

Hortifruti ^{Brasil}

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 14 - Nº 149 - Setembro de 2015 - ISSN 1981-1837

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



COMUNICAÇÃO DIGITAL

Interatividade *on-line* se torna
ferramenta de trabalho no setor hortifrutícola

PARA VER SEUS TOMATES LIVRES DAS PRINCIPAIS VIROSES, VOCÊ SÓ PRECISA CONHECER UM HÍBRIDO: OZONE.

- Resistência à vira-cabeça e ao geminivírus.
- Melhor qualidade de frutos.





 **Ozone**

syngenta.



Seja Exclusivo

Seja **USP**

MBA

ESALQ/USP - PECEGE



- **Gestão de Negócios**
- **Marketing**
- **Gestão de Projetos**
- **Gestão Tributária**
- **Gestão Escolar**
- **Controladoria e Finanças**
- **Agronegócios**
- **Gestão em Cooperativas de Crédito**

Inscreva-se

pecege.esalq.usp.br

Tel.: (19) 3377-0937

comunica@pecege.esalq.usp.br

   [mbaesalqusp](#)

EDITORIAL

COMUNICAÇÃO DIGITAL SE TORNA ALIADA DO SETOR HF



Da esq. para a dir: Amanda Andrade, Felipe Vitti, Daiana Braga e Mariana Coutinho são os autores da matéria sobre comunicação digital.

O tema de capa desta edição com certeza já faz parte da vida de muitas pessoas: a comunicação digital. As tecnologias ligadas à comunicação digital trouxeram muitas facilidades. O setor de frutas e hortaliças também está aproveitando essas conveniências e, cada vez mais, a comunicação digital tem se tornado uma aliada para as atividades de todo o setor hortifruticultor.

Nesta edição, procuramos identificar as mudanças na forma de comunicação da década de 90 para cá e o aproveitamento de aplicativos e mídias sociais, acessados por computador ou *smartphone*, enquanto ferramenta de negócio no setor de HF.

Para tanto, fizemos uma pesquisa com agentes de todos os elos do setor. Uma das constatações é o grande sucesso do aplicativo WhatsApp também na hortifruticultura. Ele é usado com facilidade mesmo por pessoas que não são habituadas a usar o computador.

Então, “falando a língua do setor”, convidamos por WhatsApp o nosso entrevistado na seção *Fórum*, o senhor Chico Lange. Ele é produtor de banana em Santa Catarina e instalou internet *wi-fi* em sua fazenda, de modo que a comunicação por *smartphone* possa ser feita com facilidade, de qualquer ponto. Os bons resultados que vem colhendo desta melhora na comunicação, ele apresenta na página 38.

Também conversamos com o senhor Ítalo Arrais, do Rio Grande do Norte, que criou o grupo “Banicultura Brasileira” no WhatsApp, e com Anderson Rodrigues, da região de Juazeiro (BA), fundador do “Grupo da Cebola”, também no aplicativo, e com Newton Matsumoto, do Vale do São Francisco, responsável pela página “Grupo da Uva” no Facebook. Leia na *Matéria de Capa* como é o “dia a dia” desses grupos.

A comunicação digital tem reunido profissionais de todo o Brasil, permitindo a troca de informações e a possibilidade de novos negócios. Conectada ao setor, a **Hortifrutí Brasil** também vai ampliar seus canais de comunicação. A interação entre profissionais dos diversos elos do setor e nossa equipe de pesquisa será ainda maior. Aguarde novidades para 2016!

Híbridos com *qualidade* e *produtividade* criados para a sua *rentabilidade*



Tomate híbrido **COMPACK**

- Frutos tipo Salada
- Excelente pegamento sequencial de frutos
- Frutos de elevada qualidade, brilhantes, com melhor classificação comercial

Resistências: HR - ToMV: 0-2, TSWV,
Fol: 1 e 2, For e Va:1/Vd:1 / IR - Ma/Mi/Mj.



Tomate híbrido **TY 2006**

- Frutos tipo Saladete
- Resistência ao geminivírus TYLCV
- Ideal para cultivos na região Nordeste
- Referência no cultivo de tomates.

Resistências: HR - ToMV: 0-2, Aal, Fol: 1, Sbl/SI/Ss
e Va:1/Vd:1 / IR - TYLCV e Ma/Mi/Mj.

TOMATES SEMINIS



Comércio de HF “feios”



Considerando-se a forte cultura visual dos consumidores, ter sucesso na venda de produtos com baixo apelo visual é um grande desafio. Para se ter sucesso, seria necessária uma forte ação de marketing, usando-se argumentos relacionados com a cativação do cliente. Costuma-se dizer que o consumidor que escolhe pela aparência pode comprar uma única vez aquele produto por se decepcionar com o sabor, mas se lhe agrada muito, muito provavelmente vai querer voltar a comprá-

-lo, independente da aparência. Se houvesse alguma campanha relacionada com alta qualidade gustativa (sabor) e segurança alimentar (ausência de agentes químicos), independente da aparência, com certeza compraria. A verdade é que não temos no País boas campanhas de divulgação e marketing sobre hortifrutis, pelo menos nos níveis de qualidade e abrangência que existe para produtos industrializados.

Frederico Denardi – Caçador/SC

CAPA 10



Veja na matéria as mudanças na forma de comunicação da década de 90 para cá e o aproveitamento de aplicativos e mídias sociais enquanto ferramenta de negócio no setor de HF.

FÓRUM 38

Através do WhatsApp, entrevistamos o senhor Chico Lange, de Santa Catarina, que instalou antena de wi-fi em sua fazenda para melhorar sua comunicação com os clientes.



HF BRASIL NA INTERNET

Acesse a versão on-line da Hortifruti Brasil no site:
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil












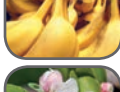

@hfbrasil

@hfbrasil

@revistahortifrutibrasil

hortifrutibrasil.blogspot.com

SEÇÕES

BATATA		19
FOLHOSAS		22
CENOURA		24
TOMATE		26
CEBOLA		28
MELÃO		29
MELANCIA		30
CITROS		32
MANGA		33
MAMÃO		34
UVA		35
BANANA		36
MAÇÃ		37

EXPEDIENTE

A Hortifruti Brasil é uma publicação do CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - ESALQ/USP
ISSN: 1981-1837

Coordenador Científico:

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros

Editora Científica: Margarete Boteon

Editores Econômicos:

João Paulo Bernardes Delele, Renata Pozelli Sabio, Letícia Julião e Larissa Gui Pagliuca

Editora Executiva:

Daiana Braga MTb: 50.081

Diretora Financeira: Margarete Boteon

Jornalista Responsável:

Ana Paula Silva Ponchio MTb: 27.368

Revisão:

Daiana Braga, Alessandra da Paz, Flávia Romanelli e Ana Carolina Wolfé

Equipe Técnica:

Amanda Ribeiro de Andrade, Ana Luisa Antonio Pacheco, Camila Augusto Carazzato, Carolina Camargo Nogueira Sales, Felipe Cardoso, Felipe Vitti de Oliveira, Fernanda Geraldini Palmieri, Jair de Souza Brito Junior, Júlia Belloni Garcia, Lucas Conceição Araújo, Mariana Coutinho Silva, Marina Marangon Moreira, Mariana Santos Camargo, Marília de Paula Stranghetti, Patrícia Geneseli, Tárík Canaan Thomé Tanus e Vanessa Vizioli.

Apoio:

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

Diagramação Eletrônica/Arte:

Guia Rio Claro.Com Ltda
19 3524-7820

Impressão:

www.graficamundo.com.br

Contato:

Av. Centenário, 1080

Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)

Tel: 19 3429-8808

Fax: 19 3429-8829

hfcepea@usp.br

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil

A revista Hortifruti Brasil pertence ao Cepea

A reprodução dos textos publicados pela revista só será permitida com a autorização dos editores.

Para receber a revista **Hortifruti Brasil** eletrônica, acesse www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade, faça seu cadastro gratuito e receba todo mês a revista em seu e-mail!

ESCREVA PARA NÓS.

Envie suas opiniões, críticas e sugestões para:

Hortifruti Brasil - Av. Centenário, 1080 - Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)
ou para: hfcepea@usp.br

Não acredito que dê certo o comércio de HF “feios”, a não ser como *marketing* ou restrito a alguns tipos de defeitos. O custo para convencer o consumidor é grande e, por vezes, maior que o preço que se consegue alcançar por ele. Uma alternativa é usar os “feios” para processamento. O único programa que conheço é o do Mesa Brasil, que na verdade não vende estes produtos para os consumidores, mas fazem doações para entidades beneficentes.

José Roberto Prado – São Paulo/SP

Na Europa, o comércio de “*ugly produces*”, ou “produção de feios”, de fato está em moda, porém o crescimento ainda é lento. A *Matéria de Capa* demonstra que o Brasil segue os mesmos padrões do mercado mundial. Contudo, no Brasil o consumo de produtos feios é muito mais forte e antigo do que se imagina, sendo feito pela via marginal ou informal. Compraria sem problemas esses produtos, desde que soubesse a procedência e segurança dos mesmos. Iniciativas que combatem o desperdício de alimentos, aproveitando-os, já ocorrem nos centros de menor poder aquisitivo.

David José Ferreira Jr – Itapetininga/SP

Achei ótima a matéria. Existem muitas pessoas que, como eu, não gostam de usar produtos químicos nos HFs, daí a aparência do produto não fica bonita, mas o conteúdo é mais saboroso e faz bem à saúde. Compraria produtos “feios”, pois não é a aparência que faz o produto, mas sim o sabor e a qualidade. Não conheço programas de incentivo de consumo de HF “feios”, mas contribuo fazendo doações para entidades carentes. É preciso conscientizar o povo, porque são acostumados a “comer com os olhos”.

Irineu José Barreiro – Itararé/SP

Achei a matéria interessante, uma vez que o consumidor “come com os olhos”. Não conheço esses programas que promovem a venda de HF “feios”, as parabeno a HF Brasil por abordar esse tema. Sabemos que a maçã torta também é saborosa, que a laranja com pinta-preta ou ferrugem na casca deixa a fruta mais doce. Há alguns dias, fui comprar tomate e estava quase 10 reais o quilo, e numa outra gôndola oferecia tomate miúdo a 2 reais, que estava muito bom, mas estava mais barato só porque era miúdo. Para que essa moda de se consumir HFs feio pegue no Brasil, demorará ainda um tempo.

José Mateus Camargo – Tatuí/SP



Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”
Grupo de Estudos “Luiz de Queiroz” - GELQ 2016



Encontro Sobre Inovações Tecnológicas na Produção de Plantas Hortícolas

24 de Outubro

Local:

Pavilhão de Horticultura
ESALQ/USP

Inscrições:

até 25/09*

após

Estudante: R\$ 30,00

R\$ 60,00

Profissional: R\$ 80,00

R\$ 110,00

www.fealq.org.br

Realização:



Patrocínio:



Apoio:



Crise econômica muda hábitos do consumidor

Por Felipe Vitti

Em épocas de crise, o consumo, de modo geral, acaba sendo afetado. Com a inflação em alta, o poder de compra diminui, impactando na demanda. Para diminuir os efeitos da alta dos preços, consumidores brasileiros têm mudado seus hábitos de consumo. Segundo levantamento do Instituto Data Popular, mudanças na lista de supermercado já foram adotadas por 84% dos brasileiros. Além disso, a alimentação fora de casa, em restaurantes, por exemplo, também já é menor. Com isso, agentes do setor já relatam menores vendas de produtos hortifrutícolas. Ainda que os gastos a cada compra estejam maiores, a frequência na ida ao supermercado também diminuiu. Para se adaptarem à crise, os brasileiros têm optado por apenas repor o necessário, sem excessos. Por mais que a dona de casa não deixe de comprar tomate ou cebola, a quantidade adquirida é menor em situações de preços muito elevados. Dessa forma, mesmo em período de maiores vendas, como no início do mês, as vendas já não se aquecem de maneira considerável. A situação é ainda mais crítica para produtos de maior valor, como uva e melão. O jeito é se “virar nos 30” enquanto for preciso...



Ceagesp pode mudar de endereço

Por Tárík Tanus e Camila Carazzato

Desde o ano passado, vemos notícias de que a Ceagesp (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo), maior central atacadista do Brasil, vai mudar de endereço – as áreas ainda estão em estudo. Uma das regiões mais citadas fica nas imediações do Rodoanel Mário Covas. Atualmente, o entreposto está localizado na Vila Leopoldina, em São Paulo, e a mudança possivelmente aliviaria o trânsito na região e facilitaria o escoamento de produtos. O prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, assinou em junho um termo de cooperação com o governo federal para viabilizar um novo endereço à Ceagesp, mas a determinação do local será feita mediante licitações conduzidas pela direção da Ceagesp. Conversamos com alguns atacadistas sobre a mudança de endereço, e a opinião diverge. Os que são a favor apostam na melhora, acreditando em renovação e mais praticidade em um novo espaço. Outros, no entanto, se dizem acostumados com a estrutura e o local de tantos anos e creem que a mudança só traria inconveniências. Apesar da divergência, existe um ponto em comum a todos: a diminuição da clientela devido ao Rodoanel ser distante da cidade e uma provável migração dos clientes para outros atacados menores e mais próximos. A Ceagesp tem 700 mil metros quadrados e são movimentadas por lá cerca de 250 mil toneladas de frutas, legumes, verduras, pescados e flores a cada mês, sendo responsável por aproximadamente 60% do abastecimento da Grande São Paulo.

A HF Brasil por aí

Evento sobre banana em SC reúne produtores e pesquisadores



De 18 a 20 agosto, aconteceu o III Congresso Latino-Americano e do Caribe de Bananas e Plátanos, promovido pela Rede da América Latina e Caribe para a Pesquisa e Desenvolvimento da Banana (Musalac) na cidade de Corupá (SC) e a equipe de banana do Cepea esteve presente. Os dois primeiros dias foram dedicados a palestras de pesquisadores de diversos países sobre sistemas de produção, mercado, ecofisiologia, solo, clima e pragas e doenças. O objetivo geral era auxiliar o produtor no manejo e na evolução do negócio da banana. No dia 20, foram realizadas visitas de campo, também muito proveitosas para os participantes. Durante o evento, também houve a votação da nova Confederação Nacional dos Bananicultores (Conaban), e Dirceu Colares passou o cargo de presidente para Eliane Muller.



Pó para combater o desperdício!

Por Mariana Coutinho Silva

Alunos de pós-graduação da Suécia desenvolveram um método que desidrata frutas depreciadas e as transforma em pó, o chamado *FoPo Food Powder*. O produto mantém de 30 a 80% das características nutricionais dos alimentos. O pó, nos sabores banana, manga, abacaxi e framboesa, pode ser colocado em iogurtes e sorvetes, bolos ou vitaminas. Para fazer o pó, as frutas são compradas de produtores e varejistas por preços abaixo dos de mercado, pois já estão parcialmente prejudicadas. Assim, as frutas não são descartadas e vendedores que as comercializam não ficam no prejuízo ou, pelo menos, reduzem a margem negativa. O projeto ainda está em fase de testes. Uma campanha para arrecadar fundos para o projeto foi bem sucedida, e os primeiros produtos estavam programados para serem entregues aos doadores em agosto passado. O projeto que tem como objetivo diminuir o desperdício de alimentos.



Compre do pequeno!

