porém é revendido no Brasil por preços elevados, proporcionando excepcionais margens de lucro aos importadores, que abarrotam os pontos de venda com seu produto, deslocando o nosso alho. Como exemplo, no ano de 1997, o consumidor de Brasília pagou entre R\$ 3,40 e R\$ 4,20 por quilo de alho importado e em torno de R\$ 3,80 pelo produto brasileiro, com a ressalva de que o produto importado mais barato, em geral, é de qualidade bastante inferior ao alho produzido por nós. Se não bastassem apenas as questões de preço e qualidade, é nosso dever lembrar que o produto produzido no Brasil gera empregos no Brasil, renda no Brasil, impostos no Brasil, bem-estar no Brasil.

Finalizando, lembramos da questão estratégica que é a independência na produção de alimentos: enquanto encontrarmos nossos próprios armazéns cheios, não correremos o risco de termos que pagar caro pelo produto importado ou, o que seria ainda pior, sequer encontrar produto para importar.

(Engenheiro Agrônomo João Alves de Menezes Sobrinho, Pesquisador, Embrapa Hortaliças)

A revista Horticultura Brasileira é indexada pelo CAB, AGROBASE, AGRIS/FAO, TROPAG e sumários eletrônicos/IBICT.

Programa de apoio a publicações científicas



CNPq



finep

Horticultura Brasileira, v. 1 n°1, 1983 - Brasília, Sociedade de Olericultura do Brasil, 1983.

Semestral

Titulos anteriores: V. 1-3, 1961-1963, Olericultura. V. 4-18, 1964-1981, Revista de Olericultura.

Não foram publicados os v. 5, 1965; 7-9, 1967-1969.

Periodicidade até 1981: Anual.

E: Horticultura - Periódicos. 2. Olericultura - Periódicos. J. Sociedade de Olericultura do Brasil.

CDD 635.05

Tiragem: 1.000 exemplares