

Foto: José Lincoln Pinheiro Araújo



Melão Amarelo comercializado no mercado de Madri

ASPECTOS DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO DO MELÃO NO MUNDO

L329

José Lincoln Pinheiro Araújo¹

INTRODUÇÃO

Entre as frutas tropicais, o melão (*Cucumis melo* L.) é a que tem mostrado expansão mais significativa, em termos de oferta no mundo, nas duas últimas décadas. Neste período, o volume produzido passou de 8,4 milhões de toneladas métricas, em 1980, para 17,8 milhões em 1998. Essa tendência expressiva de crescimento também foi observada no Brasil, que passou de 52 milhões de toneladas em 1987, para 244 milhões em 1996.

O melão é, também, a fruta brasileira que mais cresceu suas exportações nos últimos dez anos, passando de 7 mil t/ano, em 1987 para mais de 50 mil toneladas/ano em 1996 (MICT; 1997). Outra característica especial que possui o melão no mercado internacional, é que se trata da fruta brasileira mais típica de exportação, já que de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Frutas (1994), ocorre, em alguns anos, que mais de 40% da sua produção são exportados, enquanto as outras frutas nunca exportam mais de 5% do total produzido.

Vários estudos, como o de Araújo (1999) e da

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Silva, 1999), apontam que a tendência atual é de crescimento de consumo nos grandes mercados internacionais. Entretanto, como esses mercados são altamente competitivos e inovadores, torna-se necessário que os países exportadores tenham um adequado conhecimento sobre suas formas de funcionamento atuais e as preferências dos consumidores, se quiserem manter-se competitivos nestes mercados.

Esta publicação visa atingir, principalmente, os extensionistas e técnicos da área de produção de frutas e descreve, de maneira sucinta, o comportamento atual do melão no contexto mundial, principalmente no tocante às zonas de produção, à evolução dos cultivos e características dos principais mercados importadores. Neste último tópico, se enfoca com mais ênfase o mercado europeu, que é o principal cliente do Brasil.

ZONAS DE PRODUÇÃO

A maioria dos estudos sobre o tema da origem do melão (*Cucumis melo* L.), como o realizado por Whitaker e

¹ Pesquisador da Embrapa Semi-Árido, Cx. Postal 23, CEP 56300-970, Petrolina-PE.

Davis (1962), apontam a África Tropical como o lugar de origem do melão. Entretanto, é na Índia onde se encontra o seu ponto de dispersão, deslocando-se a partir deste país, para as mais diversas zonas do planeta (Mediterrâneo, Centro e Leste da Ásia, Norte, Centro e Sul da América e Sul da África). Essa amplitude de zonas de cultivo é o resultado de uma grande variabilidade genética que permitiu a adaptação de diferentes tipos de melão sob condições agronômicas diversas. Hoje, pode-se encontrar nos mercados de todo o mundo melões de diferentes cores, formas e aroma (Deulofeu, 1997; Costa, 1997).

Mediterrâneo: A região do Mediterrâneo é a zona do planeta onde mais se cultiva e mais se consome melão. Nela, encontramos uma grande diversidade de melões: desde o Kirkagat que se cultiva na Turquia, para o consumo local, até o Branco de Ribatejo, melão branco que se cultiva na região Central de Portugal, para os mercados de Lisboa e de Porto. Nessa zona se exploram os principais tipos comerciais de melões, como, por exemplo, o Galia, produzido em Israel, Marrocos, Espanha e França e os Pele de Sapo e Amarelo, produzidos na Espanha, que são exportados, principalmente, para os países do Centro e Norte da Europa.

Centro e Sul da África: O aumento da demanda do melão no mercado europeu provocou uma ampliação de sua produção no continente africano, com a incorporação de áreas não tradicionais de cultivos, como as antigas colônias francesas do leste da África, e os países Camarão e Gâmbia, que exploram o tipo Charentais, para atender às grandes cadeias de distribuição francesas durante todo o ano. Já a África do Sul, que é o país que tem mais tradição com o cultivo do melão nesta zona, explora o tipo Honey Dew para o consumo local e para exportação e, também, o Galia que é exportado em sua totalidade para a União Européia.