Por Daiana Braga

O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas) lançou neste ano uma iniciativa muito bacana, o "Movimento Compre do Pequeno Negócio". O principal objetivo é incentivar a população a optar por produtos e serviços do micro e pequeno negócio. O intuito é valorizar o comércio local, promover o desenvolvimento social e econômico, já que o consumidor contribui com o fortalecimento dos pequenos empreendedores. O Movimento terá como marco o Dia da Micro Empresa, em 5 de outubro. Para participar, ainda dá tempo! O empreendedor pode se cadastrar no site www.compredopequeno.com.br. Assim, o consumidor pode encontrar no site o estabelecimento mais próximo (que pode ser o seu!) para fazer suas compras. Conforme o Sebrae, o Brasil conta com 10 milhões de microempreendedores que representam mais de 95% das empresas de produtos e serviços do País.

Empresas de alimento investem em hortifrutis para ganhar clientes

Por Larissa Pagliuca e Camila Carazzato

Com consumidores cada vez mais preocupados com a qualidade nutricional do que ingerem, grandes empresas e redes de fast food começam a incluir novos hortifrutis em seu cardápio e nos processos de produção para atrair clientes que, até então, associavam essas marcas a produtos sem benefícios para a saúde. Neste cenário, a couve é a protagonista da vez! A rede McDonald's estuda incluir a folhosa em seus lanches ou *smoothies*, e a Starbucks pretende adicioná-la em suas bebidas. A maçã também deve ser usada, com o Burger King substituindo os refrigerantes do cardápio para crianças pelo suco da fruta. Tem também a iniciativa da companhia aérea Azul distribuindo a maçã à vontade nos voos que partem pela manhã dos aeroportos de Congonhas e Guarulhos, em SP. No caso das hortaliças, a BRF Brasil anunciou a substituição do sal por temperos naturais como cebola, alho e ervas em seus pratos prontos e empanados. Todos querem hortifrutis!

HF Brasil participa do PMA Fresh Connections



No dia 20 de agosto, ocorreu a *PMA Fresh Connections*, evento que reuniu executivos da indústria, representantes do governo e potenciais compradores e fornecedores que operam no setor de HF no Brasil. Larissa Pagliuca, Renata Sabio, Júlia Garcia e Mariana Coutinho, do Cepea, participaram do evento. Foram apresentadas e discutidas tendências de consumo que podem motivar mudanças nas etapas de produção, de modo a tornar os produtos brasileiros mais competitivos no mercado global.



Basf realiza evento para recrutar ideias contra o desperdício de alimentos



Nos dias 17 e 18 de agosto, a Basf reuniu em São Paulo especialistas da sociedade civil, empresas e poder público para discutir o tema "reduzir perdas e desperdício de alimentos é necessário". Foram dois dias de discussão e trabalho com foco em atender às necessidades atuais e futuras da sociedade sobre este tema. A pesquisadora do Cepea Renata Pozelli Sabio (a quarta, da esquerda para a direita), participou do evento e trouxe várias ideias que pretende aplicar com toda a equipe da **Hortifruti Brasil**.

COMUNICA

Interatividade *on-line* se torna ferram

Você já parou para pensar como você se comunicava para negociar hortifrutícolas há 20 anos? Tem noção do quanto as ferramentas para se comunicar se modificaram em tão pouco tempo? Essas são algumas perguntas que a **Hortifruti Brasil** fez para seus leitores e apresenta as respostas nesta *Matéria de Capa*. Com a evolução da tecnologia nas últimas décadas, as ferramentas ou as formas de comunicação têm passado por significativas transformações, especialmente a partir de meados da década de 1990, quando houve o *boom* da internet e as pessoas passaram, então, a se relacionar maciçamente também por meios virtuais, seja para tratar de assuntos pessoais ou profissionais.

O setor de frutas e hortaliças, claro, não ficou à margem dessas mudanças. E cada vez mais, a comunicação digital tem se tornado uma aliada tanto para as atividades de todo o ciclo de produção quanto para a negociação das frutas e hortaliças. Interessada no assunto, a equipe da **Hortifruti Brasil** realizou pesquisa para conhecer de perto o uso que tem sido feito da comunicação digital enquanto ferramenta de negócio. As constatações são animadoras. Muitos agentes do setor hortifrutícola têm tido benefícios com esta moda de negociar “virtualmente”. A comuni-

cação digital “acelerou os negócios, encurtou distâncias e facilitou a comunicação”, diz um dos entrevistados da pesquisa sobre como as mídias sociais o auxiliam hoje.

Na prática, tem sido possível economizar tempo e dinheiro. Ter de ir até o cliente negociar a produção ou ficar “preso” na fazenda ou no escritório aguardando uma ligação importante são coisas do passado! Agora, o celular auxilia não só por meio de voz como pelos vários aplicativos dos *smartphones*. É possível conversar e trocar dados e imagens instantaneamente, a custo relativamente baixo. A comunicação digital se tornou propriamente uma facilitadora de negócio na hortifruticultura nacional. Muitos avaliam que é mais fácil e conveniente o uso *smartphone* do que o computador como ferramenta de trabalho no dia a dia.

E você? Faz parte do time de pessoas que usam as ferramentas digitais como uma aliada para se comunicar com seus clientes? Leia ao longo desta *Matéria* as principais formas de comunicação difundidas desde a década de 90, as plataformas de comunicação digital mais usadas atualmente pelo setor de frutas e hortaliças como ferramenta de trabalho e para onde a comunicação tende a caminhar.

CELULAR *VERSUS* SMARTPHONE



Há quem diga que celular e *smartphone* são a mesma coisa. Mas eles têm funcionalidades diferentes. O celular tem a comunicação falada como principal recurso, assim como o telefone fixo. No começo, os **celulares** eram enormes e muito caros. Aos poucos, foram se popularizando e ganhando outras funções, como câmera de foto, rádio, player de música, chegando ao hoje conhecido **smartphone**. Portanto, o *smartphone*, que em português significa “telefone inteligente”, é o celular com funções extras, uma espécie de “computador de bolso”, que possibilita, além da realização de ligações, conectar-se à internet e sincronizar dados. Os *smartphones* também aceitam programas ou aplicativos que sejam desenvolvidos por qualquer pessoa, para os mais variados objetivos.



3 CÃO DIGITAL

enta de trabalho no setor hortifrutícola

A COMUNICAÇÃO NO SETOR DE HF NOS ÚLTIMOS 20 ANOS

Para entender como a comunicação digital influenciou no modo de se comunicar no setor hortifrutícola da década de 90 para cá, a equipe da **Hortifruti Brasil** entrevistou 151 profissionais do setor em agosto deste ano. São, em sua maioria, produtores rurais, mas também prestadores de serviço como engenheiros agrônomos e técnicos agrícolas, profissionais de empresas de insumos (sementes, defensivos, fertilizantes), comerciantes (vare-

jistas, atacadistas) e exportadores/importadores.

Entre as conclusões da pesquisa, destaca-se a popularização do uso da internet conectada ao computador e depois também ao celular/*smartphone*. Essa conectividade trouxe mudanças significativas nas formas dos profissionais do setor se comunicarem sobre os mais diversos assuntos e dão fortes sinais de que novos usos ou aplicações da tecnologia *on-line* vêm pela frente.

MEIOS DIGITAIS QUE VÊM SUBSTITUINDO O TELEFONE E A NEGOCIAÇÃO PRESENCIAL



WhatsApp

O WhatsApp é um aplicativo gratuito que permite a troca de mensagens, fotos e pode ser usado também como telefone. É um dos mais citados pelos entrevistados da **Hortifruti Brasil** como facilitador de negócios ou de troca de informações gerais. Este aplicativo permite também a criação de grupos que tratam temas específicos, reunindo interessados que podem compartilhar informações, fotos, áudios e vídeos. Para se conectar ao WhatsApp, basta que o *smartphone* tenha acesso a um sinal *wi-fi* (internet sem fio). Formação de grupos, envio de fotos de produtos, contato com o cliente a qualquer momento e lugar são algumas das principais facilidades que os agentes encontram usando o WhatsApp. ✓✓



Skype

O Skype é um programa que permite às pessoas conversarem, inclusive em grupo, por escrito ou por meio de áudio ou imagem ao vivo dos participantes. Pode ser usado pelo computador ou *smartphone*. Foi destacado como um grande redutor de custos, principalmente para contatos internacionais. Com o programa, é possível fazer ligações de graça para outro contato de Skype ou para telefones fixos e celulares mediante o pagamento de tarifa menor que as comumente cobradas pelas empresas de telefonia. O Skype também é uma ferramenta usada pelos produtores, comerciantes e técnicos para entrar em contato com clientes, e o acesso, em boa parte das vezes, ocorre a partir do escritório.



facebook

O Facebook é uma rede social gratuita para os usuários que criam um perfil pessoal ou corporativo, adicionam outros usuários, compartilham fotos, áudios, vídeos e informações escritas. Muitos agentes do setor hortifrutícola usam o Facebook como ferramenta de *marketing*: divulgam sua empresa ou fazenda, o seu produto, além de publicar fotos do dia a dia da atividade. A grande vantagem do Facebook é a facilidade de compartilhamento e do efeito multiplicador das informações através dessa rede.

CELULAR SE CONSOLIDA COMO GRANDE VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO EM MASSA

O aparelho móvel surgiu há muitas décadas, mas se tornou popular o Brasil a partir do final dos anos de 1990. No início, o celular tinha basicamente a funcionalidade de servir como telefone, com a vantagem de ser móvel. Em pouco tempo, a combinação de aparelhos e planos telefônicos ofertados a preços acessíveis permitiu a impressionante disseminação desta tecnologia.

A mobilidade e a popularização do celular representaram um grande avanço no ambiente de negócios, tornando o aparelho primordial em praticamente todas as atividades profissionais.

Conforme o levantamento da **Hortifruti Brasil**, muitos profissionais do setor adquiriram seu primeiro celular por volta do ano 2000 e, até o final da primeira década deste novo século, 100% dos entrevistados já possuíam um aparelho.

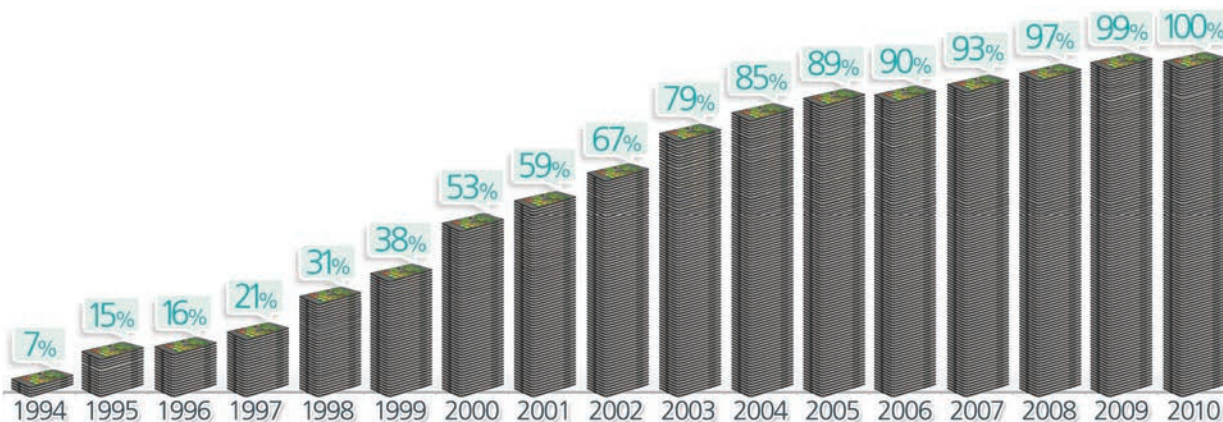
A comunicação tornou-se muito mais rápida e

barata, evitando, muitas vezes, o deslocamento físico. Essa agilidade reduziu também a assimetria de informações, à medida que tornou mais fácil a troca de informações de mercado e, portanto, reforçou os argumentos de negociação. Efeitos positivos foram percebidos também no interior da empresa, já que também a comunicação com ou entre funcionários – seja em ambiente urbano ou rural – foi facilitada.

O celular tornou-se uma ferramenta tão importante que o acesso à internet por meio do aparelho já supera o via computador em alguns estados brasileiros, conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad/IBGE), referente ao ano de 2013. Na região Norte do Brasil, 75,4% dos que acessam internet o fazem pelo celular, graças à instalação de torres de telefonia celular nos estados da região. Roraima, no entanto, tem outra realidade. Neste estado, 61% do acesso à rede é feito pelo computador.

CELULAR TORNA-SE POPULAR NOS ANOS 2000

% DOS ENTREVISTADOS COM ACESSO A CELULAR



Fonte: Cepea

INTERNET ELIMINA FRONTEIRA À COMUNICAÇÃO

A popularização da internet a partir de meados da década de 90 modificou gradualmente as formas de comunicação e de acesso a produtos e a serviços. Na década passada se consolidou como meio de comunicação de massa e, em 2015, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) de 2015, praticamente a metade dos brasileiros (48%) usa a internet.

leiros (48%) usa a internet.

No começo, teve grande destaque a troca de mensagens por e-mail. Aos poucos, foram se ampliando também as possibilidades de interação via *websites*. Pelo ambiente “www” passaram a ser possíveis a realização de compras, o pagamento de contas, a emissão de notas

fiscais, a discussão de assuntos, a formação de grupos e, claro, a obtenção de informações (confiáveis ou não) sobre praticamente tudo. Mais recentemente, os aplicativos para *smartphones* podem ser considerados um novo capítulo dessa histórica curta, mas altamente impactante na maneira como as pessoas se relacionam tanto em nível pessoal quanto profissional.

As redes sociais fazem parte desse contexto, mas merecem ser tratadas à parte. Por meio dessas plataformas disponíveis tanto em computadores quanto em *smartphones*, pessoas podem se conectar em grupos criados por interesses comuns, dividindo suas opiniões. Podem também reencontrar pessoas com quem há muito tempo não se relacionavam ou iniciar novas amizades com pessoas de qualquer parte do mundo, com possibilidade de se verem e ouvirem praticamente em tempo real.

A variedade de redes sociais é enorme. Uma das principais no presente é, sem dúvida, o Facebook. Outras não menos importantes e também utilizadas no País são o Twitter (microblog que comporta textos com até 140 caracteres em cada *post* e fotos), LinkedIn (destinado a assuntos profissionais) e Instagram (página que permite a publicação de fotos exclusivamente a partir de *smartphones*).

Muitos profissionais da hortifruticultura também aderiram às redes sociais para divulgar seus produtos, coletar informações e manifestar suas opiniões. Uma parcela, no entanto, ainda privilegia o contato por telefone ou pessoalmente com seus clientes e fornecedores. Porém, mesmo nesses casos, não é totalmente descartado o uso da tecnologia. É comum, por exemplo, filhos de produtores auxiliando na obtenção de informações e também na comunicação mais rápida com clientes.

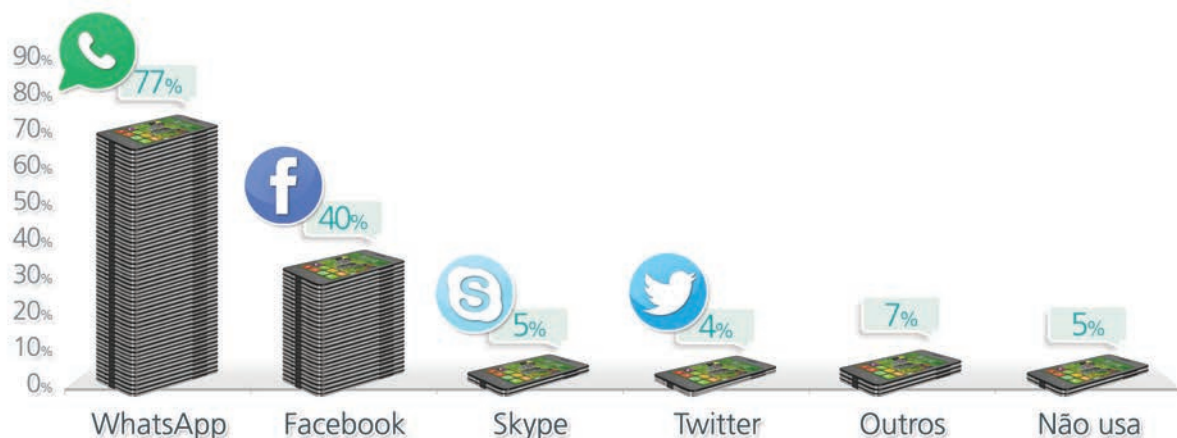
SMARTPHONE UNE DUAS PLATAFORMAS DE COMUNICAÇÃO: INTERNET E CELULAR

O que se fazia na internet pelos computadores até pouco tempo atrás agora é possível também pelo *smartphone*. Esses “telefones inteligentes” já são usados por dois terços (66%) da população como suporte de acesso à internet, conforme revela a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) de 2015. Esse percentual é bastante próximo dos 71% apontados para o computador. Ou seja, uma boa parcela acessa pelos dois meios, mas a característica de mobilidade do celular, que acompanha o profissional nos mais diferentes lugares e momentos, pode sinalizar

aumento da participação desse aparelho como principal meio de acesso.

Hoje em dia, ao se falar em comunicação via *smartphone*, não tem como deixar de lado um famoso aplicativo que faz muito sucesso (e dá muita dor de cabeça para as empresas de telefonia): o WhatsApp. Esse é um aplicativo de uso exclusivo em aparelhos *smartphones* que permite conversas em tempo real e também o compartilhamento de fotos e vídeos. O aplicativo é tão útil e simples que até mesmo pessoas não habituadas ao

MÍDIAS DIGITAIS MAIS USADAS PELOS LEITORES PELO SMARTPHONE (EM %)



Fonte: Cepea. É possível o acesso a mais de uma rede social.

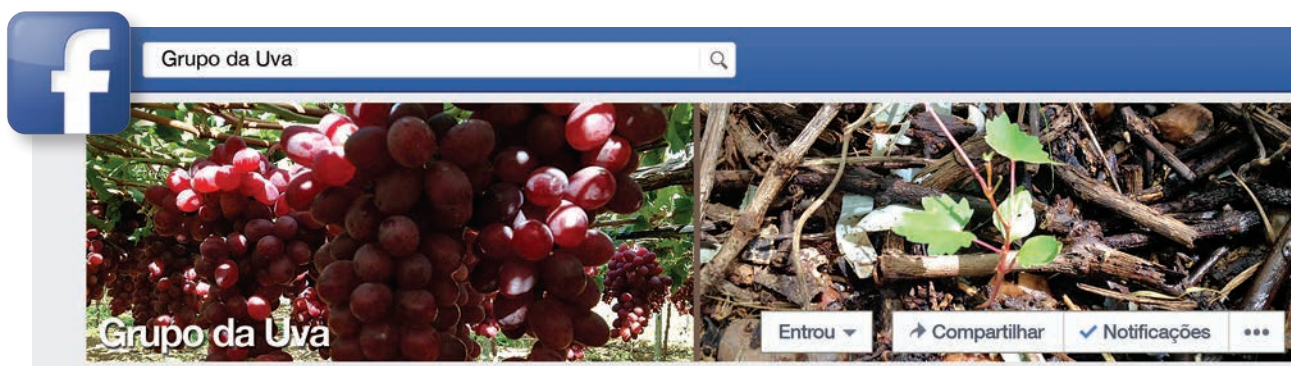
computador acabam usando o WhatsApp com facilidade. Entre os 151 entrevistados da **Hortifruti Brasil**, 77% usam o aplicativo como ferramenta importante para os negócios. Muitos efetivam praticamente toda a negociação por meio do aplicativo, compartilhando fotos do produto, discutindo valores e fechando a venda/compra.

Em sequência ao uso WhatsApp, vem o Facebook, com 40% de adesão entre os entrevistados. Do total, 5% declararam que fazem uso do Skype para entrar em contato com clientes; outros 4% utilizam o Twitter e 7% deles utilizam outros aplicativos para se comunicar com clientes.

GRUPOS DE HF NO FACEBOOK E NO WHATSAPP

Selecionamos três grupos relacionados à hortifruticultura: o “Grupo da Uva”, no Facebook, e “Bananicultura Brasileira” e “Grupo da Cebola”, no WhatsApp. Nos três, os

membros compartilham informações de mercado, dúvidas técnicas e demais assuntos relacionados às culturas com outros agentes de todas as partes do Brasil. Confira!



PUBLICAÇÃO FIXADA



Grupo da Uva Fotos: Newton Matsumoto

Conforme o viticultor Newton Matsumoto, do Vale do São Francisco (BA/PE), a troca de informações técnicas pela internet é algo comum há bastante tempo entre os produtores da região. E seguindo as tendências da comunicação digital, o senhor Newton Matsumoto criou, há mais ou três anos, o “Grupo da Uva” na rede social Facebook, fechado aos seus participantes. Seu conteúdo abrange aumentando a troca de informações técnicas, econômicas e também outras temáticas relacionadas com a viticultura, com um maior número de pessoas. Há também grupos no aplicativo WhatsApp, mas possuem uma temática mais específica do que a encontrada no “Grupo da Uva”, cujo debate gira em torno da viticultura de modo geral. Ainda se tratando da uva, há grupos também no WhatsApp, mas são voltados por exemplo, a discussões específicas sobre, por exemplo, a variedade arra 15, suco de uva e viagens técnicas.

O “Grupo da Uva” no Facebook possui mais de 870 participantes, de todas as regiões produtoras de uva do País, o que facilita a troca de informações, esclarecimento de dúvidas e apresentação de curiosidades sobre a viticultura brasileira. Com agentes de vários segmentos envolvidos – produtores, engenheiros agrônomos, professores, estudantes e interessados em geral na viticultura –, essa ferramenta tem sido bastante utilizada, com diversos propósitos. É comum a publicação de fotos com algum tipo de doença, por exemplo, com o objetivo de serem identificadas tanto a causa quanto possíveis formas de controle.

Além disso, fotos mostrando como está a formação de determinada variedade, dicas e novas formas de irrigação, notícias e artigos relacionados à viticultura também são postadas no grupo. “Quando há a postagem de uma foto sobre alguma variedade de uva, por exemplo, os participantes chegam a perguntar quais as técnicas que deixaram aquela fruta com determinada qualidade e aparência, contribuindo para a maior abrangência de conhecimento técnico”, relata o sr. Matsumoto.

Dessa forma, pelo menos entre seus membros, há uma saudável troca de informações que tem sido facilitada pela tecnologia. Como a ideia era gerar um debate mais abrangente sobre a viticultura, a divulgação comercial e as discussões acerca do setor da uva contribuem, sem dúvida, para o enfoque sobre a uva entre todos os membros do grupo.



WHATSAPP DA BANANA: "BANANICULTURA BRASILEIRA"

Foto: Ítalo Arrais



No dia 1º de março deste ano, o engenheiro agrônomo e apaixonado pela bananicultura Ítalo Arrais, do Rio Grande do Norte, criou o grupo no aplicativo WhatsApp "Bananicultura Brasileira", reunindo diversos produtores das principais regiões ofertantes do Brasil, consultores e pesquisadores, incluindo o analista de mercado da **Hortifruti Brasil** Lucas Conceição Araújo. Ítalo já havia criado outros dois grupos no aplicativo, um de fruticultura e outro sobre o cenário agropecuário dos estados do Rio Grande do Norte e do Ceará, e viu a ausência de um grupo específico para a bananicultura. Foi aí que teve a iniciativa.

O objetivo inicial do Ítalo era o compartilhamento instantâneo de informações entre os participantes. "Acho o WhatsApp uma ferramenta muito importante. É como se fosse uma reunião com pessoas do mercado da banana de todas as regiões, onde podemos interagir a qualquer hora", diz Ítalo. A interação do grupo se tornou tão importante que seu conteúdo já permite traçar estratégias e até fechar negócios entre os seus participantes. "O preço é uma das informações mais demandadas pelos participantes", ressalta Ítalo. Para a **Hortifruti Brasil**, foi a primeira experiência de captar e ao mesmo tempo compartilhar informações em um grupo de mercado *on-line*. Essa interação dinâmica reforça o conteúdo considerado pela equipe de pesquisa para fazer suas análises. O fator de sucesso desse grupo é a interatividade que o aplicativo proporciona. Assim que alguém compartilha uma dúvida, começa uma discussão entre os membros, favorecendo o compartilhamento de informações para todos os envolvidos. O grupo Bananicultura Brasileira faz tanto sucesso que Ítalo diz que há fila de interessados em participar do grupo que já reúne 100 pessoas, número máximo permitido pelo WhatsApp. ✓✓



WHATSAPP DA CEBOLA: "GRUPO DA CEBOLA"

Foto: Anderson Rodrigues



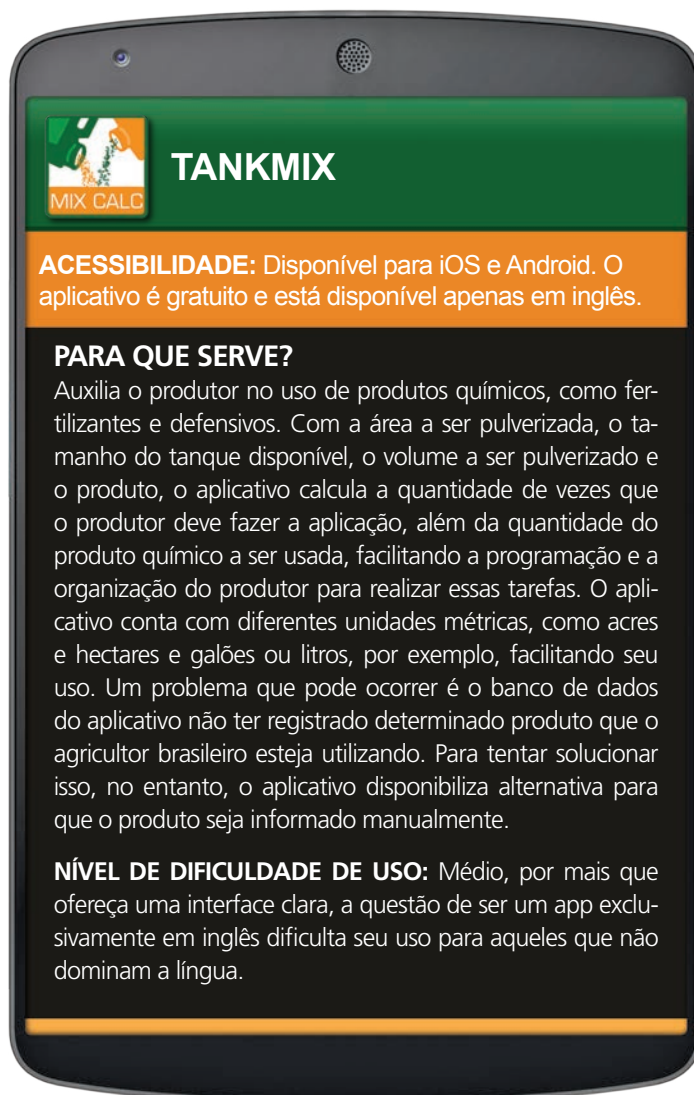
O "Grupo da Cebola" do WhatsApp foi criado em 24 de outubro de 2014 por iniciativa do técnico agrícola Anderson Rodrigues dos Santos, da região de Juazeiro (BA). Diariamente, são compartilhados preços, previsão do tempo, fotos da cultura e informações sobre pragas e doenças. O grupo reúne produtores, comerciantes e especialistas do setor de diversas regiões produtoras: Santa Catarina, Vale do São Francisco, Irecê (BA), São Paulo, Cerrado, Paraná e Rio Grande do Sul. As analistas do mercado de cebola da **Hortifruti Brasil** Amanda Andrade e Marina Marangon, também participam do grupo. As fotos compartilhadas mostram, por exemplo, a qualidade dos bulbos que acabaram de ser colhidos, facilitando negociações entre os 100 membros do grupo. Além disso, os cebolicultores também costumam informar no grupo o preço pelo qual seus bulbos acabaram de ser vendidos, dando aos outros produtores maior noção do mercado para negociar naquele dia, o que não seria possível sem a velocidade das mensagens instantâneas. A facilidade da troca de mensagens por esta e outras redes sociais aproxima produtores de regiões muito distantes, até mesmo que ainda não se conhecem, mas que podem colaborar um com o outro de maneira a se beneficiarem mutuamente. E são essas trocas realistas de informações, com francas possibilidades de negócios que motivam os participantes a se manterem ativos no grupo, comenta o administrador Anderson. ✓✓

USO DE APLICATIVOS VIA SMARTPHONE NA HORTIFRUTICULTURA

Os aplicativos (ou apps) voltados para o agro-negócio têm se multiplicado. Tanto empresas privadas quanto públicas e do terceiro setor estão empenhadas no desenvolvimento de aplicativos que auxiliam nas mais variadas tarefas executadas ao longo de toda a cadeia produtiva. Felizmente, tem crescido também a disponibilidade de acesso à rede em regiões mais distantes dos centros urbanos.

A **Hortifruti Brasil** analisou os 10 aplicativos de *smartphone* sugeridos pela Casa do Produ-

tor Rural, da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (Esalq/USP) – centro de atendimento com orientação técnica e extensão rural ligado à pesquisa e ao ensino. Desses aplicativos, a **Hortifruti Brasil** destaca cinco e adiciona mais um, o *Farm Forum Agriculture News*, que podem ser úteis para os que trabalham especificamente na produção hortifrutícola. Foram avaliados itens como o nível de dificuldade de uso, idioma e compatibilidade de sistema operacional.





SIMULADOR PARA O CÓDIGO FLORESTAL (MEIO AMBIENTE)

ACESSIBILIDADE: Disponível para iOS e Android. O aplicativo é gratuito e está disponível na versão português.

PARA QUE SERVE?

Este aplicativo tenta adequar os imóveis rurais ao novo Código Florestal. O produtor precisa inserir no aplicativo os dados de sua propriedade como localização, área de cultivo e área destinada à reserva legal. Em seguida, o programa fornecerá um diagnóstico em relação às novas leis e, caso o imóvel não esteja de acordo com o novo código florestal, o programa também oferece dicas de como regularizá-lo.

NÍVEL DE DIFICULDADE DE USO: Fácil. O usuário tem apenas de fornecer os dados sobre sua propriedade para obter os resultados da adequação ambiental exigida em lei.



FARM FORUM AGRICULTURE NEWS

ACESSIBILIDADE: Disponível para iOS e Android. O aplicativo é gratuito e está disponível na versão inglês.

PARA QUE SERVE?