Ásia: Na Ásia, o continente onde o melão é uma fruta verdadeiramente popular, encontram-se as maiores produções do mundo, entretanto quase toda destinada ao mercado interno. Ali existem melões amarelos, brancos, verdes, rendilhados e lisos, redondos e ovalados, com ou sem doce, dependendo de cada região e do consumo de cada povo. Nesse continente, merece um enfoque especial o melão tipo japonês - o Arus - por ser a máxima expressão do cultivo do melão. Esse fruto tem o formato bem arredondado, apresenta um rendilhado denso e grosso e registra um conteúdo de açúcar entre 15° e 17° Brix. Trata-se de um melão cultivado de forma muito artesanal, somente um fruto por planta, sempre em estufas. Entretanto, é comercializado a preços muito elevados, chegando a ultrapassar os 100 dólares a unidade (Deulofeu, 1997; Papaseit, 1997).

América: No continente americano, os Estados Unidos são o maior produtor e consumidor de melão, explorando, principalmente, a variedade Western Shipper, um melão tipo Cantaloup, adaptado a cultivos extensivos com um alto índice de mecanização. Os países centro-americanos, como México, Honduras, Guatemala, Costa Rica, entre outros, cultivam amplamente esta variedade para abastecer o mercado dos Estados Unidos. Entretanto, devido à crescente demanda de melão nos países da Europa, durante o período outono - inverno, já existem nessa zona significativas explorações de melões tipos Galia, Amarelo, Pele de Sapo e Charentais, cultivados exclusivamente para abastecer o mercado europeu. Na América do Sul, o Brasil, Argentina e Chile são os principais produtores de melão, principalmente do tipo Amarelo, que é consumido no mercado local e amplamente exportado para a União Européia (Carrasco & Cunha, 1994; Deulofeu, 1997).

EVOLUÇÃO DOS CULTIVOS

No período de 1995 até 2001, a produção mundial de melão manteve uma tendência de crescimento. Comparando a produção de melão do primeiro e do último ano desta série histórica se constata que houve um incremento da ordem de 36,58%, o que corresponde a 5.677.000 toneladas. O principal responsável por este crescimento foi o continente asiático, que nos anos analisados acusou um aumento de 3.557.000 toneladas, cifra que equivale a 63% do incremento total observado (Quadro 1). Outra parte do mundo que registrou um significativo crescimento da produção de melão foi a África, que entre os anos de 1995 e 2001 ampliou sua produção em mais de 143%. É interessante ressaltar que o principal responsável por este importante incremento de produção foi o Marrocos, que nesse período, passou de 195 mil para 650 mil toneladas anuais de melão (FAO, 2002).

A área plantada de melão no mundo aumentou em 28,85%, no período de 1995 a 2001, sendo a Ásia o continente que mais ampliou suas áreas de cultivo, e a América do Sul, a única parte do mundo que registrou diminuição nas mesmas (Quadro 2). Nesse período, o rendimento do cultivo de melão a nível mundial também aumentou, passando de 17,35 t/ha, em 1995, para 18,39 t/ha, em 2001 (Quadros 1 e 2).

ASPECTOS DE MERCADO

As variedades de maior importância, tanto no âmbito da produção, como do mercado internacional, são os melões do tipo Galia, Charentais, Amarelo, Pele de Sapo e Cantaloup, sendo os quatro primeiros mais comercializados na União Européia e o último no mercado norte-americano.

Quadro 1. Produção mundial de melão (mil toneladas) por continente, no período de 1995 - 2001.