O aplicativo tem como objetivo compartilhar de forma rápida informações de diversas áreas da agricultura. O usuário pode selecionar o tipo de cultura e ter acesso a qualquer informação relevante sobre esse produto, desde anúncio de maquinário necessário até o preço da produção no mercado nos Estados Unidos. Todavia o aplicativo só está disponível em inglês. Recomendação de uso para produtores que acompanham o mercado norte-americano.

NÍVEL DE DIFICULDADE DE USO: Elevada, com conteúdo em inglês e interface confusa. Não dá opção de guia de uso do aplicativo.



AGRI PRECISION (AGRICULTURA DE PRECISÃO)

ACESSIBILIDADE: Disponível para Android. O aplicativo é gratuito e está disponível na versão inglês e português.

PARA QUE SERVE?

Facilita a medição de áreas. Pode ser utilizado o GPS do celular, percorrendo as bordas da área a ser medida. Para aqueles que não possuem GPS no celular, há a opção de medir manualmente, escolhendo os pontos a partir da imagem de satélites. Como essas imagens fornecem grandes regiões, até o usuário conseguir achar a área em questão, pode ser um pouco mais trabalhoso, tendo de utilizar muito o zoom até achar os pontos necessários. Além disso, algumas áreas podem ainda não estar disponíveis para essa medição manual.

NÍVEL DE DIFICULDADE DE USO: Médio, em função do trabalho necessário para delimitar, por GPS ou manualmente, a área.



INMET TEMPO E CLIMA (PREVISÃO CLIMÁTICA)

ACESSIBILIDADE: Disponível para iOS e Android. O aplicativo é gratuito e está disponível na versão português.

PARA QUE SERVE?

Utiliza dados do Inmet (Instituto Nacional de Meteorologia do Brasil) para dar como resultado a previsão do tempo para os próximos cinco dias, incluindo temperatura, umidade e precipitação entre outras variáveis. Disponibiliza também imagens via satélite que são atualizadas a cada 15 minutos, garantindo maior precisão nas informações. Apesar de alguns sites fornecerem informações para até 10 dias posteriores, o aplicativo continua sendo útil pela sua portabilidade e facilidade de ser acessado através de um telefone móvel a qualquer momento.

NÍVEL DE DIFICULDADE DE USO: Fácil. O usuário só precisa fornecer o nome da região para obter as previsões climáticas.

COMUNICAÇÃO DIGITAL TROUXE MOBILIDADE AO SETOR DE HF

A comunicação pessoal ou por telefone fixo ainda é destacada como importantes no momento da negociação de frutas e hortaliças ou de atendimento a clientes em geral do setor. Mas, sem dúvida, a comunicação digital tem ganhado cada vez mais espaço, inclusive “dentro da porteira”, trazendo mudanças significativas na rotina dos agentes da hortifruticultura. No caso dos produtores, antes, suas vendas ocorriam principalmente por meio da sua visita ou ao menos telefonema, a partir de aparelho fixo, aos compradores. Hoje, não é mais necessário ter de se deslocar ou aguardar uma ligação no escritório com o receio de perder a venda. Uma simples mensagem pelo *smartphone*, por exemplo, já pode garantir o negócio.

O WhatsApp é o aplicativo mais usados entre os agentes de mercado, que o utilizam para trocar informações e adiantar o fechamento do negócios. O Skype e o “bom e velho” e-mail também são ferramentas consideradas importantes para as operações. Já as redes sociais, como Facebook e Twitter, servem mais como divulgação da marca de um produtor, comerciante ou para discussões sobre um setor. As redes sociais são usadas há pelos me-

nos cinco anos pelos entrevistados pela **Hortifruti Brasil**, mas seu uso tem ganhado mais notoriedade há dois anos.

Questionados sobre o interesse por participarem de uma rede social da **Hortifruti Brasil**, onde os membros compartilhariam informações de mercado instantaneamente, a grande maioria se entusiasmou com a possibilidade. Essa seria uma forma mais rápida para a obtenção de informações de mercado, enquanto uma nova edição é preparada.

Ciente da contínua necessidade de informações e da velocidade do mercado, em 2016, a **Hortifruti Brasil** vai ampliar seus canais de comunicação. A interação entre profissionais dos diversos elos do setor e nossa equipe de pesquisa será ainda maior. Mas, quem prefere o face a face pode ficar tranquilo. Continuaremos participando de eventos do setor, visitando regiões e, claro, mantemos aberto o convite para todos venham até a Esalq (campus da Universidade de São Paulo em Piracicaba) tomar um cafézinho conosco. Gostou da ideia? Agende sua visita pela nossa página no Facebook, se lhe for mais conveniente! ✓✓

PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

- 👍 **A comunicação** digital torna mais rápido o acesso a informações;
- 👍 **Permite o compartilhamento** de informações de forma instantânea;
- 👍 **Proporciona comodidade e praticidade**; economia de tempo (“tempo é dinheiro!”) e de deslocamento (combustível).
- 👍 **Permite que informações sejam obtidas** e fechar negócios em qualquer lugar;
- 👍 **Abre espaço para o aumento dos lucros**;
- 👍 **Permite a divulgação do produto/marca/serviço**;
- 👍 **Facilita o contato** com pessoas já conhecidas ou não;
- 👍 **Reduz os custos com ligações telefônicas**;
- 👍 **Permite aumentar o número de clientes**.

- 👎 **Perda de privacidade**: não ter mais horário comercial; não tem como “fugir” das pessoas;
- 👎 **Relacionamento interpessoal** pode diminuir;
- 👎 **Algumas informações publicadas** podem não ser verídicas ou pouco importantes;
- 👎 **A comunicação digital pode ser limitada** pela ausência ou precariedade da estrutura de sinal de internet e também pela pouca habilidade de alguns para manusear o *smartphone* ou computador.



foto: Chico Lange



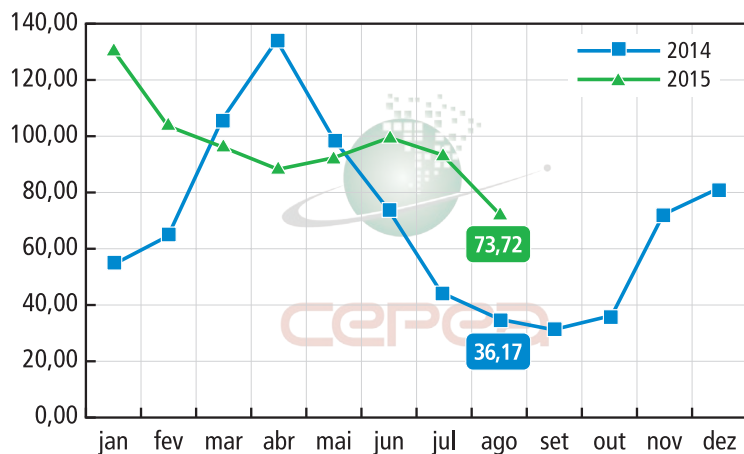
Setembro tem pico de safra de inverno

Preços estão em bons patamares na temporada de inverno

Os preços da batata caíram em agosto, mas continuaram em bons patamares atrativos ao produtor, garantindo cobrir os custos de produção. Um conjunto de fatores permitiu o cenário favorável neste ano. Entre eles, o recuo da área no início da safra de inverno, com perdas estimadas em mais de 1.000 hectares nas regiões de Vargem Grande do Sul (SP) e de Cristalina (GO), devido às sementes que não germinaram. Além disso, a produtividade está abaixo da média neste ano, exceto em Cristalina, que atingiu seu potencial produtivo em agosto. Produtores também adiantaram um pouco a colheita, o que contribuiu para a menor produtividade. Em agosto, a produtividade média nas praças de inverno foi de 33,8 t/ha, 18,34% abaixo do potencial produtivo. Em setembro, a oferta deve aumentar, já que Vargem Grande do Sul e Cristalina devem estar em pico de colheita da temporada de inverno, com expectativa de melhora de produtividade na praça goiana. Além disso, produtores do Sudoeste Paulista devem iniciar a colheita das áreas de inverno, colhendo 15% da área plantada. Com a intensificação da colheita, há expectativa de recuo nas cotações, mas não de forma expressiva.

Plantio da safra das águas 2015/16 avança no Sul

Água Doce (SC), Guarapuava (PR) Bom Jesus e Ibiraiaras/Santa Maria (RS) estão cultivando a safra das



Preço recua com aumento da oferta de inverno

Preços médios de venda da batata ágata no atacado de São Paulo - R\$/sc de 50 kg

Fonte: Cepea

águas 2015/16. Em Água Doce e Bom Jesus, as atividades começam na segunda quinzena de setembro, com pico em outubro/novembro e fim em janeiro. Em Guarapuava, o plantio da primeira parte da safra das águas começou no fim de agosto, com 10% da área total, atingindo pico em setembro (60%) e previsão de conclusão em outubro. Já a segunda parte do plantio em Guarapuava deve ocorrer de novembro a fevereiro, com pico em dezembro. Em Ibiraiaras/Santa Maria, houve atraso nos trabalhos de preparo do solo em julho devido às chuvas. Desta forma, o cultivo foi iniciado em agosto, com 60% da área plantada, prosseguindo em setembro, com o plantio de mais 35%, devendo encerrar em outubro. Até o fechamento desta edição, produtores não haviam relatado problemas significativos no plantio. No RS e em SC, as áreas de cultivo não devem ter alteração, enquanto que a de Guarapuava deve ter ligeiro aumento.

PR e Sul de Minas estão em pico de cultivo das águas

Produtores de Curitiba e São Mateus do Sul (PR) pretendiam iniciar o plantio da safra das águas 2015/16 no fim de julho, mas chuvas atrapalharam os trabalhos de preparo do solo. Com o tempo úmido, houve atraso de cerca de 15 dias. Em Curitiba, o plantio foi iniciado em agosto, com 30% da área. A previsão é de pico em setembro, com 60% sendo cultivado, encerrando em outubro. Já em São Mateus do Sul, o cultivo teve pico em agosto, com 60%, e previsão de conclusão até o final de setembro. Já as regiões paranaenses de Irati e Ponta Grossa e o Sul de Minas iniciaram os trabalhos de campo em agosto. Irati começou o plantio no fim do mês passado, com 5% da área, pico previsto para setembro, com 70% da área, e encerramento em outubro, com os 25% restantes. Já em Ponta Grossa, 40% da área foi plantada em agosto, devendo encerrar em setembro. No Sul de Minas, o cultivo foi iniciado em agosto com 20% da área e o pico é previsto para este mês (60%). As praças paranaenses devem manter a área em relação à última temporada. Já no Sul de Minas pode haver recuperação da área perdida na safra passada.



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil

Novidade

A DuPont amplia o registro de Rumo® WG para hortaliças e frutas.

Rumo® WG tem registro para as seguintes culturas:

Abóbora - Abobrinha - Acelga - Agrião - Alface - Almeirão - Batata - Berinjela - Brócolis - Chicória - Chuchu
Couve - Couve chinesa - Couve-de-bruxelas - Couve-flor - Espinafre - Estévia - Jiló - Manga - Maracujá
Maxixe - Melancia - Melão - Mostarda - Pepino - Pimenta - Pimentão - Repolho - Rúcula - Tomate - Uva



ATENÇÃO: Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. **CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.** Produto de uso agrícola. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos do produto.

As marcas com ®, ™ ou SM são marcas da DuPont ou de afiliadas. © 2015 DuPont.



DuPont™ Rumo® WG protege com eficácia novas culturas contra o complexo de lagartas de difícil controle, preservando insetos benéficos e proporcionando produção com qualidade. Exclusivo modo de ação com elevada eficiência, é o parceiro ideal para o manejo de rotação de inseticidas da sua lavoura.

Tradição e confiança na obtenção dos melhores resultados.

**DuPont™
Rumo® WG**
inseticida

Para mais informações:

TeleDuPont 
0800 707 55 17 Agrícola
www.dupontagricola.com.br

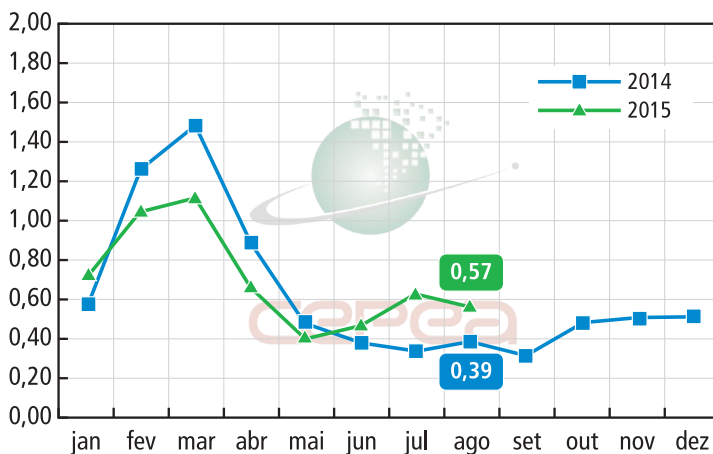


Temendo racionamento, produtores reduzem investimento em mudas

Governo de SP pode proibir captação de água para agricultura

Mesmo com o fenômeno climático *El Niño*, que aumenta a incidência de chuvas no Sul e Sudeste durante o inverno, as precipitações do início de julho não foram suficientes para recuperar as bacias hídricas do estado de São Paulo. Assim, o tempo seco na segunda metade de julho e em agosto fez com que o nível dos reservatórios do Sistema Alto Tietê fechasse com 13,8% de sua capacidade em agosto, 25% a menos que no mês anterior e 11% inferior ao de agosto/14. Com esse cenário, produtores voltaram a se preocupar com a possível falta de água, o que desencorajou o investimento em mudas, temendo inclusive a lacração das bombas de irrigação. Na região de Mogi das Cruzes, a associação de agricultores local chegou a se reunir para discutir a crise hídrica, mas ainda sem resultados efetivos. Para piorar ainda mais a situação dos produtores paulistas, no dia 18 de agosto, o Departamento de Água e Energia Elétrica (DEE) publicou no Diário Oficial do estado de São Paulo uma portaria que reconhece o estado crítico do Alto Tietê. Esse documento autoriza o governo paulista a diminuir ou proibir a captação de rios, represas e poços artesanais para uso agrícola, com fiscalização mais rigorosa. Com essa portaria, que visa dar prioridade ao abastecimento urbano, os agricultores devem ficar ainda mais atentos à crise hídrica.

Venda de mudas de inverno tem retração a frente a 2014



Em agosto, apesar de as temperaturas terem favorecido o desenvolvimento das alfaces, o tempo seco deixou produtores com receio de fazer o transplântio de novas mudas, pela possibilidade de haver falta de água. Dessa forma, a queda nas vendas de mudas de folhosas tem sido expressiva na comparação com a safra de inverno 2014 nas regiões paulistas de Mogi das Cruzes e Ibiúna. De acordo com viveiristas consultados, as negociações têm ficado bem abaixo do esperado. Entre os meses de abril e julho, as vendas de mudas ficaram reduzidas devido ao ciclo lento de desenvolvimento das folhosas no campo durante o clima frio, pois as alfaces demoravam mais para serem colhidas e não havia como fazer o transplântio nesse período. Tal situação é comum durante o inverno, porém neste ano o ciclo esteve mais lento que o normal. Com base em dados de vendas de mudas fornecidos por viveiristas de ambas as regiões, de abril a agosto houve queda de 38% na comercialização de mudas na comparação com o mesmo período do ano passado. Essa queda no transplântio deve causar redução na área cultivada com alface e consequentemente, na oferta do produto nos próximos meses.

Aumento de oferta reduz preços em agosto

Após o recuo das cotações das alfaces em agosto, a expectativa é que os preços voltem a se recuperar neste mês. Isso porque há previsão de menor oferta no período, ocasionada pelo ritmo reduzido de plantio nas roças paulistas. Em agosto, o clima favorável para o desenvolvimento das folhosas resultou em aumento da disponibilidade do produto, o que pressionou os valores. Além disso, segundo colaboradores do Cepea, ocorreu diminuição nas vendas de hortaliças em geral na Ceagesp, por conta da crise econômica. Assim, a alface crespa comercializada no atacado paulistano registrou desvalorização de 9% em agosto, na comparação com julho, enquanto os preços da lisa ficaram 1% menores no mesmo período. A alface americana, por sua vez, foi a que registrou queda menos expressiva nas cotações, de 4%, pois sua oferta foi menor que a das outras variedades.

Preço volta a reduzir em agosto

Preços médios de venda da alface crespa no atacado de São Paulo - R\$/unidade

Fonte: Cepea

Alface americana **ASTRA**

- Alta sanidade foliar
- Cabeça compacta
- Indicada para processamento e mercado fresco

LANÇAMENTO

TOPSEED Premium

www.ACRIFAR.com.br

Janáína

Tomate Salada Indeterminado **F1**

WINNERS
OS PRODUTOS VENCEDORES

 **FELTRIN**[®]
SEMENTES

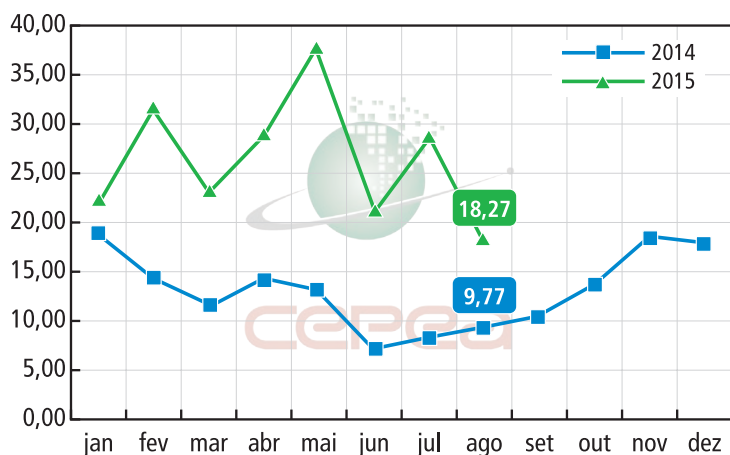
(54) 2109.4400 www.sementesfeltrin.com.br



Produtividade segue alta em MG; risco de falta de água preocupa

MG deve ter pico de safra neste mês

A produtividade das lavouras da safra de inverno foi elevada em agosto em São Gotardo, Santa Juliana e Uberaba (MG). Foram colhidas, em média, 92 toneladas por hectare no mês, dentro do potencial destas regiões e 6% superior à observada em agosto/14. O principal motivo para o bom desenvolvimento das raízes foi o clima favorável nos últimos meses (com tempo seco e temperatura amena). Historicamente, a temporada de inverno (que vai de julho a dezembro) é um período de boa produtividade, uma vez que as variedades de semente se desenvolvem melhor que no verão, por conta da menor ocorrência de chuvas e, consequentemente, de doenças. Em agosto, a cenoura foi comercializada na região mineira por R\$ 18,35/cx “suja” de 29 kg, 89% acima do custo de produção estimado pelos produtores no período. Em relação ao clima, desde meados de junho não choveu significativamente no estado e, assim, agricultores estão preocupados com a possibilidade de falta de água, temendo que as atividades de campo (plantio e manejo) sejam prejudicadas nos próximos meses. Mesmo assim, em setembro, a expectativa é que a produtividade continue alta, uma vez que deve ocorrer pico de safra de inverno em MG. Deste modo, a possível maior oferta deve reduzir os valores em todas as praças, visto que a região é referência nacional no preço da cenoura.



Preço volta a cair em agosto

Preços médios recebidos por produtores de São Gotardo pela cenoura “suja” na roça - R\$/cx 29 kg

Fonte: Cepea

Com maior oferta de MG, preço recua na Ceagesp

Neste mês, a oferta de cenouras deve aumentar na Ceagesp por conta da intensificação de colheita em Minas Gerais, o que, inclusive, pode pressionar as cotações. Em agosto, o volume de raízes já esteve elevado, devido à boa produtividade nas roças mineiras. Desta forma, houve desvalorização da raiz, com destaque para a classificação “A”, que foi a que apresentou a maior redução nos valores (28%) quando comparada às classificações 3A e G, e foi negociada a R\$ 19,32/cx de 20 kg na média de agosto. A cenoura 3A, principal categoria comercializada, registrou queda de 25% nos preços, sendo vendida por R\$ 29,87/cx de 20 kg. Conforme atacadistas, a qualidade das cenouras está satisfatória neste segundo semestre. Contudo, as vendas não estão correspondendo ao esperado pelos comerciantes – nem mesmo o retorno das aulas não foi suficiente para elevar o escoamento das raízes.

Chuva prejudica produção gaúcha

A influência do *El Niño* aumentou o volume de chuvas no Sul do Brasil nos últimos meses. Em consequência, o plantio e o desenvolvimento de cenouras no Rio Grande do Sul foram prejudicados, cenário que deve reduzir a oferta de cenouras em Caxias do Sul, Antônio Prado e Vacaria (RS) a partir deste mês. Vale ressaltar que, em setembro, a região deveria estar em pico da safra de inverno, com 30% da área sendo colhida, conforme o calendário. Em agosto, apesar de as chuvas já terem impactado no volume de cenouras colhidas, a produtividade ainda esteve satisfatória, 23% acima da de agosto/14. Isso porque, no mês passado, a elevada oferta em Minas Gerais fez com que produtores gaúchos reduzissem o ritmo de colheita. Aliado a isso, as baixas temperaturas ampliaram o ciclo da hortaliça de 150 para 180 dias. Em agosto, a média de preço na região gaúcha foi de R\$ 25,27, valor 12% menor que o de julho e 50% superior ao custo de produção. Com a previsão de que o *El Niño* continue causando chuvas acima da média até o fim do ano no Sul do País, a oferta gaúcha deve seguir controlada nos próximos meses.



Leia o blog da HF Brasil e fique atualizado!
hortifrutibrasil.blogspot.com

CENOURA DE VERÃO

ERICA F1

Força e qualidade para uma ótima colheita.



- Ótima coloração interna e externa
- Tolerância ao pendoamento
- Excelente padrão comercial
- Resistências: Ad e Cc



SEMENTES QUE FAZEM A DIFERENÇA



ACESSE NOSSO SITE E CONHEÇA A LINHA COMPLETA.

<p>ALFACE CRESPA DEISY</p> 	<p>ABÓBORA KENKO F1</p> 	<p>CEBOLA CELEBRA F1</p> 	<p>MELANCIA VISTA F1</p> 	<p>TOMATE LETYCIA F1</p> 
--	---	---	--	--

Ad - Alternaria dauci / Cc - Cercospora carotae

www.AGRISTAR.com.br



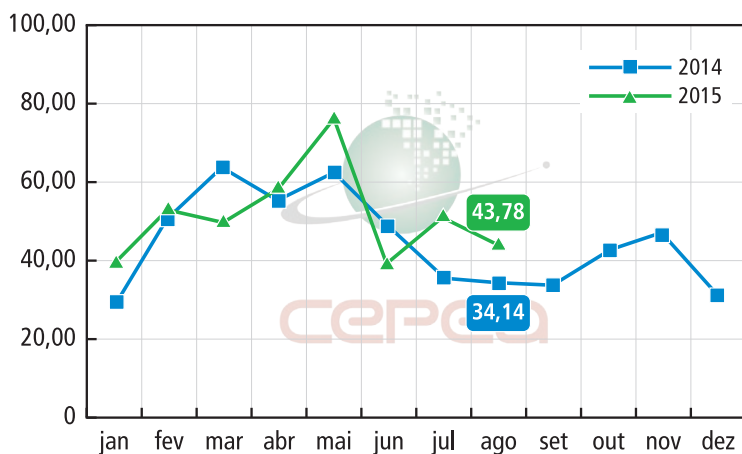
Preparativos da 2ª parte da safra de inverno avançam no Norte do PR

Tomateiros paranaenses intensificam transplântio

Em setembro, produtores do Norte do Paraná devem chegar à metade do transplântio de tomate da segunda parte da safra de inverno. As atividades começaram em agosto, com 30% das mudas levadas a campo, e devem finalizar em outubro com os 20% restantes. Os trabalhos começaram na segunda semana de agosto, um pouco mais tarde que o normal (no final de julho). Isso porque os tomaticultores locais estavam receosos com o clima chuvoso e frio e a possibilidade da incidência de requeima. A colheita da primeira parte desta temporada também teve atraso, de cerca de três semanas, prejudicada pelas fortes e constantes precipitações e temperaturas baixas registradas no Paraná, que acabaram afetando a maturação dos tomates, além de comprometer a qualidade. O aumento das temperaturas nas primeiras semanas de agosto acelerou a maturação dos frutos, mas não o suficiente para reduzir o atraso da primeira parte da safra de inverno, que se encerrou na segunda quinzena de agosto.

Paty do Alferes encerra 1ª fase da temporada com bons resultados

A primeira parte da colheita da safra de inverno de Paty do Alferes (RJ) finaliza neste mês, e foi marcada por oscilações constantes no preço do tomate. A colheita teve início em abril, com pico das atividades em maio, quando 30% da área total foi colhida. Ao término dessa fase, produtores da região se



Preço recua em agosto

Preços médios de venda do tomate salada 2A longa vida no atacado de São Paulo - R\$/cx de 22 kg

Fonte: Cepeca

queixavam da instabilidade de preços e econômica, o que dificultou o planejamento da produção. Ainda assim, a rentabilidade obtida no período foi positiva. O tomate salada foi comercializado por R\$ 38,75/cx de 25 kg, ponderado pelo calendário de colheita e pela classificação do fruto (A ou AA), enquanto o valor mínimo para cobrir os custos foi estabelecido em R\$ 20,50/cx. Em relação à produtividade das lavouras, ficou abaixo do potencial da região, com pouco mais de 200 caixas/1.000 pés de tomate, devido a problemas com pragas e doenças. Segundo produtores, o plantio frequente da mesma cultura e por um longo período de tempo, como ocorre na praça fluminense, eleva a incidência de pragas. A disponibilidade de água em Paty do Alferes tem sido bem reduzida, o que faz com que a irrigação por gotejo continue sendo a melhor opção para o cultivo. Entre 50% e 60% dos produtores na região recorrem à essa modalidade para utilizar menor quantidade de água. A colheita de frutos referentes à segunda parte da safra de inverno se inicia neste mês, e deve contar com 8,5 milhões de pés de tomate ao longo da temporada.

Mercado fraco e custos em alta comprometem renda do tomate indústria

Mesmo com queda de 10% na área cultivada com tomate industrial, o mercado não tem absorvido a produção da indústria, conforme agentes. Esse cenário afeta a remuneração dos tomaticultores, que já sofrem com a alta dos custos de produção. No geral, as roças do fruto destinado à indústria não sofreram com a falta de água neste ano. Isso porque boa parte dessas variedades é cultivada no estado de Goiás, onde houve bom nível pluviométrico até o final de agosto. Assim, o desenvolvimento das roças seguiu satisfatório, com produtividade de 87 toneladas por hectare. O transplântio se encerrou em julho e a colheita começou em abril, seguindo até novembro, com pico em agosto e neste mês. Com esse quadro de rentabilidade comprometida, não há expectativa de recuperação de área de tomate industrial no próximo ano.



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil

Quando o tomate é **Blueseeds**,
negociar fica mais fácil.



Sementes de tomate Blueseeds, produtividade para curtir e compartilhar.

Com o mundo cada vez mais conectado e rápido, o contato entre produtores e distribuidores precisa ter confiança e satisfação. Garanta tudo isso com as sementes de tomates híbridos Blueseeds. Além da qualidade dos frutos e resistência a doenças, os tomates se adaptam a diversas regiões do Brasil. Blueseeds, resultados no azul. Vermelho, só o tomate.

www.blueseeds.com.br



Praça dos Crisântemos, 110
Jardim Holanda • Holambra/SP
Tel: +55 (19) 3802.2588





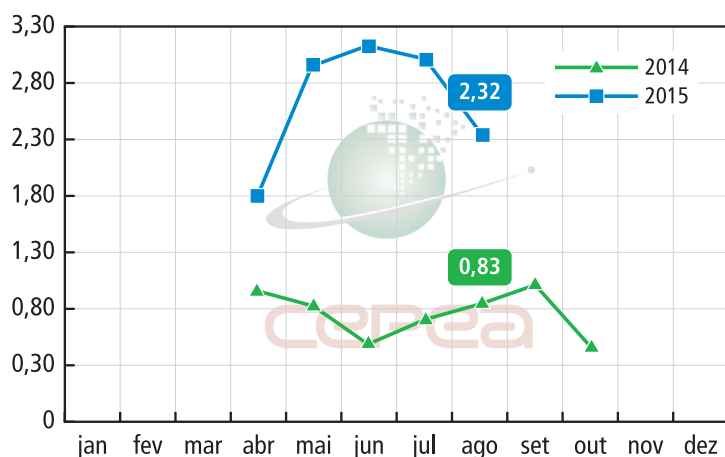
Preços seguem em patamar alto, mesmo com importações

Nem importações contêm preços altos no Brasil

O volume de cebola importada em julho e agosto desse ano indica que pelo segundo ano consecutivo, haverá significativa importação de cebolas no segundo semestre. Em julho e agosto, foram compradas 37 mil toneladas de cebola, de acordo com a Secretaria do Comércio Exterior (Secex), 118% acima das do ano passado, quando também houve um incremento do volume importado. Desse total, 88% veio da União Europeia. Esse aumento do volume importado pelo segundo ano consecutivo, porém, é considerado atípico, pois o Brasil possui clima favorável à cultura e competitividade para abastecer o mercado nacional na segunda metade do ano. O aumento das exportações europeias foi consequência da busca de novos mercados pelos holandeses, após a restrição do governo russo, principal importador de cebola, aos produtos da UE. No ano passado, a oferta brasileira não foi tão volumosa, mas as importações acabaram reduzindo os preços no mercado brasileiro. Com isso, a maioria dos produtores não ampliou a área para a safra deste ano e a oferta, que já estava baixa, acabou ficando ainda menor, com preços atingindo um dos patamares mais altos historicamente. Essa Porém, neste ano, mesmo com o aumento das compras externas, ainda não houve forte impacto nas cotações uma vez que a oferta interna está baixa.

Sul deve ampliar área na próxima safra

Produtores de Ituporanga (SC) finalizaram



o plantio da safra 2015/16 em agosto. A área para esta temporada é maior frente à última devido aos bons preços da cebola neste ano. Durante o plantio, principalmente em julho, houve grande volume de chuva, mas o calendário não sofreu atrasos e o desenvolvimento das áreas já cultivadas também não foi prejudicado. Em agosto, as chuvas deram trégua, permitindo aos produtores finalizar o plantio. A colheita na região deve começar em novembro, com a oferta das variedades precoces. Em Lebon Régis (SC) e em Irati (PR), o plantio também já foi finalizado e a área cultivada também é maior nesta safra. Em Lebon Régis, a previsão de início da colheita é em dezembro e na praça paranaense, em novembro. Em São José do Norte (RS), o plantio também já terminou, e a colheita deve começar em também no mês de novembro. Esta região costuma concentrar a oferta no início da safra, sendo previstos, aproximadamente, 90% do total da área cultivada a ser ofertada nos dois primeiros meses de colheita. Segundo produtores do Sul, até o início de setembro ainda não haviam sido detectados problemas com doenças.