CONTINENTE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
África	709	1.160	1.140	1.029	1.339	1.733	1.728
Amér. Norte	1.063	1.199	1.172	1.203	1.331	1.208	1.208
Amér. Central	740	865	995	985	950	1.075	1.098
América Sul	429	445	383	421	502	454	470
Ásia	9.988	10.814	9.834	10.632	11.454	12.856	13.545
Europa	2.518	2.699	2.574	2.573	3.100	2.993	3.020
Oceania	71	73	73	85	101	116	126
Mundo	15.518	17.255	16.171	16.928	18.777	20.435	21.195

Fonte: FAO, 2001

Quadro 2. Área mundial cultivada de melão (mil ha) por continente, no período de 1995 - 2001.

CONTINENTE	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
África	43	59	62	58	74	87	88
América Norte	51	52	52	51	56	52	52
América Central	58	59	65	70	66	73	74
América Sul	42	46	41	41	39	39	40
Ásia	554	582	524	577	601	664	746
Europa	142	147	141	147	151	147	145
Oceania	4	3	3	4	5	6	7
Total	894	948	888	948	992	1068	1152

Fonte: FAO, 2001

Quadro 3. Distribuição da produção mundial de melão por países, em mil toneladas.

PAISES	1995	1996	2001	PARTICIPAÇÃO/2001
China	5.999	7.387	8.155	38,32
Turquia	1.800	1.800	1.800	8,45
Estados Unidos	1.320	1.200	1.200	5,63
Irã	1.054	1.100	1.000	4,69
Espanha	1.183	1.000	984	4,62
Romênia	853	900	945	4,44
Egito	774	850	850	3,99
Marrocos	340	650	650	3,05
Índia	640	645	645	3,03
Itália	503	529	529	2,48
México	500	500	510	2,39
Paquistão	400	400	400	1,87
Coréia	300	300	320	1,50
França	322	313	318	1,49
Japão	317	315	315	1,48
Costa Rica	176	194	214	1,00
Iraque	210	195	195	0,91
Grécia	160	164	165	0,77
Brasil	174	140	150	0,70
Arábia Saudita	140	140	140	0,66
Bangladesh	97	79	85	0,39
Honduras	77	88	80	0,37
Israel	71	71	72	0,33
Argentina	67	63	64	0,30
Chile	60	62	63	0,29
Resto Mundo	1.240	1.350	1.066	5,03
Total	18.777	20.435	21.195	100,00

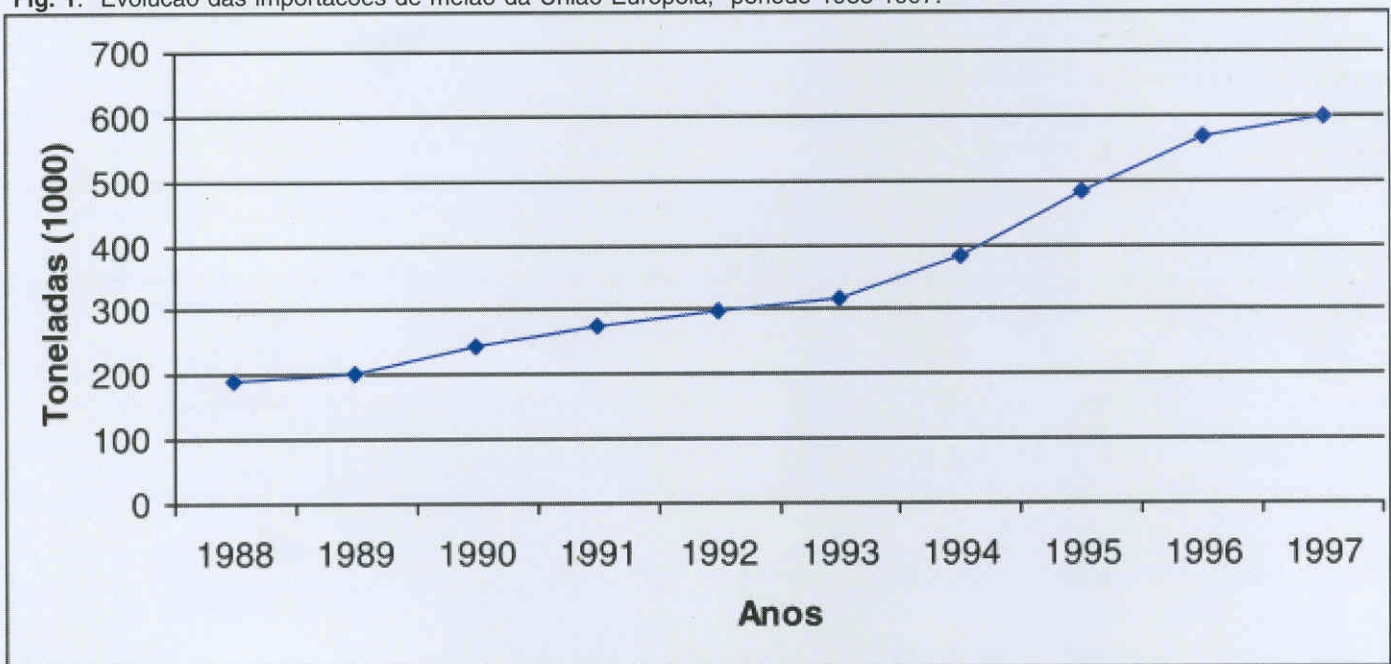
Fonte: FAO, 2001

No tocante aos gostos dos consumidores internacionais se constata que no mercado europeu, principal cliente do Brasil (absorve cerca de 90% das exportações brasileiras de melão), a preferência é por futos de tamanho pequeno e formato arredondado. A única exceção dentro do macromercado europeu é a Espanha, que prefere frutos de tamanho grande (pesando entre 2,50kg e 3,50kg) e apresentando formato semi-elíptico ou ovalado (Araújo, 1999).

Com referência ao consumo, as estatísticas apontam que a cada ano é maior a oferta de melão destinada à exportação para países com maior poder aquisitivo. No caso da União Européia, que é maior mercado importador de melão do mundo, a tendência atual é de uma demanda crescente. Segundo autores como Deulofeu (1997) e Torres (1997), este comportamento é provocado, principalmente,

pela significativa afluência de melões nos países onde a fruta não era de consumo tradicional, como ocorre, por exemplo, na Finlândia, onde o melão era considerado uma fruta exótica e que hoje já é consumido por uma ampla camada social, como, também, pela facilidade de se adquirir o produto nas grandes cadeias de supermercados, organizações que atualmente controlam a distribuição dos produtos hortifrutícolas no macromercado europeu, durante o ano inteiro. Esse procedimento serve para popularizar seu consumo nas estações de outono e inverno, época que, historicamente, os níveis de consumo são mais baixos. Tais argumentos são fortalecidos quando se analisam os dados da evolução das importações de melão da União Européia, nos últimos dez anos (Fig. 1), período que registrou um espetacular incremento de 213,30%, passando de 191.276 toneladas em 1988 para 599.279 toneladas em 1997 (Eurostat, 1998).

Fig. 1. Evolução das importações de melão da União Européia, período 1988-1997.



O Brasil penetra no mercado internacional de melão, principalmente no europeu, que, como citado anteriormente, absorve 90% das exportações brasileiras do produto, entre setembro e março, período de entressafra dos países produtores de melão da União Européia. Nesse grupo de países, a Espanha é a maior protagonista, sendo responsável por cerca de 65% do abastecimento dessa fruta no referido mercado. Essa larga janela existente no mercado europeu, também, é aproveitada por outros países exportadores de melão que competem com o Brasil na conquista de cotas de mercado. Atualmente, os principais concorrentes dos melões brasileiros no mercado europeu são os melões de Costa Rica e Honduras. Para se ter uma idéia do crescimento da participação destes países no mercado analisado, é interessante citar o desempenho da

Costa Rica no mercado do Reino Unido, que é o maior cliente do Brasil. Neste mercado, que dentro do macromercado europeu é o que mais importa melão, entre 1992 e 1997 as exportações da Costa Rica passaram de 700 toneladas anuais para mais de 11 mil toneladas.

Quanto à forma de organização do mercado internacional de melão, se constata que existe uma tendência acentuada de concentração da demanda nas mãos das grandes cadeias de supermercados. No caso da União Européia, já existem países como a Suécia e Dinamarca, onde mais de 90% do mercado de produtos hortifrutícolas estão controlados por essas organizações, que, cada vez com mais intensidade, exigem melhor qualidade do produto e dos serviços que o mesmo agrega. Esta situação aponta

que embora o mercado de melão na União Européia esteja em crescimento, os países exportadores que não enviarem produtos que atendam completamente às exigências dos clientes, estão fadados a perder competitividade e cotas de mercados, ficando relegados a atender mercados marginais.

No caso do Brasil, uma das providências que deve ser tomada de imediato pelas empresas produtoras e exportadoras de melão, é a ampliação de suas carteiras de produtos (atualmente exportamos somente melões de tamanhos médio e grande e com forma elíptica ou ovalada), passando a oferecer ao mercado internacional variedades de melão que atendam adequadamente às preferências dos respectivos mercados de destino, se quiserem se manter e, inclusive, ampliar suas participações nesse importante mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, J.L.P. **Evaluación de la calidad comercial y posibilidades de mercado del melón brasileño comerciable en Europa**. 1999. 285f. Tese (Doutorado) - Universidade de Córdoba, Córdoba.

BRASIL. Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo. Secretaria de Informações do Comércio Exterior. Boletim de exportação. Brasília, 1997. 4p.

CARRARO, A.F.; CUNHA, M.M. **Manual de exportação de frutas**. Brasília: MARA/SDR/FRUPEX/IICA, 1994. 252p.

DEULOFEU, C. Situación y perspectivas del Melón en el mundo. In: VALLESPÍR, A.N. (Coord.) **Melones**. Reus: Horticultura, 1997. cap. 2, p.20-25.

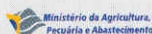
INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTAS (São Paulo, SP). **Evolução das exportações de frutas frescas**. São Paulo, 1994. 41p.

PAPASEIT, A.F. Comercio Internacional de Frutas y Hortalizas. **Horticultura Internacional**, Madrid, v.18, p.17-22, nov. 1997.

SILVA, E.M.F. da. (Coord.). Estudos sobre o mercado de frutas. Brasília: FIPE, 1999.

TORRES, J.M. Los tipos de melón comerciales. In: VALLESPÍR, A.N. (Coord.). **Melones**. Reus: Horticultura, 1997. Cap.1, p.12-19. (Compendios de Horticultura, 10).

WHITAKER, T.W.; DAVIS, G.N.C. **Cucurbits: botany, cultivation and utilization**. London: Hill, 1962. 249p.

Comunicado Técnico, 104

Exemplares desta edição podem ser adquiridos na:

Embrapa Semi-Árido

Endereço: BR 428, km 152, Zona Rural

Caixa Postal 23 CEP 56300-390 Petrolina-PE

Fone: (0xx87) 3862-1711

Fax: (0xx87) 3862-1744

Home page: www.cpatsa.embrapa.br

E-mail: sac@cpatsa.embrapa.br

1ª edição

1ª impressão (2001): 500 exemplares

Comitê de publicações

Presidente: *Luiz Maurício Cavalcante Salviano.*

Secretário-Executivo: *Eduardo Assis Menezes*

Membros: *Luís Henrique Bassoi*

Patrícia Coelho de Souza Leão

João Gomes da Costa

Maria Sonia Lopes da Silva

Edineide Maria Machao Maia

Expediente

Supervisor editorial: *Eduardo Assis Menezes.*

Editoração eletrônica: *Lopes Gráfica e Editora.*