Mossoró finaliza plantio com queda na área cultivada

O cultivo de cebola em Mossoró (RN) se encerrou no final de agosto. Produtores da região enfrentaram problemas no plantio desde junho devido à escassez hídrica. Segundo cebolicultores, o volume de chuva foi abaixo do esperado durante todo o ano, exceto em março e abril. Na verdade, os reservatórios têm estado abaixo do nível ideal desde o ano passado. Desta forma, mesmo com os preços atrativos neste ano e bem acima do registrado em temporadas anteriores, a área desta safra deverá ter queda entre 10 a 15% na região frente à de 2014. A escassez hídrica, porém, não deve prejudicar a produtividade da região, uma vez que a queda na área é justamente para contornar a capacidade de irrigação. Entretanto, cebolicultores de Mossoró agora lutam para conseguir controlar a trips, que pode ameaçar o bom andamento da safra. A expectativa é que a colheita tenha início em setembro, quando 10% do total cultivado será colhido.

Preços recuam pelo segundo mês consecutivo

Preços médios recebidos por produtores de Irecê pela cebola híbrida na roça - R\$/kg

Fonte: Cepeca





Mercado internacional é destaque na safra 2015/16

Exportações devem ganhar força a partir de setembro

Melonicultores do Rio Grande do Norte/Ceará devem intensificar as exportações da fruta a partir de setembro. Com a alta do dólar frente ao Real e a boa qualidade da fruta, produtores esperam que os envios de melão sejam maiores neste ano. Nos últimos anos, cerca de 60% da produção do polo produtor foi destinada ao mercado externo. Neste ano, com o cenário favorável para as exportações, melonicultores poderão enviar uma maior porcentagem do total colhido para a União Europeia (UE), principal destino da fruta nacional. Nesse contexto, ao mercado interno, deve ser disponibilizado menor volume de melão, visto que produtores têm dificuldades em expandir a produção por conta da crise hídrica na praça nordestina. Vale lembrar que, na safra 2014/15, as exportações para o bloco econômico europeu cresceram 12,7% em relação à anterior, totalizando 194 mil toneladas da fruta, segundo dados da Secex. Em agosto deste ano, os envios somaram quase 10 mil toneladas, 28,2% superior ao exportado no mesmo mês de 2014, sinalizando aumento dos envios nesta safra.

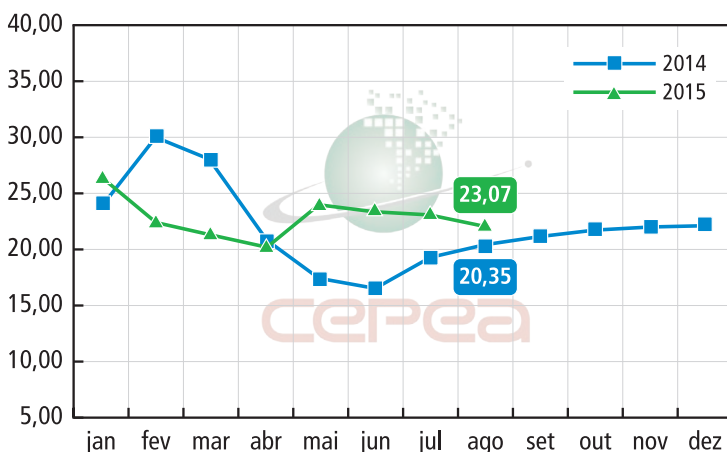
Baixo nível dos reservatórios preocupa fruticultores no NE

Uma nova redução do volume útil do reservatório de Sobradinho (BA) foi registrada em agosto. No começo daquele mês, o reservatório baiano

operava com 16,1% de sua capacidade útil, porém, iniciou setembro com apenas 12,5% de seu volume útil. A situação preocupa cada vez mais melonicultores, que dependem das águas do “Velho Chico” para irrigarem a cultura. No Rio Grande do Norte, o cenário não é diferente: a barragem Armando Ribeiro Gonçalves, a maior do estado, estava com apenas 28% da capacidade, em agosto, sendo a pior situação desde que foi inaugurada, há 32 anos. A Agência Nacional das Águas (ANA) restringiu o uso do reservatório apenas para o consumo humano. No Ceará, por sua vez, a média do volume de 153 reservatórios é de 19%. No mesmo período de 2014, a média era 29%. O volume dos reservatórios da região Nordeste é de pouco mais de 21%, em média. Segundo o Operador Nacional do Sistema Elétrico, ainda não há riscos de racionamento, mas é preciso permanecer em alerta. A crise hídrica é a principal responsável pela menor produtividade nessas regiões. Na Chapada do Apodi (RN)/Baixo Jaguaribe (CE), a produtividade recuou 15,2% na parcial deste ano e no Vale do São Francisco (BA/PE), de 10,7% frente aos primeiros oito meses do ano passado. Caso não chova, produtores potiguares/cearenses, que iniciaram a colheita da safra 2015/16 em agosto, poderão reduzir a área destinada ao cultivo da planta em pelo menos 10% durante o pico do plantio.

Clima seco e temperaturas mais elevadas impulsionam vendas

Com as temperaturas mais elevadas e o clima seco em São Paulo, as vendas do melão foram consideradas satisfatórias para o mês de agosto. Por ser uma fruta rica em água, o melão é fortemente recomendado em dias com baixa umidade relativa do ar, o que resultou em uma maior demanda. Além disso, apesar do enfraquecimento na economia brasileira, as cotações do melão estão maiores neste ano. De janeiro a agosto, o melão amarelo tipo 6 e 7 foi comercializado à média de R\$ 23,38/cx de 13 kg, valor 6% maior que o do mesmo período de 2014 na Ceagesp. Em setembro, a fruta pode se valorizar ainda mais, por conta da menor oferta.



Crise econômica dificulta vendas e preço reduz em agosto

Preços médios de venda do melão amarelo tipo 6-7 na Ceagesp - R\$/cx de 13 kg



Fonte: Cepeca



Leia o blog da HF Brasil e fique atualizado!
hortifrutibrasil.blogspot.com



GO deve ter pico de colheita em setembro

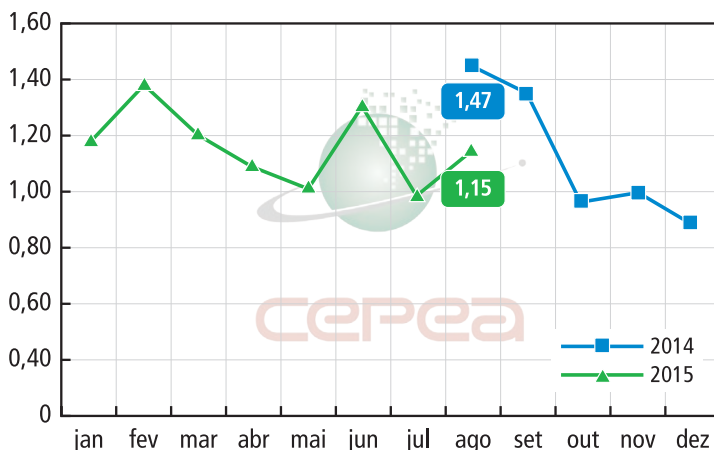
Safra goiana tem produtividade elevada

A colheita de melancia deve se concentrar em setembro e outubro na região de Uruana (GO), como já previsto no calendário dos produtores. Melancicultores locais costumam programar o plantio para que a maior oferta ocorra justamente em períodos quando a disponibilidade em outras regiões é limitada. Neste mês, por exemplo, a safra da região de Lagoa da Confusão/Formoso do Araguaia (TO) se encerra, e a colheita no estado de São Paulo (região de Marília/Oscar Bressane) ainda está no início, não representando grandes volumes. No geral, produtores de Uruana estão satisfeitos com o resultado da safra. A produtividade estava alta em agosto (50 t/ha), e os preços têm sido superiores aos custos.

Inicia-se a colheita em SP

A colheita de melancia da safra principal na região de Oscar Bressane (SP) está prevista para começar na primeira quinzena de setembro, com pico em outubro. Apesar do inverno mais quente e seco no estado de São Paulo, produtores indicam que a irrigação está contribuindo para o bom desenvolvimento da cultura. Até o começo deste mês, a área de plantio seguia estável frente à de 2014. Além disso, não houve relatos de problemas quanto a pragas e doenças, o que eleva a expectativa dos melancicultores paulistas de uma safra produtiva.

Transplântio é intensificado em Arroio dos Ratos



O transplântio de melancia na região de Arroio dos Ratos (RS) iniciou-se em agosto, com avanço previsto em setembro e encerramento em outubro. Segundo agentes locais, os últimos meses foram chuvosos, mas como as mudas ainda estavam sendo formadas nas estufas, não houve danos ou atraso nas atividades de transplântio. O inverno úmido e mais quente fez com que as mudas ficassem prontas em 35 dias, quando a média é entre 45 e 50 dias. Já as demais regiões produtoras do Rio Grande do Sul, Encruzilhada e Bagé, costumam iniciar as atividades de campo um mês após Arroio. Com relação à área de produção para a temporada 2015/16, a expectativa é de redução de até 10% em relação à passada no estado. Isso porque o excesso de chuva no início de 2015 elevou a incidência de doenças como a antracnose, o que prejudicou a produtividade e qualidade das frutas da região. Esses prejuízos elevaram os custos de produção, o que limitou a rentabilidade da cultura e os investimentos nesta temporada. Pesou, ainda, a alta nos preços dos insumos.

Exportações estão 150% maiores que em ago/14

A temporada de vendas externas da melancia, sobretudo a sem semente, começou no final de agosto com perspectivas positivas para este ano. Com a valorização do dólar frente ao Real, o enfraquecimento da demanda brasileira e recuperação das economias europeia e americana, os envios da fruta ao mercado externo estão bastante atrativos. Em agosto, o País já embarcou a todos os destinos 3,4 mil toneladas da fruta, aumento de 149,6% frente ao volume de agosto/14. Em receita, a alta foi de 113% na mesma comparação. Por outro lado, a maior parte da produção brasileira de melancia sem semente está localizada no Rio Grande do Norte/Ceará, e a região passa por uma grave crise hídrica. Segundo produtores nordestinos, o volume de água disponível para irrigação está baixo e há muitos relatos de problemas quanto à salinização do solo, o que pode limitar o volume de melancia para exportação e, conseqüentemente, os envios nos próximos meses.



Preço sobe em agosto, mas é inferior ao de 2014

Preços médios de venda da melancia graúda (>12 kg) na Ceagesp - R\$/kg

Fonte: Cepepa



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil

**Maior conservação no pós-colheita:
garantia de polpa firme e crocante
da colheita à mesa do consumidor.**

Escolha Manchester, o híbrido
mais cultivado do Brasil.



Manchester

syngenta.



Moagem de pera se intensifica

Processamento tem baixo rendimento, mas deve melhorar

O processamento de laranja pera iniciou-se na segunda quinzena de agosto, com intensificação neste mês. As precoces, por sua vez, tiveram sua moagem praticamente encerrada em agosto. Até o final do mês passado, agentes de mercado consultados pelo Cepea relataram que o rendimento industrial (caixas de 40,8 kg/tonelada de suco concentrado) está muito abaixo do ideal, por volta de 300 cxs/t, e pode fechar próximo do pior já registrado, de 282 caixas por tonelada na temporada 2013/14, segundo dados CitrusBR. Porém, com o correr da safra atual, finalização do esmagamento das precoces e início da pera, o rendimento tende a melhorar, mas o setor não acredita que fique muito abaixo de 280 caixas por tonelada de suco. A combinação da menor safra paulista com o baixo rendimento industrial reforça a perspectiva de produção limitada de suco nesta temporada (2015/16), reduzindo consideravelmente os estoques finais. A possibilidade de oferta restrita do Brasil começa a refletir nos preços de referência do suco no mercado internacional. As cotações de suco de laranja (FCOJ) na Bolsa de Nova York (ICE Futures) atingiram em meados de agosto o maior patamar do ano, em torno de US\$ 2.000/t. A valorização também ocorre no mercado *spot*, onde os valores da pera estão superiores aos do ano passado – em agosto/15, o preço médio para entrega no portão foi de R\$ 11,33/cx de 40,8 kg, colhida e posta na indústria, alta de 16,4% na comparação com o mesmo

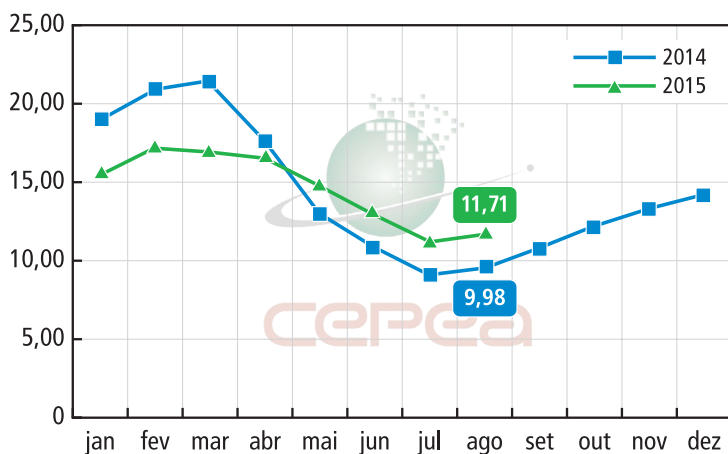
período de 2014. Apesar dos melhores preços em relação aos anos recentes, citricultores ainda não estão animados para realizar novos investimentos, principalmente em área. Produtores independentes, cujos preços das últimas safras foram abaixo ou bem próximos dos custos, devem priorizar o pagamento de dívidas e retomar os investimentos em melhorias aos pomares, como renovação e melhores tratamentos culturais. Os produtores com contrato de longo prazo, que no geral tiveram melhor remuneração nos anos recentes, devem seguir realizando bons tratamentos nos pomares, aumentando o adensamento e renovando áreas mais velhas.

Mesmo com maior oferta em setembro, pera deve se valorizar

Os preços da laranja pera neste ano estão superiores aos de 2014 desde maio, e podem continuar subindo nos próximos meses. A previsão é que a oferta da variedade aumente em setembro, assim como sua absorção industrial, o que deve dar sustentação às cotações no segmento *in natura*. Segundo colaboradores do Cepea, em agosto, a disponibilidade de pera ainda foi relativamente baixa (já que a maturação da safra está atrasada). Além disso, a boa demanda de precoces por parte das processadoras, bem como o início do processamento da pera, permitiu firmeza nas cotações das laranjas em geral no mercado de mesa.

Oferta de tahiti recua em setembro

A disponibilidade de lima ácida tahiti no estado de São Paulo deve cair significativamente em setembro. Segundo colaboradores do Cepea, até o início deste mês, o desenvolvimento dos pomares sinalizava um cenário de oferta reduzida, parecido com o do ano passado. Porém, o resultado final ainda deve depender do regime de chuvas, pois foi a estiagem que elevou os preços a valores recordes em outubro/14. Além disso, a entrada de frutas de outros estados e o cenário econômico brasileiro podem limitar as altas das cotações.



Pera registra leve recuperação em agosto

Preços médios recebidos por produtores paulistas pela laranja pera - R\$/cx de 40,8 kg, na árvore

Fonte: Cepea



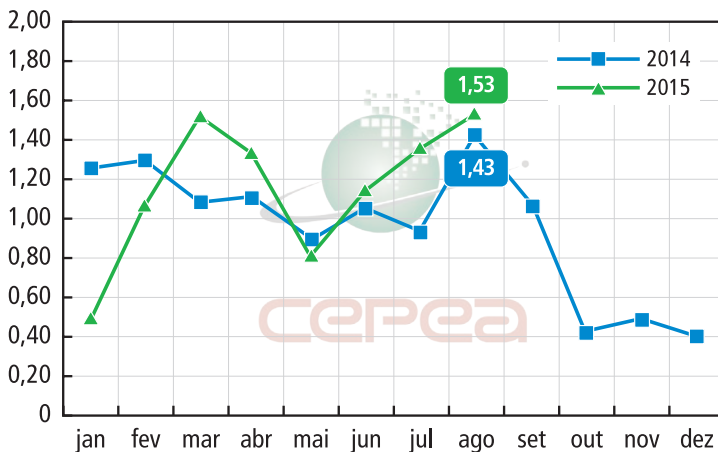
Leia o blog da HF Brasil e fique atualizado!
hortifrutibrasil.blogspot.com



Cenário internacional é positivo para exportador brasileiro

Produtor aproveita contexto externo e intensifica embarques

Com a oferta de manga relativamente baixa no mercado internacional, o cenário exportador brasileiro e o câmbio favorável têm sido positivo. Desde junho, o volume de manga na Europa tem diminuindo gradativamente, chegando em agosto com oferta relativamente baixa da fruta. Isso aconteceu principalmente porque os países concorrentes do Brasil na Europa tiveram problemas na safra. Israel começou com atraso em agosto, pois as ondas de calor no país levaram a perdas de mangas já amadurecidas nos pomares. Também em agosto o oeste africano encerrou sua safra. Com esse cenário, mangicultores do Vale do São Francisco, que têm volume e fruta com qualidade para exportar, têm sido beneficiados com esta situação, preferindo comercializá-las no mercado externo. Em agosto deste ano, as exportações superaram em 48,8% o volume enviado em agosto/14, somando 13,5 mil toneladas, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Quanto aos envios para os Estados Unidos, produtores acreditam que o volume exportado ao país possa aumentar em até 30% este ano devido à liberação da entrada de mangas brasileiras com maior calibre no mercado norte-americano. Além disso, as estimativas da safra do Peru, concorrente do Brasil no mercado norte-americano, não são positivas. Com o *El Niño* confirmado este ano, a temporada de manga peruana será atrasada em algumas regiões, podendo inclusive ter quebra de safra. Assim, 2015 pode ser outro ano positivo para os exportadores brasileiros.



Com menor oferta, preço segue em alta

Preços médios recebidos por produtores de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) pela *tommy atkins* - R\$/kg

Fonte: Cepea



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil

Com menor disponibilidade interna, preço dobra no Vale

Nos últimos três meses, o volume de manga disponível ao mercado esteve menor no Vale do São Francisco, período em que geralmente observa-se maior oferta da fruta. Além do aumento das exportações de manga daquela região, as chuvas durante a florada no primeiro semestre resultaram em diminuição na disponibilidade interna. Esse cenário refletiu diretamente nos preços, que chegaram a dobrar frente aos de 2014. Mangicultores do Vale esperam que a produtividade aumente a partir de setembro, principalmente de *kent* e *keitt*, o que pode elevar a oferta e limitar as altas dos valores.

Clima pode prejudicar safra em praça paulista

Produtores de Monte Alto/Taquaritinga (SP) estão preocupados quanto à safra 2015/16. O clima de junho/julho, época em que as primeiras floradas começaram a sair, foi atípico para a região, concentrando volume de chuva acima do normal. Isto ocasionou na vegetação de grande parte dos pomares. Já as flores que conseguiram vingar vieram com atraso e não uniformes. Esta situação resultará em atraso na colheita, além de quebra de safra. No entanto produtores não sabem a magnitude das perdas. Segundo a Somar Meteorologia, para este trimestre (setembro, outubro e novembro), são esperados 279 mm em Monte Alto e 284 mm em Taquaritinga, sendo, respectivamente, 14% e 15% abaixo da média climatológica para essas regiões, mas, ainda assim, deve favorecer a produção. Destes três meses, novembro deve ser o mais chuvoso, acumulando 188 mm em Monte Alto e 180 mm em Taquaritinga. Vale lembrar, no entanto, que a elevada umidade torna a cultura suscetível a doenças fúngicas. Com isso, produtores devem se atentar e realizar os tratamentos culturais para conseguir bons resultados. No ano passado, a região de Monte Alto/Taquaritinga teve quebra de safra e ofertou frutas de menor calibre devido à seca.



Maior oferta pode pressionar cotações do mamão

Com alta das temperaturas, oferta deve aumentar em setembro

Em setembro deve haver elevação das temperaturas nas regiões produtoras de mamão do Sul da Bahia, Espírito Santo e Norte de Minas Gerais, por conta do início da primavera. Assim, a oferta da fruta deve aumentar no correr de setembro e as cotações ao produtor podem recuar. Em agosto, a disponibilidade de mamão já havia aumentado nas praças capixaba e baiana, influenciada também pelas temperaturas relativamente elevadas. Além disso, houve também o fim do período do “pescoço” nessas regiões e o início de colheita de roças novas, mais produtivas. Devido ao aumento de volume, o mamão formosa capixaba teve desvalorização de 41% em agosto em relação ao mês anterior, comercializado a R\$ 0,52/kg. O havaí teve desvalorização ainda maior no ES, sendo vendido a R\$ 0,43/kg, em média, valor 67% menor na mesma comparação.

Clima pode favorecer mancha fisiológica no Norte de MG

Em setembro, o clima mais quente e seco no Norte de Minas Gerais pode induzir o aparecimento de manchas fisiológicas no mamão. Há também previsão de elevada amplitude térmica na região – segundo dados da Somar Meteorologia, os termômetros devem registrar mínimas de 15°C e máximas de 35°C. Com isso, a probabilidade de aparecimento de mancha fisiológica

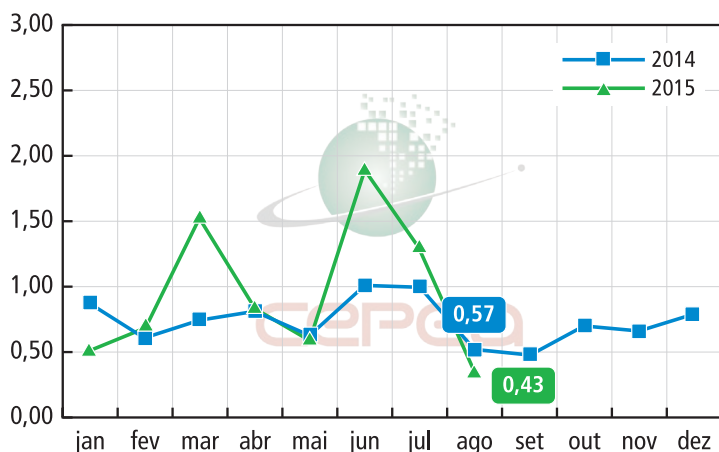
ca no fruto é ainda maior. Isso porque a grande variação de temperaturas é um dos fatores que influenciam no surgimento do distúrbio fisiológico. O déficit hídrico e a baixa umidade relativa do ar, que estão sendo registrados no Norte mineiro, também podem levar a essa situação. Com previsão de pouca chuva em setembro, produtores mineiros devem estar atentos à ocorrência da mancha, que pode influenciar negativamente na qualidade da fruta.

Sul da BA tem baixa rentabilidade em agosto

Desde o início de agosto, produtores de mamão do Sul da Bahia têm enfrentando queda nos preços. Isso porque a oferta aumentou consideravelmente nessa região e a demanda está enfraquecida. Com isso, produtores acabaram vendendo a fruta a preços abaixo ou bem próximos dos custos de produção. Neste ano, a desvalorização está maior do que os mamoneiros esperavam. O preço médio do mamão havaí baiano foi de R\$ 0,46/kg em agosto, 7% menor que o valor mínimo estimado pelos produtores para cobrir os custos por quilo da fruta. Em setembro, com maior oferta no Sul da BA, a rentabilidade unitária pode continuar baixa.

Exportações seguem em alta

Os envios de mamão ao exterior devem seguir altos em setembro, conforme expectativa de exportadores brasileiros. Isso se deve à baixa demanda no mercado interno e aos preços mais atrativos para exportação, já que o dólar está valorizado em relação ao Real. Na Europa, maior importador do mamão brasileiro, a demanda só tem aumentado. O volume enviado de janeiro a agosto deste ano foi 25% maior do que em mesmo período no ano passado, de acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), totalizando 22,1 mil toneladas. A receita, no acumulado do ano, foi de US\$ 23,6 milhões, valor 7% menor frente ao mesmo período de 2014 – em Reais, o valor na parcial de 2015 foi de R\$ 72,6 milhões, alta de 25%.



Menor demanda pressiona cotação do havaí em agosto

Preços médios recebidos por produtores do Espírito Santo pelo mamão havaí, em R\$/kg

Fonte: Cepeca



Leia o blog da HF Brasil e fique atualizado!
hortifrutibrasil.blogspot.com

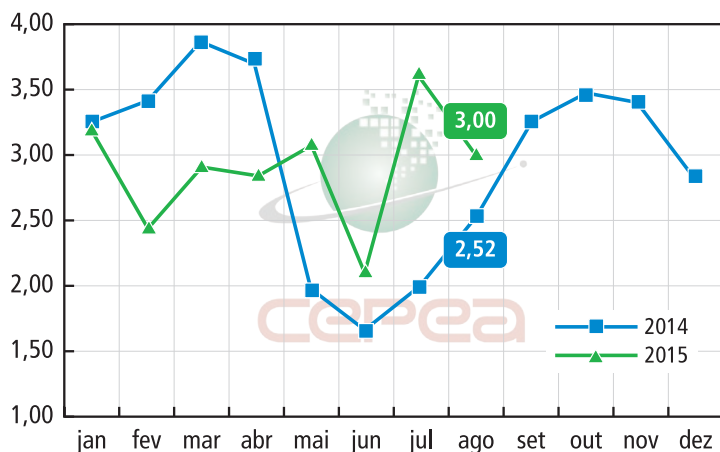


Falta d'água pode afetar produção vitícola do Vale em 2015

Produtores do Vale estão preocupados com queda na qualidade

No Vale do São Francisco (BA/PE), a produção e a qualidade da uva no segundo semestre podem ser afetadas pelo clima quente e seco da região, somado à possível falta de água para irrigação. Além disso, a carestia poderia ocasionar problemas fitossanitários, como o aparecimento de ácaros. Com isso, os custos com tratamentos culturais podem aumentar, afetando a rentabilidade do setor. Segundo dados da Companhia Hidro Elétrica do São Francisco (Chesf), até 01/09, o volume útil do reservatório de Sobradinho estava em 12,5%, podendo se esgotar até o final de setembro. Produtores relataram que estão à espera de uma solução para que o racionamento não ocorra. Uma das alternativas é a captação de água do chamado "volume morto" do Sobradinho, como o utilizado no Sistema Cantareira, em São Paulo. Entretanto, produtores do Vale informaram que essa opção não estaria disponível antes de novembro. Uma alternativa mais rápida é o fornecimento de água da represa de Três Marias (MG) para o reservatório de Sobradinho. A adoção dessa medida poderia fazer com que a escassez não afetasse a produção de uva da região, já que não há expectativa de chuva suficiente para amenizar a situação nos próximos meses.

Crise hídrica pode impactar nas exportações de uva em 2015



As exportações brasileiras de uva podem ser afetadas pela crise hídrica no Vale, segundo previsão de exportadores locais. Isso porque a falta d'água pode prejudicar a qualidade da fruta. Além disso, os cachos que não atingirem os padrões de qualidade para exportação poderão ser destinados ao mercado interno. A expectativa inicial na região era de que os embarques se aquecessem a partir da segunda quinzena de setembro e se estendessem até final de novembro/início de dezembro. A valorização do dólar frente ao Real deixou exportadores otimistas quanto ao possível aumento da rentabilidade. Além disso, há a possibilidade de que a safra deste ano na Califórnia (EUA) seja adiantada por conta da seca, aumentando a janela de atuação dos exportadores brasileiros. Porém, com a previsão de menor produtividade e qualidade da uva para os próximos meses, o setor está mais cauteloso quanto às perspectivas de embarques neste ano. Em agosto deste ano, as vendas externas caíram 61,8%, totalizando 141 toneladas.

SP e MG entram em pico de safra, mas oferta deve ser controlada

As regiões de Jales (SP) e de Pirapora (MG) entraram em pico de colheita entre o final de agosto e início de setembro. Normalmente a oferta de uva aumenta significativamente neste período. Contudo, o clima tem interferido na produção, o que pode limitar os efeitos do pico de safra nas cotações da fruta. Além disso, com as temperaturas mais elevadas nos dois estados, agentes esperam que o consumo também se recupere. Até o final de agosto, a qualidade da uva nessas praças não foi afetada pelo clima, sendo considerada, portanto, satisfatória. A previsão do Cptec/Inpe para o trimestre setembro-novembro é de temperaturas acima da normal climatológica para a região Sudeste, condição favorável ao consumo da fruta. Em relação à precipitação, a expectativa é de igual probabilidade de chuvas abaixo, acima e dentro da normal climatológica para o mesmo período.



Demanda desaquecida desvaloriza Itália em agosto

Preços médios recebidos por produtores pela uva Itália - R\$/kg

Fonte: Cepeca



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil



Inverno de 2015 tem maior oferta de nanica que ano passado

Oferta de nanica é mais escalonada

O Vale do Ribeira e o Norte de Santa Catarina estão com calendário de oferta diferente do observado em anos anteriores. Normalmente, há falta de fruta no inverno, mas, neste ano, a disponibilidade de nanica está mais escalonada, possibilitando aos produtores um bom volume de vendas. Em setembro, a expectativa é que o Norte de Santa Catarina seja o principal responsável por abastecer o mercado com a variedade. Geralmente as baixas temperaturas do inverno atrasam o processo de maturação. Mas como em 2015 o inverno foi menos rigoroso, a produtividade tem aumentado e, em setembro, a região deve ofertar mais do que o observado em agosto. Além disso, nesta época há baixo índice pluviométrico, porém, em 2015, as chuvas têm superado a média de anos anteriores devido à presença do *El Niño*. No Norte de SC, a ação do fenômeno foi mais intensa do que no Vale do Ribeira. A praça paulista também tem registrado temperaturas acima da média frente à de invernos anteriores, o que possibilitou maior oferta de banana. Mesmo assim, a oferta paulista deve ser menor em setembro, podendo aumentar a partir de outubro.

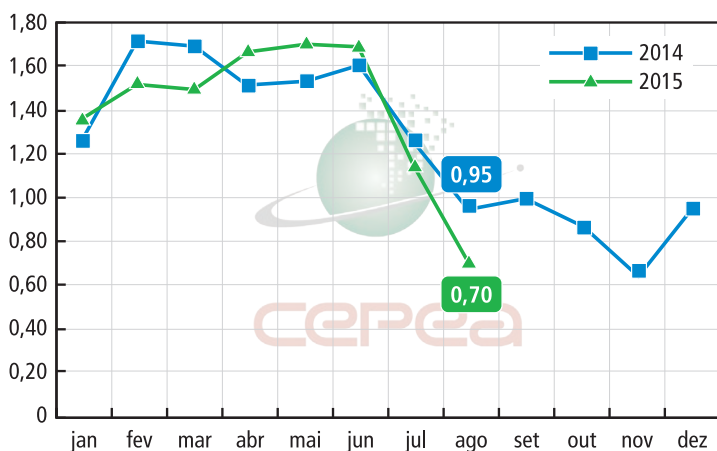
Menor oferta pode impulsionar cotações da prata

Em setembro, fatores climáticos devem continuar influenciando a qualidade da banana prata no País. Além disso, a oferta da fruta deve ser menor do que a observada em agosto. De fato, produ-

tores de Bom Jesus da Lapa (BA) informaram que a expectativa é de baixa produção. No Norte de Minas Gerais, a oferta também deve cair consideravelmente em relação ao mês passado, podendo impulsionar os preços. Mas este aumento deve ser limitado pela menor qualidade de parte da produção. Em agosto, o mercado da prata anã foi marcado pela alta oferta do Norte de Minas Gerais e queda na Bahia devido ao alto índice de frutas de segunda qualidade. A pouca incidência de chuva e as altas temperaturas fizeram com que as frutas amadurecessem sem atingir o tamanho ideal. Com isso, houve muita oferta de frutas mais “magras”. Assim, produtores mineiros e baianos se mostram insatisfeitos com a qualidade da prata neste ano devido à alta presença de “banana de segunda”.

Em agosto exportações ao Mercosul superam julho

Apesar da alta oferta de banana do Equador ter feito com que o país aumentasse seus envios aos países do Mercosul, as exportações brasileiras ao bloco econômico em agosto superaram as observadas em julho, segundo a Secex. Em agosto de 2015 o Brasil enviou 6,4 mil toneladas de banana ao Mercosul, quantidade 4,5% maior do que a enviada em julho. A remuneração das exportações ao bloco econômico em agosto foi de US\$ 1,8 milhões (FOB), valor 7% maior, na mesma comparação. Exportadores catarinenses informaram que a banana brasileira está com qualidade superior a observada em anos anteriores. Isso porque o inverno foi menos rigoroso e a produção está com baixa incidência de *chilling*. Apesar do aumento nos envios, a maior oferta equatoriana prejudicou as negociações com os países do Mercosul. Isso porque a banana do Equador chega a valores menores do que as do Brasil, a estes países. Isso acontece porque o custo de produção equatoriano é menor do que o brasileiro. Para setembro a expectativa é que a qualidade continue superior aos anos anteriores. Por outro lado a oferta de bananas do Equador pode continuar limitando o preço pago a banana brasileira.



Com baixa qualidade, preço da prata cai

Preços médios recebidos por produtores do norte de Minas Gerais pela prata-anã - R\$/kg

Fonte: Cepeca



Leia o blog da HF Brasil
e fique atualizado!
hortifrutibrasil.blogspot.com



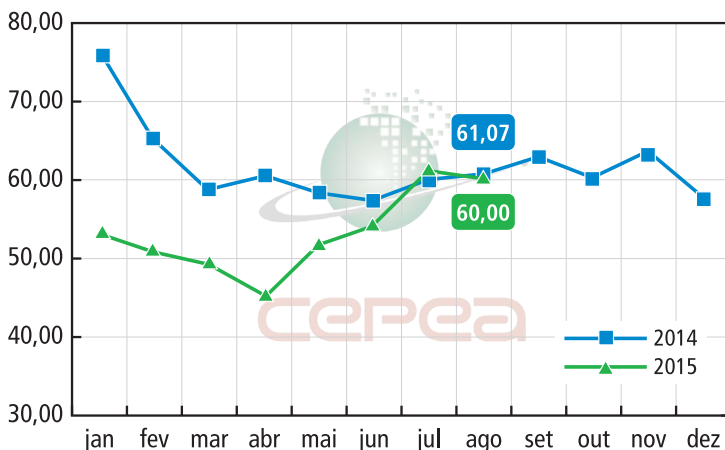
Chuva volumosa pode prejudicar polinização no final de setembro

Quebra de dormência ocorre no Sul do País

A contagem das Unidades de Frio (UF) superou a média histórica em São Joaquim (SC), segundo dados do Ciram/Epagri. De 1º de abril a 31 de agosto, foram contabilizadas 638 UF em Fraiburgo e 1.993,3 UF em São Joaquim. Já em Vacaria (RS) as UF ainda estavam um pouco abaixo da média para a região no período, mas foram suficientes para que boa parte dos pomares tivesse quebra da dormência ainda no final de agosto – para que a brotação não seja tardia, as temperaturas devem seguir positivas. Em setembro, produtores se preparam para a florada que, geralmente, ocorre no final do mês, mas estão preocupados com as chuvas. Por conta do *El Niño*, o volume de chuvas entre setembro e outubro poderá ser maior no Sul do País, prejudicando o trabalho de agentes polinizadores e, conseqüentemente, a produção dos frutos.

Preço médio deste ano está abaixo do de 2014

O valor médio da maçã de janeiro a agosto deste ano está inferior ao verificado no mesmo período de 2014. Considerando-se as três regiões acompanhadas pelo Cepea (Fraiburgo, São Joaquim e Vacaria), a média da variedade gala graúda, Cat 1, neste ano é de R\$ 48,44/cx, 12% abaixo da de janeiro a agosto de 2014. Apesar da melhor qualidade em 2015, a redução do poder de compra do consumidor tem resultado em desaquecimento do mercado interno. Apesar



disso, boa parte dos maleicultores afirma que o volume de fruta negociado no correr de 2015 supera o do ano passado, o que, inclusive, tem resultado em menor estoque de frutas. Esse cenário, por sua vez, está atrelado ao crescimento das exportações neste ano. A partir de setembro, produtores devem focar as vendas na variedade fuji, uma vez que os estoques de gala devem ser finalizados até o início de outubro.

Safra da Europa reduz, mas segue em bom patamar

A produção de maçã da Europa em 2015 deve ser de 11,9 milhões de toneladas, volume 5% inferior à de 2014, segundo a Wapa (Associação Mundial de Maçã e Pera). O clima favorável no continente europeu deve garantir boa qualidade para a nova safra. Com relação à temporada passada, apesar das preocupações acerca da comercialização no início da safra, países europeus venderam suas frutas mais cedo que o planejado. Por outro lado, o embargo russo, que foi prorrogado pelo menos até janeiro de 2016, e o aumento dos estoques europeus resultaram em queda de 20% na rentabilidade de produtores.

Setor macieiro argentino segue em crise

Desde o início deste ano, o setor macieiro da Argentina vivencia uma forte crise. A elevação dos custos impossibilitou a colheita de parte da produção, que chegou a apodrecer nos pomares – essas frutas podem ser inóculo de doenças no campo. Embora o volume colhido nesta temporada argentina seja menor, o embargo brasileiro imposto à maçã Argentina entre março e julho/15 elevou os estoques do país vizinho. De janeiro a agosto, as exportações da Argentina para o Brasil totalizaram 12,3 mil toneladas, volume 63% menor que o do mesmo período de 2014, de acordo com a Secex. Além disso, em agosto, a Argentina importou maçãs do Chile, comprometendo ainda mais a rentabilidade de produtores do país vizinho. Assim, os argentinos reduziram os preços de venda da fruta, no intuito de escoar a produção.



Mercado fraco reduz preço na Ceagesp

Preço médio de venda da maçã gala Cat 1 (calibres 80 -110) na Ceagesp - R\$/cx de 18 kg

Fonte: Cepea



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil



ENTREVISTA: Chico Lange

“AGORA, FICO PRATICAMENTE 24 HORAS ON-LINE. JÁ RECEBI PEDIDOS ATÉ DE MADRUGADA”

Chico Lange é produtor e exportador de bananas de Corupá, na região norte de Santa Catarina. Junto com o seu irmão, Jaison Lange, decidiu instalar neste ano equipamentos que disponibilizam internet *wi-fi* (sem fios) em boa parte da fazenda. Com esse suporte de comunicação, tem negociado muito via WhatsApp, o famoso aplicativo de troca de mensagens instantâneas por *smartphone*. O resultado tem sido o aumento significativo das vendas de banana da família Lange.

Hortifuti Brasil: O que o motivou a disponibilizar sinal *wi-fi* de internet no campo?

Chico Lange: Boa parte das propriedades da minha região tem sinal via rádio, mas o sinal de celular era ruim na fazenda, ficávamos praticamente sem contato. Para conseguirmos conversar com os compradores, tínhamos que pegar o carro, ir até o escritório, que fica mais próximo da cidade, para usar o telefone e a internet. Aí meu irmão Jaison teve a ideia de instalar uma estrutura de *wi-fi* na fazenda neste ano. Com isso, melhorou muito a nossa forma de negociar, principalmente via WhatsApp. Com esse aplicativo, consigo negociar minha fruta com os clientes, tiro fotos da mercadoria, do caminhão carregado e envio aos clientes, tudo direto da fazenda. Tenho usado muito o WhatsApp agora.

HF Brasil: É caro investir em uma estrutura de *wi-fi* como a do senhor?

Lange: Não chega a ser tão caro. Considerando toda a estrutura, que consiste em um poste e uma antena que capta o sinal via satélite, o custo foi de R\$ 800 mais a mensalidade. Com isso, conseguimos sinal a uma distância de até 200 metros. Na região há muito morro, e em certos lugares não conseguimos ter um bom sinal de celular. Então, esse investimento valeu a pena. Acho que a agricultura brasileira poderia investir mais nisso, para que todos tenham mais acesso a informação no meio rural.

HF Brasil: E como o senhor fazia para negociar antes do *wi-fi*?

Lange: Quando estávamos na fazenda, era muito difícil conseguir um bom sinal de celular. Tínhamos sempre que ir até o escritório para usar o telefone. Agora que temos o *wi-fi* instalado na fazenda, o WhatsApp facilitou muito, ficou muito mais prático de se negociar. Se você já tem a fruta para vender, dá para tirar foto e enviar ao cliente e acaba ficando uma forma de registrar a negociação. Conseguimos negociar nossa fruta sem sair da fazenda. E já tem muita gente na nossa região que está conectada na fazenda.

HF Brasil: Estar conectado facilitou no modo de fazer negócio?

Lange: Muito. Agora, fico praticamente 24 horas *on-line*. Não tem hora certa para negociar. Já recebi pedidos até de madrugada. Mas temos que estar dispostos a todo o tempo, ainda mais em tempos de crise. Além de facilitar, também consegui aumentar meus negócios. Tenho uma página no Facebook chamada “Bananas Lange” e, certa vez, postamos a foto do meu pai, o senhor Ivo Lange, segurando dois cachos de banana. Uma outra página do Facebook de São Paulo acabou compartilhando a foto, o que rendeu, em cinco dias, mais de 57 mil visualizações! Isso ajudou a aumentar as vendas e a divulgar nosso produto.

HF Brasil: Com essa estrutura de internet, o senhor tem novos planos para incrementar a área de comunicação além do uso do celular e do Facebook?

Lange: Sim. Os planos vão muito além. Até o final deste ano, faremos a emissão de Nota Fiscal de Produtor totalmente *on-line*, não sendo mais necessário o deslocamento até a Secretaria de Agricultura para retirada dos blocos de notas. Outro plano, mais ousado, que vai exigir mais estudo e tempo, é o monitoramento das plantas das bananeiras com etiquetas RFID (Etiqueta de Identificação por Rádio Freqüência). Com isso, poderemos montar um banco de dados e acompanhar a produção e evolução de cada área e plantas específicas.

HF Brasil: Pelo jeito, o senhor recomendaria produtores que usem as mídias digitais como instrumento de negócio, não?

Lange: Recomendo! Além de o produtor investir mais nessas tecnologias, acho que deveria haver mais investimento do governo junto às empresas de telefonia, para proporcionar mais comunicação no meio rural. Vemos no noticiário que gastam dinheiro com muita coisa, poderiam investir mais em comunicação. ✓✓

Na teoria,
a tecnologia
do futuro.
Na prática,
maior proteção
e qualidade hoje.



TUCARÉ | COM. São Paulo

A força da natureza a favor da qualidade.

Serenade é o fungicida e bactericida biológico da Bayer. Com formulação diferenciada, pronta para o uso e de fácil manejo, além de controlar efetivamente as doenças, Serenade ativa a defesa das plantas melhorando o desenvolvimento e a sanidade e produzindo frutas e hortaliças sem resíduos, com alta qualidade e mais saudáveis. Serenade possui carência zero, permitindo maior flexibilidade entre a aplicação e a colheita. Adicionar Serenade ao seu manejo é ter carência zero e qualidade máxima.

Serenade.
Eficiência sem carência.

ATENÇÃO

Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

**CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRONÔMICO**



Faça o Manejo Integrado de Pragas.
Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos.
Uso exclusivamente agrícola.



Bayer CropScience

Se é Bayer, é bom

A produtividade é música
para os seus ouvidos.

Orkestra[™] SC

para múltiplas culturas em HF.

est

ATENÇÃO Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO, VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Inclua outros métodos de controle dentro do programa do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Uso exclusivamente agrícola. Estado do Paraná liberado apenas para a cultura da soja. Registro MAPA nº 08813.

O fungicida ideal para o manejo de resistência e controle das mais importantes doenças nas lavouras de HF.

☎ 0800 0192 500

📘 facebook.com/BASF.AgroBrasil

www.agro.basf.com.br

150 anos

 **BASF**

We create chemistry



melancia
RANGER

Chegou a **melancia híbrida da Hollar Seeds**, experimente!

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

Mala Direta Postal

Básica

0000/2012 - DR/XXXXYY

Cliente

...CORREIOS...

IMPRESSO

Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ

Av. Centenário, 1080 CEP: 13416-000 Piracicaba (SP)

Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829

e-mail: hfcepea@usp.br



Muito mais que uma publicação, a **Hortifruti Brasil** é o resultado de pesquisas de mercado desenvolvidas pela Equipe Hortifruti do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq/USP.

As informações são coletadas através do contato direto com aqueles que movimentam a hortifruticultura nacional: produtores, atacadistas, exportadores etc. Esses dados passam pelo criterioso exame de nossos pesquisadores, que elaboram as diversas análises da **Hortifruti Brasil**.

NOVA ESTUDO

Melancia híbrida

RANGER F1

- Precocidade e alta produtividade
- Fruto padrão de mercado
- Sementes grandes para plantio



ASSISTA AO NOVO
VIDEO INSTITUCIONAL
DA AGRISTAR.

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

www.AGRISTAR.com.br
Tel.: 24 2222-9000

Resistência moderada: WMV - Watermelon mosaic potyvirus / ZYMV - Zucchini yellow mosaic virus / Co - Colletotrichum orbiculare (ex: Colletotrichum lagenarium) / Fon - Fusarium oxysporum f.sp. niveum

Uma publicação do CEPEA – ESALQ/USP
Av. Centenário, 1080 CEP: 13416-000 Piracicaba (SP)
tel: (19) 3429.8808 Fax: (19) 3429.8829
E-mail: hfcepa@usp.br
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil