



ESPECIAL FRUTAS

Sinal verde do câmbio. A fruticultura está pronta para exportar mais?

Vamos além para produzir com melhor qualidade.

O DuPont Programa Uva foi desenvolvido para proporcionar resultados ainda melhores na lavoura. É uma estratégia no manejo das principais pragas e doenças para melhorar a produção e a qualidade da colheita. Para ir além mais uma vez, descubra DuPont Programa Uva.

Tradição e confiança na obtenção dos melhores resultados.



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.

Copyright © 2014 DuPont. Todos os direitos reservados. DuPont Oval Logo, DuPont™ e todos os produtos mencionados com ® ou ™ são marcas ou marcas registradas da E. I. du Pont de Nemours and Company ou de suas afiliadas. Kocide® WDG; marca registrada no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) como Kocide® WDG Bioactive. Out/2014



DuPont Programa Uva

DuPont[™]
Equation[®]
fungicida

DuPont[™]
Midas[®] BR
fungicida

DuPont[™]
Kocide[®] WDG
fungicida

DuPont[™]
Curzate[®]
fungicida

DuPont[™]
Rumo[®] WG
inseticida



PREVENÇÃO

DuPont Programa Uva protege desde a fase inicial da lavoura, proporcionando vigor e qualidade.



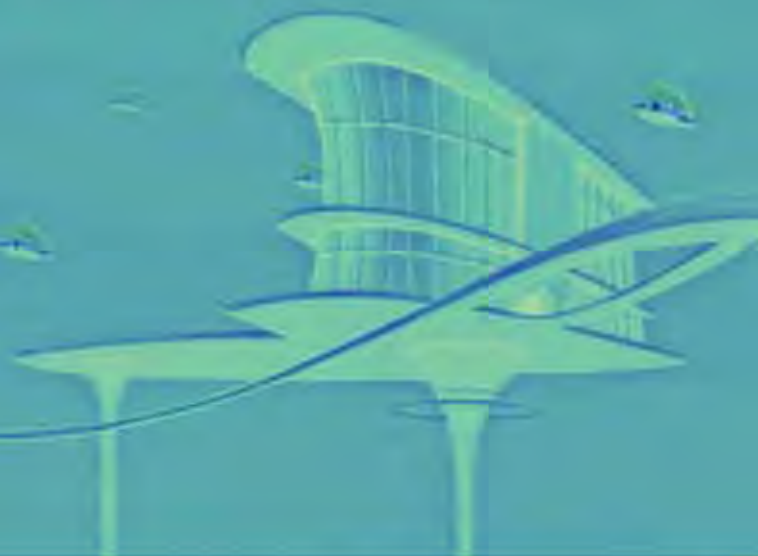
PERFORMANCE

Eficiência na utilização de produtos de alta performance.

Para mais informações:

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

ISSO É COMO VOCÊ IMAGINA A
ESCOLA DO FUTURO



ISSO É COMO ELA É

MBA USP
ESALQ

CURSOS NAS
ÁREAS DE:

GESTÃO
MARKETING
AGRONEGÓCIOS

O FUTURO É HOJE, FAÇA PARTE

WWW.PECEGE.ESALQ.USP.BR

(19) 3377.0937 | (19) 3375.4251

(19) 99948.4769

MBAUSPESALQ

USP



Pecege

EDITORIAL

O PRODUTOR DE FRUTAS CONSEGUIRÁ SE BENEFICIAR DA VALORIZAÇÃO DO CÂMBIO?



Letícia Julião (esq.) e Larissa Pagliuca organizaram o estudo sobre as exportações de frutas frente à alta do dólar.

Com a disparada recente do dólar, exportadores de frutas têm se animado quanto a um possível aumento dos envios ao exterior e, principalmente, da receita. Mas o comércio internacional não depende apenas do câmbio. Neste *Especial Frutas*, a **Hortifruti Brasil** discute outros três fatores, além da moeda norte-americana, que podem estimular ou conter o desempenho dos embarques de frutas nos próximos anos: a crise hídrica, a disponibilidade de crédito e o consumo dos brasileiros.

Com a forte valorização do dólar e o enfraquecimento da economia brasileira, para a maior parte das frutas analisadas pela **Hortifruti Brasil**, a exportação se tornou mais atrativa que a venda no mercado doméstico. Mas, por outro, aumentam os custos de produção, conforme relatou grande parte dos agentes consultados pela **Hortifruti Brasil** para esta matéria.

Para comentar sobre a exportação brasileira de frutas, entrevistamos quatro profissionais da área: Luiz Roberto Barcelos, da Agrícola Famosa e da Abrafrutas, que comenta sobre a competitividade dos exportadores brasileiros; José Lúcio Marinho, *trader* do Banco BTG Pactual, que traz uma análise sobre o comportamento do câmbio; Mauro Osaki, pesquisador do Cepea especialista em custos de produção agrícola, que analisa o aumento dos gastos diante da elevação do dólar, e Valeska Oliveira, da *Produce Marketing Association (PMA)*, que trabalha em prol do fortalecimento das exportações brasileiras de frutas entre outros vegetais.

Um balanço das apurações e análises deixa claro que a competitividade e sustentabilidade das exportações nacionais de frutas não pode se apoiar apenas no dólar valorizado. Melhorias ao longo da cadeia produtiva, redução do “Custo Brasil”, mais investimentos em tecnologia e infraestrutura e a formalização de mais acordos comerciais são alguns desafios para o País ser mais competitivo. Confira!



Aumento de custos com possível proibição do Paraquat preocupa produtores

Por Lucas Conceição Araújo

Um dos assuntos que estão em pauta no momento é a possível proibição do Paraquat, herbicida utilizado no controle de plantas daninhas em mais de 100 culturas. Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o Paraquat pode causar mal de Parkinson ao produtor/trabalhador que o aplica sem o uso correto de equipamentos de segurança. A possível proibição preocupa agricultores, pois não existe outro produto no mercado que o substitua nas mesmas condições econômicas. Seria necessário o uso de um conjunto de outros produtos, aumentando o custo de produção. Além disso, produtores relatam que ministrar um gama de novos produtos iria dificultar o manejo das roças.



Mais uma iniciativa contra o desperdício de alimentos

Por Felipe Vitti de Oliveira

Praticamente um terço da produção de alimentos não chega a ser consumida, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU). Para diminuir esse desperdício, mais e mais iniciativas começam a aparecer. Segundo notícia veiculada pelo *The Wall Street Journal*, alguns restaurantes, de diferentes países, criaram pratos com alimentos que seriam, inicialmente, descartados, como salada feita com hortaliças danificadas, pratos com o pescoço do bacalhau ou biscoitos com borra do café, por exemplo. Medidas como essa, segundo a reportagem, têm surgido de Nova York à Austrália, de Copenhague ao Brasil, e podem criar um novo modo de agir em relação à nossa alimentação e o que utilizamos, reutilizamos e descartamos.



Setor receia que crise reduza consumo de HFs

Por Fernanda Geraldini Palmieri

A situação econômica brasileira está, há muitos meses, preocupando consumidores do País. Até mesmo os gastos com alimentação, já estão sendo alterados. Um levantamento feito pela *Hello Research* com 2.002 pessoas em mais de 70 cidades brasileiras indicou que 84% dos entrevistados já tiveram que cortar gastos nos últimos 12 meses. O lazer (incluindo a alimentação fora de casa), a compra de roupas e as viagens foram os que mais tiveram redução. Com o consumidor preocupado, produtores de hortifrutícolas também estão temendo aumentar investimentos, receosos quanto à demanda por seus produtos. Além disso, os custos de produção em alta, como visto na edição de outubro (*Especial Batata*), também preocupam.



Internet ajuda o consumidor a decifrar rótulo dos alimentos

Por Vanessa Vizioli

Muitas vezes, consumidores encontram dificuldades na hora de analisar as informações dos rótulos de alimentos industrializados. Além de a letra ser pequena, muitos não entendem as informações descritas. Por isso, não costumam ler os rótulos ao fazer compras, apenas comparam os preços e observam a data de validade. Alguns ainda não sabem que o rótulo fornece informações importantes, como a ordem decrescente de quantidade em que os ingredientes estão presentes no produto. Outro ponto importante é que alguns ingredientes aparecem no rótulo de forma "disfarçada", o que faz com que o consumidor pense que o produto não possui tal ingrediente, como é o caso do açúcar, muitas vezes citado como maltodextrina. Para ajudar o consumidor a entender as informações do rótulo, pode-se utilizar a internet, onde é possível encontrar sites que analisam os rótulos dos alimentos industrializados. Um exemplo é o "Fechando o Zíper" (www.fechandooziper.com), no qual pode-se realizar a pesquisa de produtos e marcas e conferir uma detalhada avaliação, com nota e veredito.

Especial Batata



O *Especial Batata* tem informações válidas para o planejamento da próxima safra. Diante do aumento dos custos, o produtor deve buscar novas variedades e ficar atento às tecnologias de mecanização e defesa vegetal para manter o teto produtivo da cultura. Mas, o mais importante é controle para que sejam evitados desperdícios.

Marcelo Kusmas – Palmas/PR

O *Especial Batata* é um exemplo de competência e habilidade de se levantar os fatores

que influenciam nos custos diretos e indiretos de produção da batata. Sempre que se trabalha em maior escala, os benefícios são maiores, desde a compra de insumos até à comercialização, pois os grandes produtores têm oferta por um período maior e conseguem fidelizar o cliente, o que explica o fato de as fazendas de maior porte terem menores custos que as de menor porte. Com a atual incerteza sobre o cenário político e econômico do Brasil, a recomendação é cautela, trabalhar dentro da sua capacidade,

CAPA 8



Nesta edição, a equipe da Hortifruti Brasil discute fatores que podem estimular ou conter o desempenho dos embarques de frutas nos próximos anos, como o câmbio, crise hídrica, disponibilidade de crédito e consumo dos brasileiros.

SEÇÕES

FOLHOSAS		23
CENOURA		24
BATATA		25
MELÃO		26
CEBOLA		27
TOMATE		28
CITROS		30
MANGA		31
MELANCIA		32
BANANA		34
MAMÃO		35
UVA		36
MAÇÃ		38

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, Leticia 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 Wolfe

Equipe Técnica:

Amanda Ribeiro de Andrade, Ana Clara Souza Rocha, Ana Luisa Antonio Pacheco, Camila Augusto Carazzato, Carolina Camargo Nogueira Sales, Felipe Cardoso, Felipe Vitti de Oliveira, Fernanda Geraldini Palmieri, Guilherme Giordano Paranhos, Isabela Costa, Jair de Souza Brito Junior, Jessie Yukari Nagai, Júlia Belloni Garcia, Lucas Conceição Araújo, Marcelo Belchior Rosendo da Silva, Mariana Coutinho Silva, Marina Marangon Moreira, Mariana Santos Camargo, Marília de Paula Stranghetti, Patrícia Geneseli, Tárík Canaan Thomé Tanus e Vanessa Vízioli.

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.

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

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

sem aumentar área, buscando produtividade e qualidade e, se possível, comprar antecipadamente os principais insumos. Para produtores de menor escala, uma alternativa seria buscar o associativismo ou cooperativismo e juntar forças para compra em conjunto.

Edson Massakazu Asano – Guarapuava/PR

As informações são muito importantes e trazem a nós, que trabalhamos com esse mercado, além de dados preciosos aos nossos negócios, também confiabilidade. Concordo que uma das variáveis que influenciam na diferença do custo de produção da grande e da pequena propriedade é justamente a mecanização, sendo que o pequeno não tem acesso às máquinas que os grandes produtores podem adquirir. Devemos considerar que, com a alta do dólar, a aquisição dos equipamentos, em sua maioria importados, também fica mais difícil para qualquer produtor, seja grande ou pequeno. Outra variável importante é o poder de negociação que o grande tem na aquisição de insumos. Geralmente mais capitalizado, compra à vista e em grandes volumes, ao contrário do pequeno que não tem esse poder de negociação. Outro fator é a logística: o grande possui frota para levar seu produto do campo até a beneficiadora, por exemplo. Não se tem mágica nessa cultura: o aumento da produtividade é que faz com que o produtor tenha melhor condição para se manter no negócio.

Renê Duarte – São Paulo/SP

A edição está muito interessante e importante para tomada de decisões. Os grandes produtores têm melhor poder de barganha que os pequenos. Para que o bataticultor se mantenha na cultura, é necessário cortar os gastos desnecessários e procurar novas tecnologias que aumentem a produtividade.

Hamilton José Bernussi – Jundiá/SP



A Comunicação digital e os HFs

Participo de grupos de produtores no WhatsApp para troca de informações. O bom da comunicação digital é que temos as informações instantaneamente, o que ajuda nas tomadas de decisões. Mas uma coisa negativa é que muitos usuários acabam

misturando com outras coisas. Acho que a boa e velha forma de conversar pessoalmente nunca deve ser descartada, mas a tendência é de que, cada vez mais, a comunicação digital faça parte de todas as atividades.

Francisco Eraldo Konkol – Irineópolis/SC

Com a comunicação digital temos respostas imediatas sobre o mercado. Para que se torne uma ferramenta de trabalho, todos os atores da cadeia produtiva devem ser conectados. Porém, devemos lembrar que, em muitas regiões, propriedades rurais ainda não possuem ou possuem uma péssima conectividade e, por isso, muitos ficam sem informação.

Nancy Kamazuka – Mogi das Cruzes/SP

Muito boa a matéria e em um momento pertinente. Uso a comunicação digital tanto para pesquisa quanto para divulgação. A comunicação digital traz agilidade, mas, ao mesmo tempo, impessoalidade. Temos de usar as ferramentas digitais de forma a agilizar a comunicação e eliminar burocracias.

Giordano Roldan Tavares – Fortaleza/CE

A NOVA ROUPA DA AGRICULTURA MODERNA E SUSTENTÁVEL.

Os produtos da Alltech Crop Science estão com novos rótulos e novas embalagens, facilitando a identificação na hora da aplicação no campo.

Alltech
CROP SCIENCE
www.alltechcropscience.com.br





ESPECIAL FRU

SINAL VERDE DO CÂMBIO.

O dólar valendo 50% a mais do que há 12 meses tem animado o segmento exportador da fruticultura brasileira. De imediato, projeta-se que as exportações vão aumentar! Que neste e no próximo ano, podem ser maiores que as do ano passado! Porém, o comércio internacional não depende apenas do câmbio.

Nesta edição, a equipe da **Hortifruti Bra-**

sil discute outros fatores que podem estimular ou conter o desempenho dos embarques de frutas nos próximos anos. Com destaque, juntam-se ao câmbio, nesta lista, a questão hídrica, a disponibilidade de crédito e, claro, o consumo dos brasileiros (veja box abaixo das “4 Crises”). Enfim, será que o produtor de frutas conseguirá se beneficiar da atual valorização do câmbio?

“4 Crises” da fruticultura nacional

Por um lado, ajuda na exportação, mas, por outro, a **desvalorização do Real frente ao dólar** tem causado aumento nos custos de produção de frutas, tendo em vista que os preços de muitos insumos estão atrelados à moeda norte-americana. O Real tem perdido valor devido a questões externas, mas também por influência das incertezas econômicas e políticas do nosso País. Estes mesmos problemas têm limitado e encarecido o **crédito**, ao mesmo tempo em que causa **retração no consumo** de frutas frescas pelos brasileiros. Como alternativa, o mercado internacional torna-se ainda mais atraente a quem tem condições efetivas de exportar. No entanto, o aumento dos embarques pode esbarrar em outra “crise” brasileira, a **hídrica**. A falta de água no Nordeste tem afetado a produção e a qualidade das frutas desde o ano passado. Já no Sul do País, é o excesso de chuva que prejudica a fruticultura, com possibilidade de restringir os embarques da maçã em 2016, por exemplo.

A FRUTICULTURA CONSEGUIRÁ ATINGIR A META DE US\$ 1 BILHÃO EM 2020?

A valorização da moeda norte-americana ocorrida a partir de **1999** melhorou a competitividade do mercado brasileiro e abriu novas perspectivas para as exportações de frutas que, de fato, cresceram muito. Em **2001**, o governo brasileiro previa que essas vendas chegariam a US\$ 500 milhões em 2005 e a US\$ 1 bilhão em 2010. Em fevereiro de **2003**, ao publicar matéria sobre a exportação de frutas frescas, a **Hortifruti Brasil** concluiu ser improvável o alcance de US\$ 1 bilhão em

2010. Poucos exportadores acreditavam ser possível atingir a meta, conforme veio a se confirmar. Porém, o objetivo para 2005 quase foi alcançado. O problema, naquele ano, foi a queda brusca do dólar frente ao Real, que dificultou a fixação dos preços junto a parceiros externos. De qualquer forma, foi a partir daquela época (2005) que o segmento exportador de frutas no Brasil começou a amadurecer e a ganhar força, priorizando estratégias de agregação de valor ao produto.

TAS

A FRUTICULTURA ESTÁ PRONTA PARA EXPORTAR MAIS?

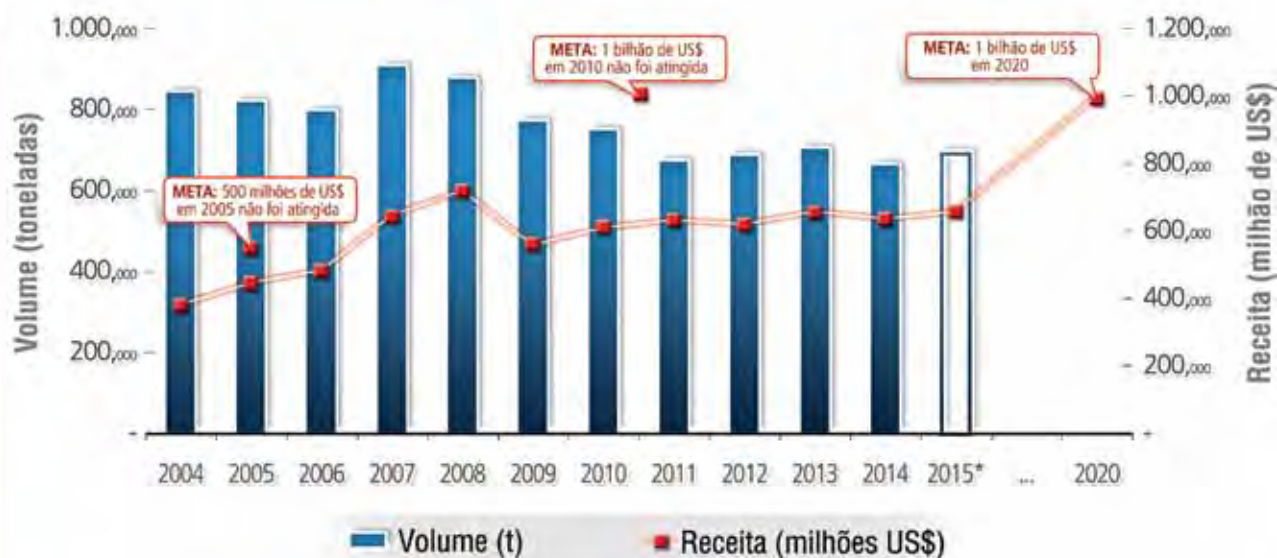
Com a crise internacional em **2008**, porém, os exportadores brasileiros redirecionaram boa parte da sua oferta para o mercado interno. Por aqui, melhorava a distribuição de renda, a economia crescia e o Real estava valorizado frente ao dólar. Naquele contexto, o ritmo de crescimento das vendas de fruta brasileira ao exterior diminuiu, tanto em volume quanto em receita, adiando o alcance da tão sonhada meta.

Dificultando ainda mais a retomada do crescimento das exportações, em 1º de janeiro de **2014**, o Brasil deixou de fazer parte do Sistema Geral de Preferências (SGP) para acessar o mercado europeu, seu principal cliente – o que reduziu a competitividade de muitas frutas. O SGP facilita a venda de produtos de países em desenvolvimento a compradores de países desenvolvidos,

como os da União Europeia, por meio da redução ou até isenção tarifária. Nesse novo SGP, 20 países saíram da lista, incluindo o Brasil, porque foi classificado como economia de renda média-alta, com base na renda nacional bruta. Além disso, problemas climáticos que afetaram a produção no Nordeste e no Sul no ano passado também pesaram contra as metas de exportação. A receita de US\$ 1 bilhão prevista para 2010 passou a ser meta para **2020**, conforme expectativa da Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frutas e Derivados (Abrasfrutas). O presidente dessa entidade, Luiz Roberto Barcelos, explica na página 10 os principais desafios no *front* da exportação e as estratégias que têm sido implementadas pela Associação para se chegar a US\$ 1 bilhão até 2020.

NOVA META: 2020

Evolução dos embarques (em toneladas e em milhões de US\$) de frutas frescas e metas definidas pelo setor fruticultor



Fonte: Secex; elaboração Hortifruti Brasil/Cepea

*Estimativa para o ano elaborada pelo Cepea com base no volume e receita acumulados nos primeiros nove meses de 2015.



“PRODUTOR TEM QUE PERDER O MEDO DE EXPORTAR”

ENTREVISTA: **Luiz Roberto Barcelos**



ABRAFRUTAS
Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados

Luiz Roberto Barcelos é formado em direito pela Universidade de São Paulo (USP); é sócio-fundador e diretor institucional da Agrícola Famosa Ltda. Esta empresa é a maior exportadora de frutas do Brasil e uma das maiores produtoras de melões do mundo, gerando mais de 7.500 empregos diretos. Luiz Roberto é também presidente da Câmara Setorial de Fruticultura do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e da Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas).

Hortifruti Brasil: A Abrafrutas estima que, até 2020, o Brasil exportará US\$ 1 bilhão em frutas frescas. O que tem sido feito para que esta meta seja atingida?

Luiz Roberto Barcelos: O Brasil é o 3º maior produtor de frutas do mundo, mas ainda exporta muito pouco. Menos de 3% do volume produzido, ou quase nada, é exportado. Melão é exceção - pouco mais da metade da oferta brasileira vai para o exterior. Temos uma produção boa e, por isso, um potencial muito grande. A questão a ser trabalhada é a cultura do produtor. É preciso que perca o medo de vender fruta lá fora e não se limite ao mercado interno. Além disso, também temos uma procura crescente frutas como um alimento saudável, que combate a obesidade e doenças dela decorrente como pressão alta e diabetes. O Chile, por exemplo, exporta mais de US\$ 4 bilhões ao ano de frutas frescas, ao passo que o Brasil, pouco mais de US\$ 600 milhões. Ou seja, o Chile exporta 7 vezes mais fruta que o Brasil, mas podemos chegar a US\$ 1 bilhão facilmente. E o câmbio está favorável. É claro que, no curto prazo, a crise hídrica pode limitar esse crescimento, mas a produção terá que se deslocar para regiões que tenham disponibilidade de água. Temos que encontrar esses locais.

HF Brasil: Em edições anteriores, a Hortifruti Brasil apontou como limitantes para se exportar mais: barreiras tarifárias e fitossanitárias, “custo Brasil”, ausência de acordos comerciais, baixa qualidade do produto, falta de divulgação da fruta brasileira no exterior (marketing) e de infraestrutura portuária e rodoviária. Esses problemas continuam limitando as exportações de frutas?

Barcelos: Basicamente são os mesmos problemas ainda. Mesmo assim, temos condições de alcançar a meta de US\$ 1 bilhão em exportação de frutas, que é uma receita modesta levando-se em consideração o nosso potencial. Com a solução de parte dessas barreiras citadas pode-

mos chegar a exportar até mais, US\$ 3, US\$ 4 bilhões por ano. Para solucionarmos esses problemas, criamos a Abrafrutas.

HF Brasil: Com a recente valorização do dólar frente ao Real, o mercado externo torna-se mais atrativo. Porém, ao mesmo tempo, os custos de produção também sobem e encarecem a fruta brasileira. Nesse cenário, os produtores conseguem ser competitivos para aumentar as exportações de frutas frescas em 2016?

Barcelos: Realmente, os custos subiram, mas a receita aumentou ainda mais. Por isso, achamos que ainda estamos sendo competitivos no mercado internacional.

HF Brasil: No início de outubro, os Estados Unidos e mais 11 países do Pacífico assinaram o Acordo de Associação Transpacífico (TPP, sigla em inglês), que elimina as taxas de importações e pelo menos 50% das barreiras não tarifárias. Quais implicações esse Acordo pode ter para as exportações brasileiras de frutas?

Barcelos: Não somos grandes exportadores de frutas para os Estados Unidos e, sim, para a Europa. Então, o Acordo não afeta as exportações atuais de frutas, mas inibe o crescimento e a abertura do mercado brasileiro nos Estados Unidos. Outros países, como o Peru, vão ter mais condições do que nós de enviar sua fruta àquele grande centro consumidor. Mas isso hoje não afeta nosso mercado. A Abrafrutas está trabalhando junto ao governo brasileiro para que seja fechado um acordo comercial entre Mercosul e União Europeia. Esse, sim, é importante.

HF Brasil: O senhor poderia explicar aos leitores os objetivos da Abrafrutas e como o produtor pode se associar?

Barcelos: A Abrafrutas tem como objetivo macro o incremento das exportações de frutas brasileiras e como objetivos específicos três ações que irão auxiliar o alcance do objetivo principal. O primeiro deles é a defesa vegetal do Brasil, para evitar a entrada de pragas quarentenárias

que dificultem as exportações. O segundo é a abertura de novos mercados, que se dá mediante análises de risco de pragas, acordos comerciais e remoção de barreiras fitossanitárias e tarifárias. E o terceiro é o registro de defensivos para que a cadeia produtiva deixe de estar na

ilegalidade involuntária e possa se utilizar do que há de mais moderno em termos de defensivos com os respectivos registros legais. Para o produtor/exportador saber mais sobre a Abrafrutas e se associar, basta acessar o site: <http://abrafrutas.org>.

SEGMENTO EXPORTADOR SE CONSOLIDA EM 10 ANOS

De 2005 para cá, a exportação de frutas se firmou e, pode-se dizer, se consolidou. As empresas se profissionalizaram e se especializaram, especialmente após a crise de 2008. Com isso, diminuiu o volume exportado, mas a receita aumentou. Entre 2005 e 2014, a queda de volume foi de 18,9%, ao passo que a receita gerada, em dólar, aumentou 43,3%, com destaque para as vendas de manga e melão (dados da Secex). Juntas, essas duas frutas foram responsáveis por 50% da receita total das frutas em 2014.

A agregação de valor também pode ser avaliada pela receita gerada por hectare, tendo-se como base o preço e volume de exportação (Secex). Para essa análise, a equipe da **Hortifruti Brasil** considerou que o volume exportado representaria cerca de 80% do total produzido em áreas especificamente dedicadas à exportação, pois os outros 20% são de

frutas que não atingiriam o padrão para serem efetivamente enviadas. Assim, para o cálculo da área, somou-se o volume exportado (80%) a 20% que teriam sido produzidos a mais e esse total foi dividido pela produtividade apontada pelo IBGE para essas regiões. A receita obtida com a exportação de cada fruta foi, então, dividida pela respectiva área. Seguindo esse raciocínio, na média das oito frutas mais exportadas, 1 hectare destinado à exportação em 2005 teria gerado US\$ 6.992,10 (FOB); já em 2014, a receita média teria subido para US\$ 16.946,38 (FOB) por hectare. Mesmo com os custos em ascensão no período, esse aumento mostra que a receita da exportação tem crescido consideravelmente.

Os desafios, então, são manter essa tendência de agregação de valor por hectare e, ao mesmo tempo, impulsionar o volume exportado.

AUMENTA A AGREGAÇÃO DE VALOR

Volume embarcado (t), equivalente exportado em área (ha), receita exportadora (milhões de US\$) e receita obtida por hectare de fruta exportada (US\$/ha) – valores de 2014 comparados aos de 2005.

Fruta	Volume Exportado		Área Equivalente		Receita (milhões de US\$)		US\$ por Área cultivada	
	Toneladas	Var%*	Hectare	Var%*	US\$	Var%*	US\$/ha	Var%*
Culturas								
Banana	83.945	-60,4%	6.232	-62,3%	31.750.237	-4,0%	5.095	154,4%
Limão	92.301	108,5%	3.466	52,2%	96.099.286	265,3%	27.724	140,0%
Maçã	44.294	-55,4%	1.413	-71,4%	31.902.813	-30,3%	22.582	144,0%
Mamão	33.688	-14,9%	682	-18,6%	47.058.855	50,5%	68.991	84,9%
Manga	133.033	16,1%	9.977	28,4%	163.727.732	121,6%	16.410	72,6%
Melancia	30.682	36,2%	1.315	-10,8%	16.490.896	138,3%	12.541	167,3%
Melão	196.850	9,5%	7.882	-2,6%	151.817.079	66,0%	19.262	70,3%
Uva	28.348	-44,7%	1.091	-48,7%	66.790.828	-37,7%	61.239	21,3%
Somatório das 8 frutas	643.141	-15,8%	32.058	-27,2%	605.637.726	45,6%	18.892	100,0%
Total frutas no BR	672.566	-19,0%	37.539	-40,9%	636.143.314	43,3%	16.946	142,4%

Fonte: Cepea

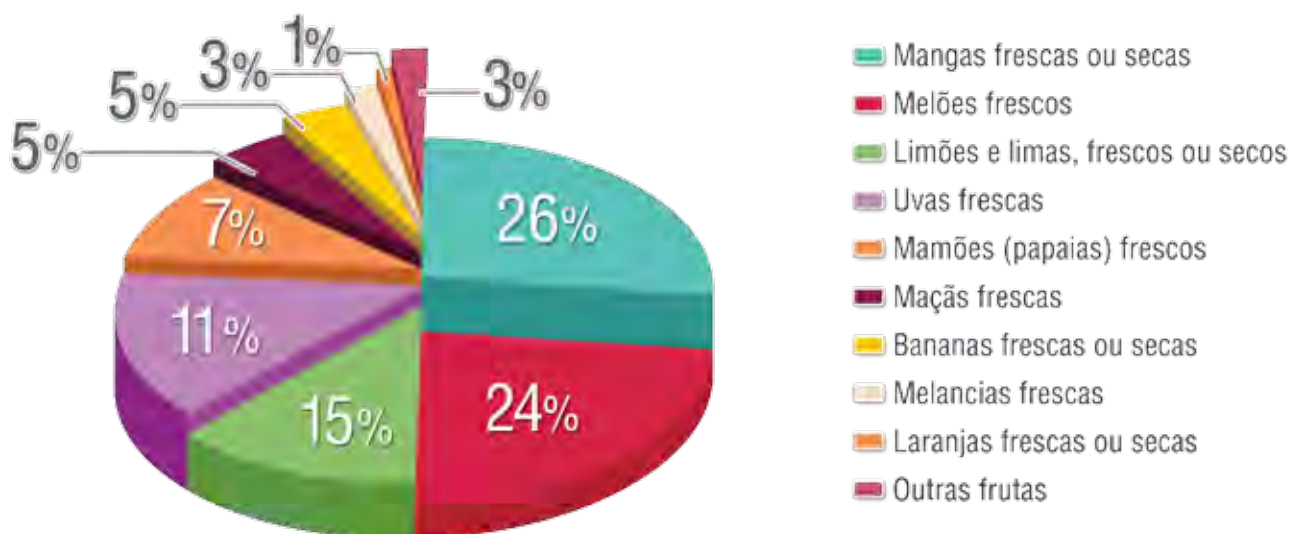
*Var%: variação dos valores de 2014 em relação aos de 2005.

Nota: A estimativa em equivalente área parte do volume exportado de cada fruta (Secex). Considerou-se que aqueles volumes representariam 80% do que teria sido produzido para exportação; outros 20% não teriam atingido padrão. Adotando-se, então, a produtividade média das regiões exportadoras (IBGE), estimou-se a área onde teriam sido produzidos aqueles 100% (80% exportados mais 20%). Paralelamente, a estimativa de receita por hectare equivale à divisão da receita total por fruta (Secex) pelo número de hectares calculados.

MELÃO E MANGA REPRESENTARAM 50% DA RECEITA EM 2014

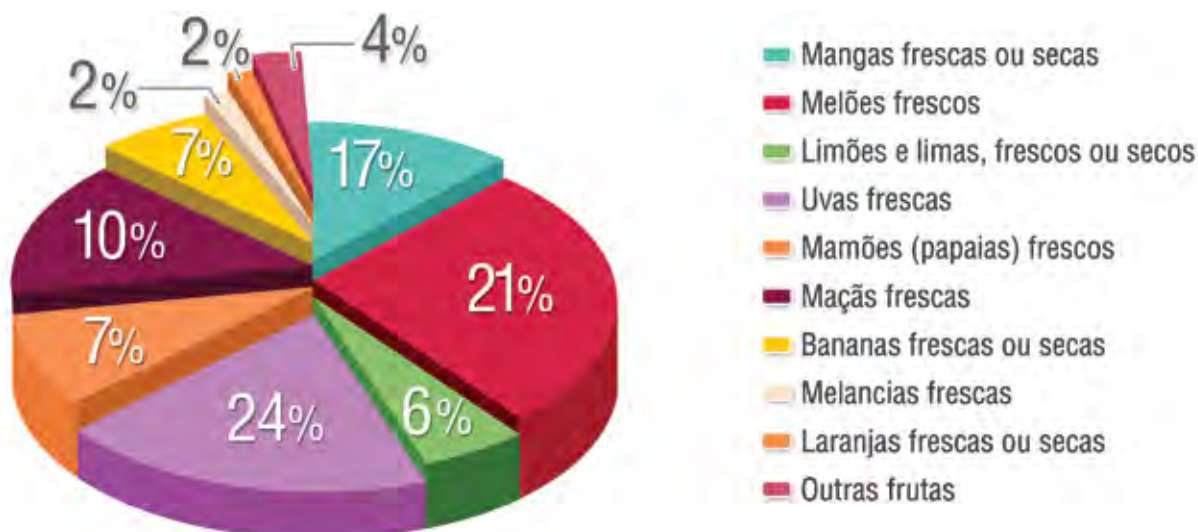
Em 2005, a participação das frutas no montante gerado com as exportações era mais distribuída, sendo a uva, melão e manga as que mais traziam receitas ao País. Nos últimos 10 anos, a lima ácida tahiti e a manga foram as frutas que mais ganharam participação, ao passo que uva e maçã perderam posição no *ranking*, devido principalmente à expansão do mercado doméstico e à influência negativa do clima – seca no Nordeste, onde é produzido uva, e altas temperaturas nos pomares de maçã no início de 2014, que reduziram a disponibilidade de frutas de qualidade para exportação. Para 2015, a estimativa é que haja recuperação de parte do volume e receita perdidos para essas duas frutas, mas, como o clima segue desfavorável, esta recuperação deve ser parcial.

Participação das principais frutas exportadas em 2014 (receita US\$)



Fonte: Secex

Participação das principais frutas exportadas em 2005 (receita US\$)



Fonte: Secex

FRUTICULTORES PRETENDEM EXPORTAR MAIS EM 2016. É POSSÍVEL?

O dólar mais forte neste momento de consumo interno enfraquecido abre expectativas de que as exportações de frutas frescas se acelerem. Mas o câmbio, por si só, é suficiente para impulsionar as vendas externas em 2016? O que incentiva ou limita os embarques de frutas brasileiras?

Para responder essa pergunta, a **Hortifruti Brasil** entrevistou produtores exportadores de frutas (banana, tahiti, maçã, mamão, manga, melancia, melão e uva), pesquisadores, representantes de associações e consultores. A síntese das avaliações sobre os principais fatores que contribuem ou limitam o aumento dos embarques é a seguinte:

QUALIDADE

Foi citada por todos os profissionais como essencial para a sustentabilidade das exportações. Segundo os exportadores, os padrões exigidos se tornaram mais rígidos nos últimos anos. Dizem respeito ao cumprimento de protocolos de segurança de alimento, regidos principalmente pelas certificações, à aparência da fruta e a variedades mais globalizadas. Um setor que ainda tem muito a investir no campo para alcançar a preferência de clientes externos é o da lima ácida tahiti. Agentes destacam que só será possível impulsionar as vendas com mais investimentos em toda a cadeia. Outras frutas já estão mais próximas aos padrões exigidos no mercado externo, como o melão, uva, manga e maçã. No quesito variedades, os produtores tiveram que se adaptar ao gosto externo, com o plantio de uvas sem sementes e da manga *kent*, por exemplo.

PROBLEMAS CLIMÁTICOS

Principalmente a partir de 2014, a produção e a qualidade do melão, melancia, uva, manga, banana e mamão do Nordeste têm sido bastante comprometidas pela crise hídrica. A falta d'água, além de estar interferindo na qualidade, pode restringir a área de cultivo no próximo ano. Já no Sul, é o excesso de chuvas que deve ocasionar quebra de safra e limitar o volume de maçã para exportação na safra 2015/16.

CONCORRÊNCIA EXTERNA

A competição entre os principais exportadores de frutas também está mais acirrada e é outro fator que pode dificultar os embarques. Há mais países competindo por mercados para a venda de mesmos produtos, como México x Brasil nos casos da tahiti e do mamão; e Peru x Brasil para manga e uva. Além disso, a moeda norte-americana se valorizou não somente frente ao Real, mas em relação a praticamente todas as moedas, melhorando também a competitividade da fruta dos concorrentes – a desvalorização do Real, porém, é uma das maiores, ou seja, a competitividade brasileira aumentou mais.

VARIAÇÃO CAMBIAL

O dólar norte-americano é a moeda mais usada nas negociações internacionais. Mas, no caso das frutas frescas, muitos produtores vendem em euro, e há negociações até mesmo em libra esterlina e em outras moedas. No geral, essas moedas mais fortes – dólar, euro e libra esterlina – têm entre si forte correlação positiva. À medida que mercados emergentes como o Brasil tornam-se mais vulneráveis, moedas mais tradicionais acabam tendo maior valorização. Segundo o *trader* José Lúcio Marinho, cuja entrevista está na página 14, o dólar é a moeda mais atrativa para se negociar no mercado externo, especialmente se comparada ao euro. A razão é que o euro, apesar da sua estabilidade, tem influência de problemas internos da Comunidade Europeia, como o risco de a Grécia dar um “calote total”. Assim, o dólar tem sido o melhor “porto seguro” para os exportadores brasileiros.



“DÓLAR TENDE A SER A MELHOR OPÇÃO PARA O EXPORTADOR”

ENTREVISTA: **José Lúcio Marinho**

José Lúcio Marinho é formado em Engenharia de Produção pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) do Rio de Janeiro. Atualmente é trader na divisão de *commodities*, no setor de grãos e oleaginosas do Banco BTG Pactual.

Hortifruti Brasil: Quais os principais fatores que levaram à valorização do dólar frente ao Real em 2015?

José Lúcio Marinho: Temos dois principais motivos. O primeiro é o cenário político/econômico do País, para o qual se tem visto uma forte deterioração das contas públicas nos últimos anos e grande instabilidade política, que acaba trazendo muitas incertezas para o mercado. Como o dólar é visto como um ativo “seguro”, para um cenário de deterioração doméstica, ele passa a ter maior atratividade para o investidor. O segundo motivo é resultado da economia mundial, principalmente da economia norte-americana, que tem demonstrado forte recuperação num cenário de países emergentes enfraquecidos.

HF Brasil: No final de setembro, o dólar chegou a R\$ 4,135. Picos como esse podem continuar ocorrendo até o final deste ano e em 2016? Existem fatores que sinalizam queda ou alta do dólar e aos quais os produtores devem ficar atentos?

Marinho: Sim, existem chances de o dólar voltar a esse patamar. A instabilidade política brasileira deixa o movimento do dólar em aberto; está muito difícil prever como e por onde caminhará a economia do País. Essa é uma das principais diretrizes para o comportamento da moeda.

HF Brasil: Nesse contexto, como tem sido o comportamento do euro?

Marinho: Existem três movimentos: Real/euro, Real/dólar e euro/dólar. Este ano, a curva do euro com o dólar está relativamente próxima, está quase € 1 x US\$ 1, ou seja, o euro e o dólar estão quase que com o mesmo valor no mercado internacional. O que ocorre é que o Real responde mais diretamente ao dólar, e o euro negocia mais contra o dólar. Então, a relação Real/euro funciona como um repasse da resposta do dólar/Real e dólar/euro. Além disso, o Real está se desvalorizando frente a moedas mundiais, inclusive ao euro. Então, no geral, comparando-se com os países de maior estabilidade econômica, o Real é a moeda que está mais volátil.

HF Brasil: Alguns exportadores de frutas negociam em dólar e outros em euro. Na sua opinião, qual seria a opção menos ariscada?

Marinho: Acredito que o dólar seja a melhor opção. Negociando em dólar, o produtor acaba eliminando um pouco os impactos da economia europeia nos preços e, também, reduzindo o número de variáveis que contribuem para algum tipo de risco na moeda. O dólar é influenciado por componentes mundiais e locais. Já o euro, além de responder a todos esses fatores mundiais e locais, também responderá ao comportamento da economia europeia. Então, o produtor estará inserindo mais elementos de risco ao negociar em euro, ou seja, maior volatilidade para obter resultado no seu negócio.

HF Brasil: Como o produtor/exportador pode se proteger e/ou gerenciar o risco dessa forte oscilação cambial? Existem mecanismos para reduzir a volatilidade do câmbio?

Marinho: Com o atual nível de incerteza e volatilidade no mercado, o produtor deve buscar baixa exposição ao câmbio, porque, no cenário de curto prazo, é realmente difícil saber qual o valor que o dólar pode atingir. Então, uma estratégia sólida para o produtor de frutas é vender de forma gradativa, ou seja, ir travando o valor do dólar aos poucos, para se beneficiar das altas e ter uma média do dólar no final da safra.

HF Brasil: O Brasil tem ganhado competitividade nas exportações agrícolas frente aos principais concorrentes mundiais por conta da valorização do dólar? O Real se desvalorizou mais que as moedas de países concorrentes?

Marinho: Sim, ganhamos competitividade frente aos nossos concorrentes. O Real, dentro de uma grande cesta de moedas mundiais, teve o terceiro pior desempenho este ano, de janeiro até outubro, perdendo apenas para o rubro russo e o peso colombiano. Com isso, ganhamos muita competitividade, pois nossos produtos ficaram mais baratos em dólar frente aos demais.

HF Brasil: Vale a pena o produtor se programar para exportar mais na safra 2016/17? Qual a previsão do dólar para 2016 e 2017?

Marinho: O dólar é muito volátil. Porém, acredito que o cenário vai se manter positivo do ponto de vista do exportador. O Banco Central estima que, no final

de 2016, o dólar pode chegar a R\$ 4,16 e, com isso, certamente teremos um ano de exportação forte. Mas, à medida que o cenário político brasileiro se resolve, trazendo boas diretrizes econômicas para o País, pode haver uma melhora significativa no mercado e uma boa valorização do Real.

CUSTO BRASIL

Este entrave é bem conhecido; reduz a competitividade de todos os produtos brasileiros frente aos dos países concorrentes e pouco foi feito para amenizá-lo nos últimos 10 anos. Grande parte dos agentes consultados pela **Hortifruti Brasil** comentou que a fruta brasileira continua tendo alto custo de produção e de exportação, tendo havido forte aumento das despesas neste ano. As dificuldades logísticas permanecem, com rodovias, portos e aeroportos em condições insatisfatórias, dificultando e encarecendo o escoamento da produção. Ainda há burocracia nas contratações de mão de obra, nas negociações, cobrança de impostos sobre toda a cadeia de frutas, reajuste dos combustíveis, energia elétrica e das taxas de juros de financiamento para custeio e investimento no setor, dentre outros problemas conhecidos por todos. O aumento dos custos pós-porteira se soma também ao encarecimento para se obter o produto agrícola, seja fruta ou qualquer outro. Para se entender melhor o impacto do dólar no custo de produção no período recente e que ainda está por vir, a **Hortifruti Brasil** convidou o Dr. Mauro Osaki (abaixo), pesquisador do Cepea especialista em custos de sistemas produtivos.



“OS PREÇOS DOS INSUMOS PODEM TER NOVOS REAJUSTES EM 2016”

ENTREVISTA: **Mauro Osaki**

Mauro Osaki é engenheiro agrônomo formado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Mestre em Economia Aplicada pela Esalq/USP e Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade federal de São Carlos (Ufscar). É pesquisador do Cepea na área de custo de produção agrícola.

Hortifruti Brasil: Qual o impacto do dólar sobre o custo de produção de frutas?

Mauro Osaki: No setor de hortifrutícolas, os preços dos fertilizantes, defensivos, sementes e das embalagens, como as usadas para a exportação de uva, estão atrelados ao dólar e são os que sentem o efeito direto da variação do câmbio. Esses itens representam entre 33% e 46,6% dos custos de produção operacionais efetivos, ou seja, do desembolso no correr de uma safra. (veja tabela na página 16). Alguns outros itens do custo também são impactados

pelo câmbio, mas a manifestação não é imediata. Para culturas como soja e milho, os adubos e defensivos estão fortemente atrelados ao dólar, e o impacto é sentido principalmente por aqueles que fazem “compra direta”. Esses insumos, juntos, podem chegar a 51% dos desembolsos da safra. Assim, o impacto da alta do dólar no custo operacional efetivo é maior para grãos do que para HF (bata-ta, tomate e uva para exportação). No entanto, a receita do produtor de soja e parte da receita do exportador de uva é em dólar/euro, o que possibilita uma maior remuneração

PARTICIPAÇÃO DOS PRINCIPAIS ITENS QUE COMPÕEM O CUSTO DE PRODUÇÃO

Ano safra	2011	2015	2015		2014/15							
Culturas	Uva para exportação	Tomate Salada	Batata comum		Soja Geneticamente Modificada				Milho 2ª Safra		Milho verão	
Região	Vale do São Francisco	Mogi Guaçu - SP	Sul de Minas (Águas)	Vargem Grande do Sul - SP (Secas)	Sorriso - MT	Cascavel - PR	Uberaba - MG	Guarapuava - SP	Sorriso - MT	Cascavel - PR	Uberaba - MG	Cascavel - PR
Fertilizante	11%	17%	12%	17%	25%	16%	23%	12%	19%	24%	32%	28%
Defensivos agrícolas	7%	15%	10%	11%	26%	20%	23%	29%	9%	8%	12%	8%
Embalagens	21%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sementes	-	5%	12%	19%	-	-	-	-	-	-	-	-
Itens com influência direta do câmbio	38%	36%	34%	47%	51%	37%	46%	40%	29%	32%	44%	36%
Mão de obra	35%	36%	11%	7%	4%	19%	7%	6%	4%	17%	5%	4%
Energia elétrica - Packing house/irrigação	3%	2%	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-
Outros	24%	26%	56%	42%	45%	44%	46%	54%	67%	52%	50%	60%
Itens gastos em Real	62%	64%	67%	53%	50%	63%	54%	60%	71%	68%	56%	64%

Fonte: Cepea

ração. Já os produtores de tomate e batata têm sua receita em Reais, sendo mais prejudicados. No caso do milho, a maior parte das vendas também é feita para o mercado doméstico, mas, neste ano, as exportações têm dado um bom suporte ao preços internos.

HF Brasil: A valorização do dólar de janeiro a setembro/15 foi de 48%. Os preços dos fertilizantes e defensivos subiram na mesma proporção neste período?

Osaki: Não, os reajustes nos preços desses insumos foram menores. Podemos pegar como exemplo a ureia. Conforme nossos levantamentos, de janeiro a setembro/15, sua valorização média foi de 19% tanto em Mato Grosso quanto no Paraná. Outro exemplo é o herbicida glifosato, que se valorizou 30% em Mato Grosso e 7% no Paraná.

HF Brasil: Em 2016, defensivos e fertilizantes podem voltar a ter novos reajustes?

Osaki: Sim. Os preços desses insumos podem ter novos aumentos no próximo ano. Mas isso dependerá também do preço do produto agrícola. A maior parte da demanda por fertilizantes e defensivos agrícolas vem das lavouras de soja e milho. Quando esses grãos apresentam rentabilidade positiva, costuma-se registrar elevação dos preços dos seus insumos. Além disso, deve-se levar em conta que, quando a demanda internacional por ureia, fósforo,

ingredientes ativos e outros itens se eleva, o ajuste é transmitido ao Brasil. O Real desvalorizado pode catalisar esse efeito, reforçando o aumento dos preços dos insumos no mercado brasileiro. A incerteza cresce ainda mais quando temos uma redução na renda real dos consumidores, que, por sua vez, diminui o poder de consumo. Neste contexto, o segmento hortifrutícola, que costuma ter formação de preço no mercado doméstico, sofre efeito negativo no curto prazo, pois depende do preço interno para saldar o custo de produção.

HF Brasil: Quais mecanismos os produtores podem utilizar para amenizar o impacto do dólar no custo de produção?

Osaki: O setor de frutas e hortaliças não possui mecanismos como venda antecipada ou troca de insumo por produto disponíveis para a soja e o milho, por exemplo, e que podem reduzir o impacto do dólar nos custos. Para os produtores de HF também são mais escassas as possibilidades de se proteger das variações nos preços de venda, diferentemente do visto em mercados de commodities mais estruturados, que contam com mercados futuros. Assim, uma estratégia que pode ser adotada por produtores de hortifrutícolas é a compra escalonada dos insumos, de modo a ser obtido um preço médio.

PROMOÇÃO

A falta de um programa de marketing agressivo voltado para o mercado internacional, que evidencie principalmente as frutas tropicais, foi um dos fatores limitantes para o aumento das exportações brasileiras citado pela **Hortifruti Brasil** em 2003. E no presente? O que tem sido feito em termos de marketing internacional do setor? Para falar sobre o assunto, foi convidada Valeska Oliveira (abaixo), da *Produce Marketing Association* (PMA). A entidade trabalha em conjunto com o setor (empresas e associações) para promover o fortalecimento da cadeia hortifrutícola como um todo.



“O CONSUMIDOR CONHECE POUCO DA FRUTA BRASILEIRA, DA NOSSA HISTÓRIA”

ENTREVISTA: **Valeska Oliveira**



Valeska Oliveira é formada em Letras e em Administração de Empresas e tem pós-graduação em Gestão Empresarial pela FIA-USP e em Branding pela ESPM. Atualmente, é representante da *Produce Marketing Association* (PMA) no Brasil, uma associação de negócios que representa cerca de 2.800 empresas de todos os segmentos da cadeia da produção global de frutas, vegetais e flores. Valeska tem 19 anos de vida profissional dedicados ao agronegócio, especialmente ao setor de frutas, legumes, flores e verduras.

Hortifruti Brasil: *Há 10 anos, um dos gargalos para o aumento das exportações de frutas frescas brasileiras era a falta de divulgação dos produtos no exterior. Esse entrave ainda persiste?*

Valeska Oliveira: A promoção das frutas mundo afora, seja do Brasil ou de outros países, tem que trilhar vários caminhos regulatórios, comerciais e, por último, de hábitos de consumo. Quando vencidas as duas primeiras etapas, que são, de fato, os principais entraves para aumento das exportações para alguns países, como para os Estados Unidos, e o produto chega na gôndola, muitas vezes é preciso ensinar o consumidor como aquela fruta deve ser preparada e se está boa para consumo. Muitas frutas são totalmente desconhecidas em determinados mercados, nos quais é preciso fazer um trabalho partindo-se do “zero”. Para a geração dos *milenials* ou geração Y, é preciso ir mais longe, eles querem conhecer o produtos por “trás das cenas”, qual a procedência, como é o processo produtivo. É preciso saber contar a história, e isso tem sido explorado por vários concorrentes brasileiros nas mídias impressas e principalmente, nas mídias digitais.

HFBrasil: *Existem projetos para aumentar a divulgação das frutas frescas brasileiras?*

Valeska: Sim, a Abrafrutas, por exemplo, conta com o apoio da Apex Brasil para promoção das frutas no exterior. Esse apoio é fundamental. Por outro lado, há anos me questiono sobre os motivos de ainda não termos no Brasil um trabalho conjunto da iniciativa privada (produtores, varejo, fornecedores de produtos e serviços) com ações organizadas para promoção de toda a cadeia de hortifruti. Um dia desses fiz uma pesquisa aleatória no *YouTube* com os nomes de algumas empresas do nosso setor. E o que encontrei foi muito pouco. O canal digital está sendo pouco explorado por nossas empresas, e é sabidamente um canal que requer menor investimento, mas com alto retorno de visibilidade.

HFBrasil: *Na sua opinião, há algum país exportador de frutas no qual o Brasil poderia se espelhar?*

Valeska: Acredito que há vários bons exemplos, mas jamais seria possível importar um modelo sem considerar nossa cultura. A Nova Zelândia lançou recentemente um projeto intitulado “*Pick Right. Feel Bright*”. Nos Estados

Unidos, Canadá e agora no México, a PMA lançou e coordena a campanha “Eat Brighter!” Por meio de uma parceria com a Sesame Workshop com a iniciativa “Parceria para uma América mais saudável”, os membros da PMA e da indústria de produtos agrícolas frescos receberam acesso livre de *royalties* sem precedentes para uso dos personagens da Vila Sésamo no mercado de frutas e legumes frescos. O ponto de encontro dessas duas campanhas (a da Nova Zelândia e a dos EUA) é que são realizadas não só pelos produtores ou pelo varejo, mas por ambos. Na parceria com a Vila Sésamo, por exemplo, qualquer um que venda frutas e verduras frescas (incluindo varejistas) pode participar e o alcance é potencialmente amplo. Este programa representa uma transformação nos esforços da indústria para aumentar o consumo de hortifrutícolas, alterando o comportamento do consumidor.

HFBrasil: Na sua opinião, qual a visão que o consumidor externo tem da fruta brasileira? O que podemos melhorar?

Valeska: O consumidor final conhece pouco da fruta brasileira, da nossa história. Acredito que os produtores e exportadores poderiam atuar mais ativamente com seus distribuidores lá fora, em ações promocionais e informativas, que fizessem chegar ao consumidor final um pouco mais sobre aquele produto. As campanhas de degustação em ponto de venda são importantes, pois muitas pessoas nunca consumiram um mamão, não conhecem quão saborosas são nossas maçãs e assim por diante.

HF Brasil: Quais os objetivos da PMA e como o produtor pode se associar e se beneficiar fazendo parte dela?

Valeska: Somos uma associação global, fundada em 1949, com 2.800 membros pelo mundo e ações em di-

versos países como Chile, Peru, México, China, Austrália, Nova Zelândia, Brasil, Estados Unidos, entre outros. O papel da PMA é integrar a cadeia, conectar pessoas e negócios e promover a troca de experiências, apoiando o desenvolvimento do setor de frutas, flores, legumes e verduras. Nosso objetivo no Brasil é trabalhar em conjunto com o setor (empresas e associações) para promover cada vez mais o fortalecimento desse negócio no País. Por isso, buscamos reunir produtores, varejo, indústria, fornecedores de serviços e produtos em diversos momentos de debate, sejam em workshops, cafés da manhã ou em nossa feira PMA *Fresh Summit* que acontece sempre em outubro, nos Estados Unidos. Para saber mais sobre a PMA e suas ações/benefícios, acesse www.pma.com/global-pma/brazil ou ligue para (11) 3522.7348.

HF Brasil: Os brasileiros têm participado deste grande encontro anual?

Valeska: Neste ano, o evento ocorreu de 23 a 26 de outubro, e estiveram nos EUA, em missões empresariais coordenadas, 30 produtores e 30 varejistas do Brasil. Eles visitaram supermercados, viram como está o segmento orgânico, como é a relação de negócios produtor-varejo (tudo isso organizado pela PMA e parceiros, no idioma português para que a língua não fosse uma barreira) e, na feira, tiveram contato com muitas inovações em embalagem e produto. Tudo voltado para o segmento de Hortifruti e Flores. Deu muito orgulho ver o interesse dos produtores que estiveram lá, não interessados em exportar, mas que estão em busca de “abrir a cabeça e os olhos” sobre o que está acontecendo no mundo e como (e se é possível) adaptar modelos ao Brasil.

ATRATIVIDADE DO MERCADO EXTERNO X INTERNO

2008 e 2013, período em que a economia de países desenvolvidos esteve enfraquecida, produtores de menor escala praticamente suspenderam as exportações, focando-se no consumidor brasileiro. Grandes produtores-exportadores também alteraram sua estratégia de venda, mas mantiveram parte dos seus negócios com o exterior. Essa decisão se deu, primeiro, porque o mercado lá fora absorve um volume maior de frutas de alta qualidade e, segundo, porque é importante manter-se fiel a um grupo de compradores, mesmo com as oscilações da rentabilidade. Atualmente, com o mercado externo retomando sua atratividade, aqueles que continuaram exportando têm mais chances de intensificar seus negócios nesse canal.

Demanda crescente incentiva exportação de **TAHITI**

MAMÃO
formosa ganha participação frente ao havaí

Concorrência externa limita envios de **BANANA** à Europa e ao Mercosul

Crise hídrica limita envio de **MELÃO**

OPORTUNIDADES & DESAFIOS DA FRUTICULTURA EXPORTADORA

A demanda por **MELANCIA** no mercado externo é crescente

Aumento dos envios de **MAÇÃ** depende da atratividade do mercado interno e dos estoques nos países compradores

A troca de variedades é importante para o aumento nas exportações de **UVA**

Menor concorrência externa impulsiona exportações de **MANGA**

RIDOMIL GOLD® BRAVO

CUIDA DA SUA PLANTAÇÃO, PROTEGENDO SEMPRE E COMBATENDO QUANDO NECESSÁRIO.

Ridomil Gold® Bravo é o pior inimigo da principal doença que ataca a sua plantação, a requeima na batata. Isso porque ele é o único que combina dois ativos poderosos: um sistêmico e outro protetor. Além disso, é resistente à chuva e tem grande aderência à planta. Com Ridomil Gold® Bravo, a sua plantação fica protegida e você fica tranquilo.



Restrição de uso no Estado do Paraná.
Informe-se sobre e realize o manejo integrado de pragas.
Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos.

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.



c.a.s.a.
0800 704 4304

www.syngenta.com.br



EFICIENTE NAS CULTURAS DE BATATA, CEBOLA E TOMATE.



 **RidomilGold**[®]
Bravo

syngenta.

O PEQUENO PRODUTOR TERÁ DIFICULDADE PARA SE BENEFICIAR DA ALTA DO DÓLAR

Com a forte valorização da moeda norte-americana e o enfraquecimento da economia brasileira, o mercado externo se tornou mais atrativo que o doméstico para a maior parte das frutas analisadas pela **Hortifruti Brasil**. Contudo, o redirecionamento das vendas internas para o exterior não é automático, além de ser mais difícil para os pequenos produtores.

O redirecionamento da produção entre mercado interno e externo é mais fácil para algumas frutas do que para outras. No caso de culturas perenes como lima ácida tahiti, maçã, manga, banana, mamão e uva, é preciso planejamento de área, das podas e induções florais para que se consiga produzir nas janelas de mercado e com qualidade adequada para o cliente externo. Para culturas temporárias, como melão e melancia, o redirecionamento é mais fácil, mas também requer planejamento anterior ao início da safra, já no momento em que se negociam, em contrato, os volumes a serem entregues. Além disso, é preciso cuidado com os insumos usados devido às exigências quanto ao Limite Máximo de Resíduos (LMR) feitas pelo países de destino – principalmente da União Europeia. A maioria dos clientes ainda exige selos de

certificações da produção, como GLOBALG.A.P. Caso o produtor queira efetivar a exportação diretamente, deve ter também uma estrutura de *packing house* e volume suficiente para fechar um container/carga. Em resumo, segundo exportadores, é preciso um período superior a um ano para que todas essas questões sejam levadas em consideração e a fruta brasileira chegue ao mercado externo.

Alguns produtos, no entanto, podem ser redirecionados com mais facilidades. Um exemplo tem sido o de pequenos produtores de manga de São Paulo e do Norte de Minas Gerais, que conseguem destinar a fruta para o exterior via aérea, por meio de exportadores. A única exigência é que tenham mangas de qualidade e façam o correto embalamento. Outra forma de facilitar a exportação é o produtor já estar associado a um grupo exportador, como às cooperativas de uva no Nordeste.

Um ponto importante é que, por mais alta que esteja a atratividade do mercado externo, o produtor precisa tomar cuidado para não frustrar seus compradores brasileiros. Em longo prazo, priorizar a credibilidade tende a ser mais rentável que abraçar, a qualquer custo, oportunidades pontuais.

COMPETITIVIDADE NÃO PODE DEPENDER APENAS NO CÂMBIO

O conjunto de levantamentos feitos para esta matéria deixou claro que a fruta brasileira se tornou mais barata que a dos concorrentes e, de fato, o Brasil já tem conseguido impulsionar suas vendas. Porém, o segmento exportador de frutas não pode depender somente do câmbio para ser competitivo e aumentar suas operações.

São necessárias melhorias na cadeia produtiva como um todo, de modo que a produção e encaminhamento da fruta até portos/aeroportos tenha um custo razoável em Real. O dólar valorizado seria,

então, uma vantagem extra, que poderia baratear a fruta brasileira em diversos mercados. Para isso, há necessidade de, em primeiro lugar, reduzir-se o Custo Brasil – depende de governo, mas o setor deve exercer pressão; aumento dos investimentos em tecnologia e infraestrutura; mais acordos comerciais e ações para que diminuam as perdas. Essas são algumas das pedras do caminho para ganharmos competitividade no exterior e podermos aumentar as exportações, independente de o Real se desvalorizar ou não. ■



El Niño deve continuar impactando na oferta de alface no fim de ano

Chuvas e calor podem resultar em perdas no campo

A oferta e os preços das folhosas das regiões paulistas de Mogi das Cruzes e de Ibiúna têm sido fortemente influenciados pela variação climática dos últimos meses. Em períodos chuvosos, a disponibilidade de folhosas diminuiu e o preço subiu; já em dias de clima mais firme, a oferta se regularizava e as cotações voltam a cair. Nos próximos meses, as condições climáticas devem continuar influenciando a produção e, conseqüentemente, os valores das alfaces. Com a ocorrência do *El Niño*, a previsão é que o final de 2015 registre maior volume de chuvas e temperaturas mais altas no estado de São Paulo. Essa combinação, por sua vez, pode resultar em podridão interna e queima de borda das folhosas, causando quebra na produção de alface, principalmente para as variedades de inverno, que são mais suscetíveis à alta umidade e que ainda serão colhidas até dezembro. Desta forma, a expectativa é que a oferta de alface seja reduzida nos últimos meses deste ano, o que pode elevar as cotações.

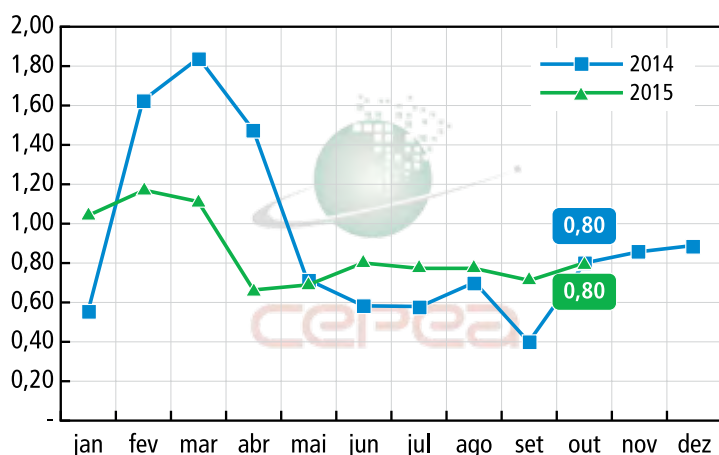
Falta de água em MG preocupa produtores

Desde o início da safra de inverno 2105 – que teve o plantio iniciado em abril –, produtores das regiões de Mário Campos e de Caeté (MG) têm enfrentado escassez de água. A crise hídrica

fez com que parte dos produtores reduzisse o ritmo das atividades ou até mesmo interrompesse o plantio ao longo da temporada. A diminuição na quantidade de folhosas plantada na safra mineira, por sua vez, começou a ter reflexo no mercado em outubro, quando chegou a faltar alface americana no mercado, cenário que elevou os preços do produto em Minas Gerais. Em outubro, a alface americana registrou valorização de 71%, e a caixa com 12 unidades foi comercializada a R\$ 13,35. Os preços das crespa e da lisa, menos afetadas pela seca, recuaram levemente no mesmo período, 2% e 5%, respectivamente, comercializadas ambas nas médias de R\$ 7,65/cx com 20 unidades. A escassez de água também deve prejudicar o transplântio da safra de verão 2015/16 em Mário Campos e Caeté, já que, sem água suficiente para irrigação, produtores estão receosos. Desta forma, neste fim de safra de inverno (que se encerra nas primeiras semanas de dezembro) e início de colheita de verão (em meados de dezembro), a oferta de alface deve continuar diminuindo nas lavouras que abastecem a região metropolitana de Belo Horizonte (MG).

Folhosas valorizam no atacado

A redução na oferta de folhosas nas roças paulistas elevou os preços das alfaces no atacado de São Paulo em outubro. Chegou a faltar alface americana no mercado e, quando houve oferta desta variedade, esta foi comercializada na média de R\$ 14,39/cx com 18 unidades, valor 10% superior à média de setembro. Também com baixa oferta, a lisa foi negociada a R\$ 12,79/cx com 24 unidades no período, aumento de 2% na mesma comparação. A crespa, especificamente, apresentou diversos problemas na qualidade, o que fez com que consumidores optassem pelas outras variedades de folhosas. Ainda assim, a cotação da crespa teve pequena queda de 3% de setembro para outubro, a R\$ 11,42/cx com 24 unidades. Em novembro e dezembro, a expectativa é que os valores sigam em alta, o que pode proporcionar boa rentabilidade aos produtores.



Americana valoriza na Ceagesp

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



Fonte: Cepea





foto: Seminis

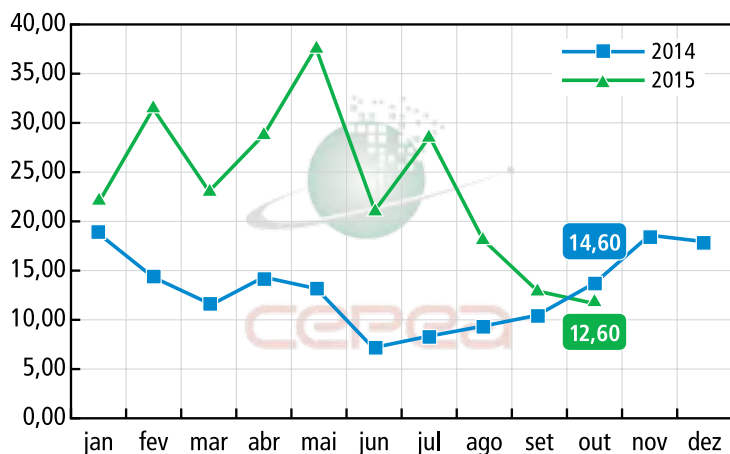
Plantio da safra verão 2015/16 avança em MG

Seca e calor prejudicam cenouras mineiras

A falta de chuva em São Gotardo, Santa Juliana e Uberaba (MG) tem deixado produtores em alerta quanto a uma possível escassez de água para irrigação, que pode prejudicar, inclusive, as primeiras raízes da safra verão 2015/16, que serão ofertadas em janeiro. De acordo com produtores, a expectativa é de que, até o final de novembro, cerca de 25% do total da área destinada ao cultivo de cenoura na temporada de verão já esteja plantado. O clima quente já prejudicou a qualidade da cenoura de inverno que está sendo colhida nestas praças. Ao longo do mês passado houve o aparecimento de manchas causadas por bactérias em alguns lotes. Por conta da menor qualidade, a demanda pelo produto mineiro se reduziu ao longo de outubro. A caixa "suja" de 29 kg foi comercializada, na média, a R\$ 12,60 em outubro, com redução de 13,70% em comparação a setembro.

Seca diminui produtividade na Bahia

Em outubro, a produtividade das lavouras de cenoura na Bahia se reduziu aproximadamente 6% em comparação com a de setembro. Desta forma, no mês foram colhidos 36,25 t/hectare nas praças de Irecê e João Dourado (BA). Segundo produtores, o clima seco, reforçado pelo fenômeno *El Niño*, foi o fator que mais prejudicou as lavouras. Mesmo assim, esta falta de chuvas refletiu manutenção nos



Preço em MG fica abaixo do de 2014

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

Fonte: Cepea

gastos com defensivos em relação a setembro, uma vez que nestas condições climáticas há menor risco de doença na plantação. Por outro lado, a redução na produtividade refletiu em maior custo de produção por caixa, em relação a setembro. A previsão para novembro é de que o clima permaneça seco. Com isso, as raízes da Bahia devem ter seu desenvolvimento afetado, mantendo a produtividade em níveis considerados baixos. Em outubro, a menor produtividade fez com que a caixa "suja" de 20 kg da cenoura de verão baiana fosse comercializada a R\$ 10,25, 72% superior ao praticado em setembro.

Safra de inverno em GO caminha para o fim

A colheita de cenoura da safra de inverno 2015 deve se encerrar em dezembro em Cristalina (GO). Assim, é esperada redução gradual da oferta de cenouras do Centro-Oeste. No entanto, a produtividade em outubro foi de 90 t/hectare nas lavouras goianas, 26,5% maior do que em setembro, e, com o aumento na oferta, os preços reduziram em Goiás. Além disto, a oferta de outras regiões produtoras, principalmente de Minas Gerais, contribuiu esta retração nos preços. Com a aproximação do fim da safra de inverno, as atividades para a temporada de verão ganham ritmo em Cristalina, e as primeiras raízes devem ser colhidas em janeiro/16.

Granizo afeta plantio no Rio Grande do Sul

Mesmo com as intensas chuvas na região Sul do País, produtores de Caxias do Sul, Vacaria e Antônio Prado (RS) conseguiram manter o ritmo da colheita de cenouras em outubro. No entanto, o solo encharcado atrapalhou as atividades de plantio durante todo o mês e a ocorrência de granizo no final de outubro prejudicou as raízes que estavam na fase inicial de desenvolvimento, danificando a área foliar. As chuvas também tiveram reflexos negativos nas vendas, principalmente em Porto Alegre (RS). Além disso, a qualidade inferior das cenouras gaúchas afastou os compradores, que preferiram as cenouras com melhor qualidade de outras praças, como Minas Gerais.



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

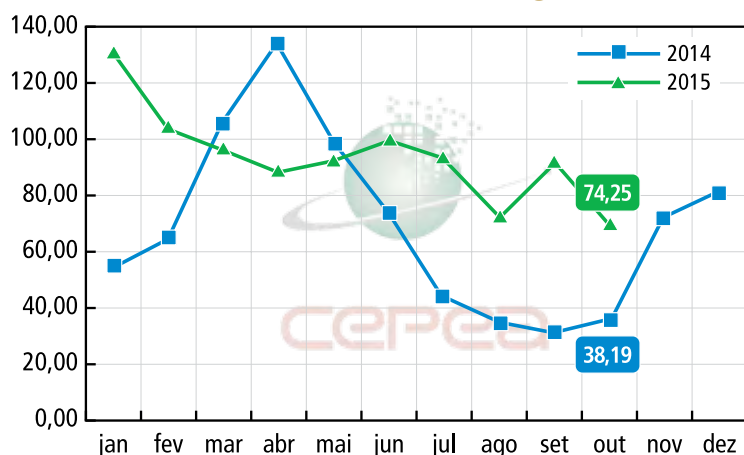


Clima atrasa plantio da safra das águas 2015/16 no Sul

Excesso de chuva traz perdas em Bom Jesus e Água Doce

O plantio de batata da safra das águas 2015/16 em Água Doce (SC) e Bom Jesus (RS) tem sido prejudicado pelas precipitações volumosas em setembro e outubro. Na praça gaúcha, esperava-se plantar 40% da área até o fim de outubro, porém com a chuva, apenas 12% foi cultivada. Com o atraso, os trabalhos de campo podem ser intensos de novembro a janeiro em Bom Jesus. Caso as precipitações perdurem até lá, é provável que nem toda a área planejada seja cultivada. Além disso, até o final de outubro, o excesso de umidade também tinha causado danos às áreas já plantadas, com parte das sementes apodrecendo. Produtores informaram que uma parte dessa área afetada pode ser replantada, mas a disponibilidade limitada de sementes deve ser um fator limitante. O clima chuvoso também causou lixiviação de fertilizantes e aumento da incidência de doenças no RS. Em Água Doce, as chuvas também causaram certo atraso nas atividades, mas em menor proporção. De setembro a outubro, 15% da área foi plantada frente aos 34% planejado, e o adiamento deve ser compensado até o final do ano. Em Água Doce também houve perdas de sementes mas em menor proporção, além da incidência de requeima e danos às plantas já brotadas e lixiviação de adubos. A colheita da safra das águas nas duas praças está prevista para começar em janeiro.

Produtores do PR e RS iniciam colheita das águas



Preço recua com melhora na produtividade

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

Fonte: Cepepa

A colheita da temporada das águas 2015/16 se inicia neste mês em Curitiba, Irati, São Mateus do Sul e Ponta Grossa (PR) e em Ibiraiaras/Santa Maria (RS). Bataticultores de Curitiba e São Mateus do Sul devem ser os primeiros a começar os trabalhos de campo, já nas demais praças a previsão é que a safra tenha início somente no fim do mês. O início do plantio no PR foi dificultado pela chuva, principalmente em Curitiba e São Mateus do Sul, postergando o início da colheita em cerca de 10 a 15 dias. Em todas as regiões, produtores precisaram usar mais defensivos para o controle da requeima. Em Ibiraiaras/Santa Maria, as precipitações volumosas também causaram lixiviação de fertilizantes e apodrecimento de sementes em parte da área. Houve, ainda, geada e granizo, que danificaram as plantas e prejudicaram seu desenvolvimento. Além disso, a nebulosidade constante em boa parte dos dias na região gaúcha, também afeta as lavouras, já que a planta tem uma menor fotoassimilação. Em relação à área, continuou a mesma da temporada anterior em todas as regiões, exceto em Ponta Grossa, que tem leve recuo no plantio destinado à indústria. O pico de safra no Sul deve ocorrer em dezembro, quando 60% a 70% da área total deverá ser colhida, com encerramento em janeiro.

Cristalina encerra temporada com excelente resultado

O balanço da temporada 2015 em Cristalina (GO) foi bastante positivo, com preços 46,1% acima das estimativas de custos de produção durante todo o período. Na média, os valores da batata lavada ponderados pelo calendário de colheita e classificação ficaram em R\$ 57,65/sc de 50 kg de abril a outubro, enquanto os custos de produção foram de R\$ 39,45/sc. A colheita começou em abril, atingiu pico entre agosto e outubro e deve finalizar em novembro. Em relação à produtividade, houve significativa melhora no decorrer da safra, chegando em outubro a 49,16 t/ha, 26,7% superior à média de produtividade da temporada (38,8 t/ha). Esse aumento ocorreu devido às melhores condições climáticas nos últimos meses de colheita.



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil



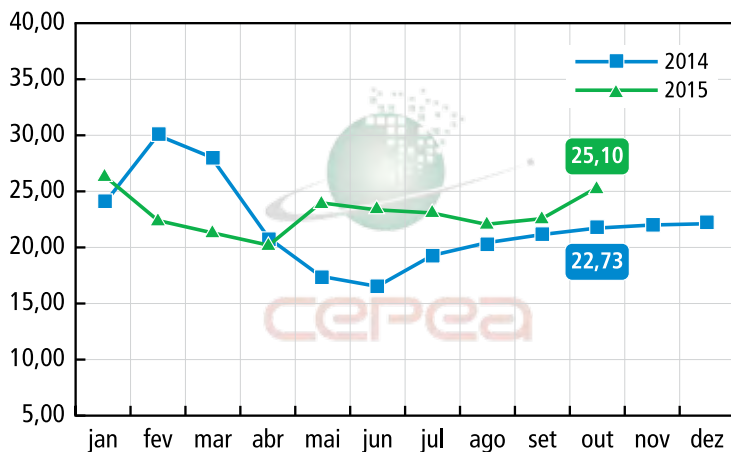
Falta de água persiste, porém racionamento é adiado no Vale

Área no Nordeste é menor com escassez hídrica

O racionamento de água no Vale do São Francisco (BA/PE), previsto para o final de outubro, foi suspenso, segundo o Distrito de Irrigação Nilo Coelho (DINC). A decisão foi baseada em testes que consideram o ajuste nas válvulas das bombas hidráulicas suficiente para a continuidade do uso da irrigação. Além disso, a previsão do Operador Nacional do Sistema Elétrico (ONS) é de que Sobradinho, o principal reservatório baiano, atingirá a cota de 380,8 metros em 30 de novembro, volume suficiente para operações de captação. Porém, pode haver necessidade de racionamento a partir de dezembro. Apesar disso, no Vale há dificuldade para irrigar, o que faz com que a área destinada ao plantio da fruta na região seja menor. No Rio Grande do Norte/Ceará, a situação não é diferente. O baixo nível dos reservatórios também tem impactado a produção da fruta. Além da redução da área, a produtividade também diminuiu 11,4% entre os meses de agosto e outubro deste ano em relação ao mesmo período do ano passado no RN/CE.

Com maiores preços, rentabilidade segue positiva no NE

Com a menor oferta de melões no mercado interno, os preços estão maiores neste ano. De janeiro a outubro, as cotações do melão amarelo tipo 6 e 7 foram 7% maiores em relação ao mesmo período de 2014 no RN/CE, comercializado a



Com menor oferta, preço sobe em SP
Preços médios de venda do melão amarelo tipo 6-7 na Ceagesp - R\$/cx de 13 kg

Fonte: Cepeca

R\$ 21,68/cx de 13 kg. Já no Vale do São Francisco, os preços ficaram 5,8% acima na mesma comparação. Os maiores ganhos têm garantido rentabilidade unitária positiva aos produtores, apesar do aumento dos custos de produção. Mas produtores estão otimistas, pois acreditam que a rentabilidade positiva deve se manter até o fim do ano.

Exportações crescem 18% na parcial da safra

As exportações de melão de agosto a outubro aumentaram 18% em relação ao mesmo período do ano passado, somando 87 mil toneladas, segundo a Secex. Dentre os principais fatores estão a boa qualidade da fruta e a alta do dólar frente ao Real, que torna a comercialização no exterior mais rentável ao produtor. Já o mercado doméstico está enfraquecido por conta da atual crise econômica. Além disso, apesar da pequena variação no valor do dólar (e do euro), ainda não há relatos de pressão para renegociações dos valores dos contratos fechados entre julho e agosto. Assim, as exportações devem seguir em alta nos próximos meses.

Produtores da Espanha têm rentabilidade negativa na safra 2015

Mesmo com boa qualidade, os preços do melão espanhol nesta safra não foram suficientes para cobrir os custos de produção, segundo notícia veiculada pelo *Fresh Plaza*. Apesar da boa demanda, as cotações estiveram abaixo do esperado. Além disso, em parte das lavouras as altas temperaturas resultaram em menor produtividade. O calor prejudicou a floração e uma menor quantidade de melões foi produzida. Além disso, o mercado europeu tem sido motivo de disputa entre as redes de varejo, que acabam comercializando a fruta a preços reduzidos, prejudicando a rentabilidade de produtores espanhóis. A temporada espanhola chegou ao fim em setembro e agentes do setor preveem redução da área destinada ao plantio para a próxima safra. Este fator pode favorecer o mercado brasileiro, que deverá continuar enviando um bom volume da fruta à Europa.



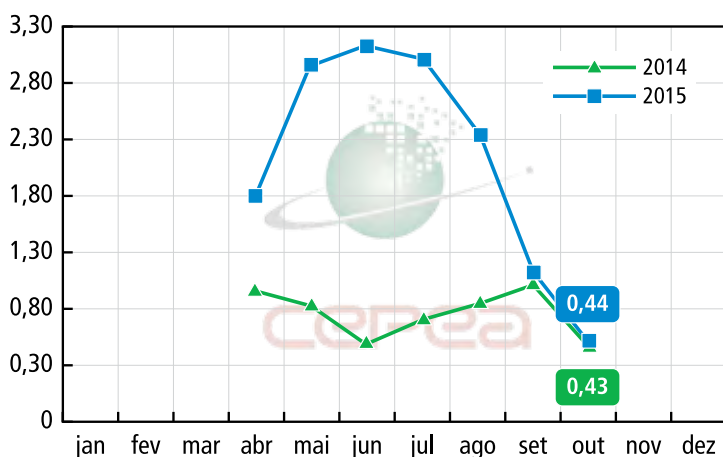
Leia o blog da HF Brasil e fique atualizado!
hortifrutibrasil.blogspot.com



Chuvas provocam fortes perdas na produção do Sul

Clima deve reduzir oferta do Sul

A área de cebola do Sul aumentou 14,4% neste ano, mas há previsão de forte quebra nesta safra, que deve praticamente anular o avanço do plantio. Assim, os preços devem ficar em elevados patamares na temporada. Ainda não há estimativas exatas sobre as perdas, mas produtores acreditam que deve superar os 20% do total plantado. Em Ituporanga (SC), as precipitações têm sido constantes desde o início de outubro. O índice pluviométrico foi de 379,6 mm no mês passado, de acordo com a Somar Meteorologia. O clima dificultou também a aplicação de defensivos e, com isso, aumentou a incidência de fungos e bactérias. A continuidade desse cenário em novembro pode causar atrasos no calendário de colheita das cebolas precoces, além de gerar perdas de qualidade e produtividade. Já as lavouras que ainda não estavam em processo de bulbificação até o final de outubro não tiveram perdas tão acentuadas. Porém como a previsão é que as chuvas devam seguir até o final do ano, estas áreas também poderão ser afetadas. Em Lebon Régis (SC), algumas lavouras também foram atingidas por tempestades e granizo, o que deve prejudicar a produtividade na região. A continuidade do clima úmido pode afetar ainda mais as cebolas em Lebon Régis neste mês, quando começa a fase de bulbificação. Em São José do Norte (RS), o cenário não é diferente, e muitas áreas de cebola já foram afetadas. Já no Paraná houve ocorrência de tornados e granizo, porém, sem atingir as lavouras de Irati.



Preço fica abaixo dos custos em outubro

Os preços da cebola recuaram pelo segundo mês consecutivo em outubro. O valor médio ao produtor foi de R\$ 17,00/sc de 20 kg, redução de 53% sobre setembro. Essa queda foi resultado da maior oferta de cebolas importadas, do aumento da área cultivada para ser colhida nesse período, e da maior produtividade em comparação ao início da safra. Em setembro e outubro, entraram 55 toneladas de cebolas no País, volume 150% maior que nos mesmos meses do ano passado, de acordo com a Secex. Já a área colhida em outubro aumentou 20% frente à previsão inicial para o mês, decorrente dos elevados preços entre junho e julho, que motivaram os produtores a aumentar o cultivo. Em relação à produtividade, houve aumento em Monte Alto e São José do Rio Pardo (SP), no Cerrado de MG e Cristalina (GO). Com esse aumento na oferta, os preços ao produtor no estado paulista chegaram a ficar abaixo dos custos de produção em outubro. Com isso, alguns cebolicultores gradearam as últimas áreas, já que o preço de mercado não cobria os gastos.

Várias regiões deverão colher até o fim do ano

Neste mês, produtores de Piedade (SP) estão em pico de oferta, e devem comercializar 40% do total cultivado. A safra vem proporcionando bons resultados, com produtividade média de 40 t/ha e qualidade satisfatória. Algumas regiões do Nordeste também estão colhendo cebola até o fim do ano, mas o Vale do São Francisco finaliza a temporada agora em novembro. Em Irecê (BA), a colheita deve se encerrar em dezembro, mas até lá cebolicultores da região devem ofertar bons volumes por conta do aumento do plantio de maio a julho, quando os preços estavam bastante atrativos. Ituporanga e Lebon Régis (SC) devem alcançar, respectivamente, 90% e 40% da área total cultivada na safra até dezembro. Já no Rio Grande do Sul, os trabalhos de colheita devem chegar a 90% do total cultivado na temporada enquanto, o Paraná, a 90%.

Preço cai novamente em outubro

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

Fonte: Cepeca





Fim de safra em Araguari é antecipado para novembro

Temporada mineira termina com resultados abaixo do esperado

A colheita de tomate da safra de inverno em Araguari (MG) deve se encerrar ainda neste mês. As atividades tiveram início em fevereiro, com pico em julho e agosto. O encerramento da temporada seria apenas em dezembro, mas, por conta do clima quente, houve aceleração do ciclo do tomate, e a oferta caiu logo na segunda semana de outubro, antecipando o encerramento para novembro. O cenário em 2015 foi muito conturbado para os produtores da região e a área cultivada foi reduzida em 16% frente à de 2014. Quanto aos preços, foram considerados satisfatórios ao longo do ano, com valor médio de R\$ 38,60/cx de 22 kg de fevereiro até outubro. Já a produtividade, ficou abaixo do ideal para a região: no período de abril a junho ficou na faixa de 250 cxs/mil pés, em média. Todos esses fatores somados à baixa disponibilidade hídrica e à alta nos custos deixam produtores mais receosos e contribuem para uma expectativa de nova redução da área plantada para a safra de inverno 2016 na praça mineira.

Seca deve continuar prejudicando cultivo no Nordeste

As roças nordestinas de tomate estão prejudicadas com a falta de água. Na região do Agreste Pernambucano, que também inclui Ibimirim (PE) e Boqueirão (PB), a safra 2015/16 deve ter redução na área por conta da seca, totalizando 1.550 hecta-

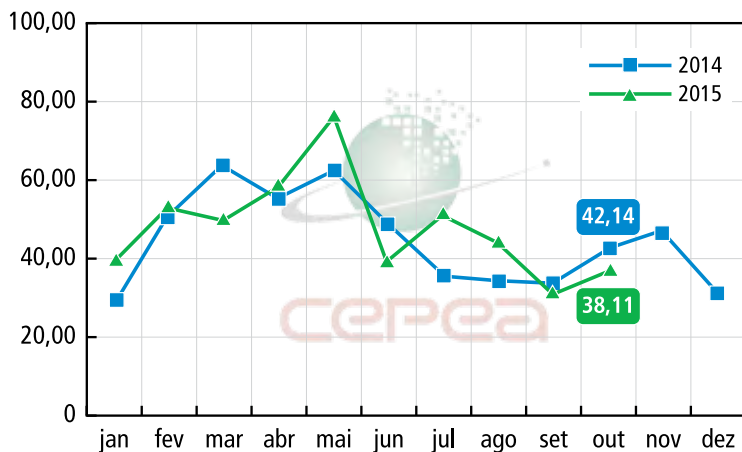
res. Já na Chapada Diamantina (BA), até o momento a previsão indica manutenção de investimentos para 2016, mas ainda a depender da disponibilidade de água nos próximos meses. Com a previsão de que o fenômeno *El Niño* continue influenciando o clima brasileiro pelo menos até os primeiros meses de 2016, as perspectivas quanto à ocorrência de chuvas não são animadoras, uma vez que o fenômeno climático limita a umidade no Nordeste.

Caxias do Sul aumenta cultivo em estufa

Caxias do Sul (RS) iniciou em outubro o transplantio da safra de verão, realizando uma maior migração de tomates do campo para estufas. A tendência de crescimento do cultivo em estufa na região é resultado da melhor produtividade que esse sistema proporciona, garantindo aos produtores uma boa colheita das variedades italiano, grape e caqui. Isso porque os frutos ficam protegidos das intempéries climáticas, tais como geadas e granizo. A colheita está prevista para começar no mês que vem.

Granizo compromete produção em Sumaré

No final de outubro, as plantações de tomate da região de Sumaré (SP) foram atingidas por chuvas de granizo, afetando boa parte da produção da segunda parte da temporada de inverno. Segundo relatos dos produtores, a princípio, 800 mil dos 2 milhões de pés correspondentes à segunda parcela foram perdidos (40% do total cultivado no período), trazendo prejuízo para quase todos os tomaticultores da região – alguns deles chegaram a ter perda total. As atividades de colheita tiveram início em outubro e, assim, o granizo acabou causando maiores danos aos frutos, já que os estragos no início da safra dificultam a continuidade da produção. A maior parte dos produtores da região possui algum tipo de seguro agrícola, mas, o valor reembolsado pelas seguradoras cobre, em média 80%, do custo total por hectare. Com isso, agricultores estão desestimulados em relação a possíveis investimentos na cultura.



Preço se recupera em outubro

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

Fonte: Cepepa



Curta a página da HF Brasil no Facebook!

@revistahortifrutibrasil




Tomate **BS IS0003** Blueseeds,
firme, bonito e resistente.

Atenção produtores do Espírito Santo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, os tomates BS IS0003 têm tantos benefícios, que vale a pena dar uma olhadinha. Suas sementes geram frutos firmes, de belo formato e resistentes a várias doenças. Com propriedades únicas, eles se destacam quando o assunto é produtividade.

Bluseeds, resultados no azul. Vermelho só o tomate.

RESISTENTE ÀS DOENÇAS:
 Geminivirus, Mosaico do Tabaco,
 Nematóides galhas, *Verticillium*
 sp. raça 1, *Fusarium* raça 1, 2 e 3.

www.bluseeds.com.br

Distribuidor  no Brasil.

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


Bluseeds



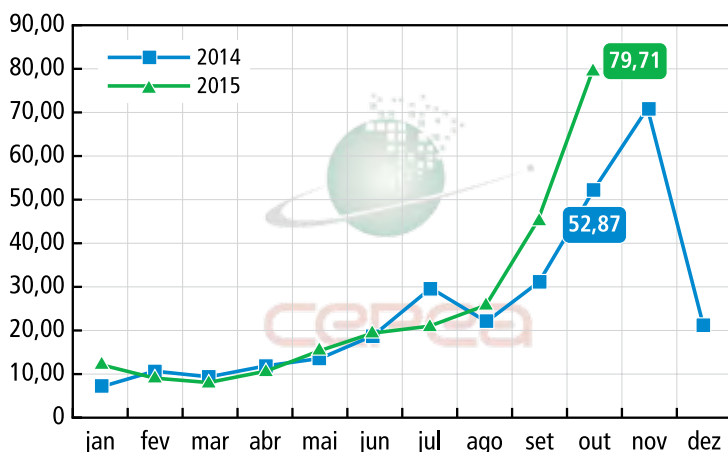
Queda de chumbinhos preocupa produtores

Calor debilita laranjeiras paulistas

Apesar das boas floradas registradas na maior parte dos pomares paulistas, produtores estão preocupados com os efeitos do forte calor nas plantas. Em relação à umidade, foi satisfatória, mesmo tendo chovido abaixo da média em boa parte das cidades paulistas em outubro. Isso porque, no mês anterior, as precipitações foram mais intensas e o solo permaneceu úmido. Em outubro, as laranjeiras estavam em fase de fixação dos frutos que serão colhidos em 2016/17. Trata-se de um estágio bastante crítico e altamente influenciado pela disponibilidade de água no solo, temperatura e umidade do ar. Com o clima adverso até meados do mês passado, muitas áreas já registravam queda de chumbinhos acima do normal. Contudo, em cada propriedade, o cenário foi diferente – em algumas delas, houve maior abortamento da primeira florada (na maior parte, ocorrida em agosto, e os chumbinhos estavam, no momento da queda, com tamanho semelhante ao de uma azeitona) e em outros, os efeitos foram mais expressivos na segunda floração. Assim, as expectativas com relação à safra 2016/17 estão mais incertas. Na maioria dos pomares, ainda não havia sinais de que novas flores pudessem abrir, já que dependem de estresse hídrico e o solo ainda estava úmido na maior parte dos pomares.

Processamento deve manter bom ritmo até dezembro

A moagem de laranjas segue em bom ritmo



nas indústrias paulistas e deve continuar pelo menos até dezembro. Segundo agentes, as processadoras ficarão abertas em janeiro, porém recebendo menos quantidade de laranja e com menos unidades em operação. Isso porque, no início de 2016, devem moer principalmente as frutas de terceira e quarta floradas (que devem representar cerca de 10% da safra, segundo o Fundecitrus), bem como as temporárias. Em outubro, o valor oferecido para compras no mercado *spot* subiu em uma das grandes indústrias, chegando a R\$ 14,00/cx de 40,8 kg, colhida e posta na planta de processamento, para a pera e as tardias. Desta forma, muitas das pequenas indústrias também aumentaram suas propostas, que ficaram entre R\$ 13,00 e R\$ 17,00/cx para as mesmas variedades.

Preço da laranja *in natura* continua em alta

A laranja destinada ao mercado de mesa subiu em outubro pelo terceiro mês seguido, e deve continuar valorizada em novembro. No mês passado, a pera *in natura* teve média de R\$ 14,65/cx de 40,8 kg, na árvore, aumento de 11% em relação a setembro e 23% maior em relação a outubro do ano passado. Segundo agentes, o aumento do preço está fundamentado na oferta limitada e na boa absorção industrial, já que a demanda do mercado *in natura* ainda é considerada abaixo do esperado para o período.

Oferta de tahiti deve aumentar em dezembro

Os preços da lima ácida tahiti atingiram recordes nominais em outubro, chegando a R\$ 106,25/caixa de 27 kg no dia 22, e devem continuar firmes em novembro. A média do mês passado foi de R\$ 79,71/cx, colhida, aumento de 77% em relação a setembro e de 51% ante outubro/14. A previsão é que a oferta aumente com maior intensidade em dezembro. Assim, caso a qualidade das frutas seja satisfatória e os preços no mercado interno recuem muito com o aumento da disponibilidade, produtores podem aumentar os envios ao exterior.



Preço da tahiti é recorde em outubro

Preços médios recebidos por produtores paulistas pela lima ácida tahiti - R\$/cx de 27,2 kg, colhida

Fonte: Cepeca



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

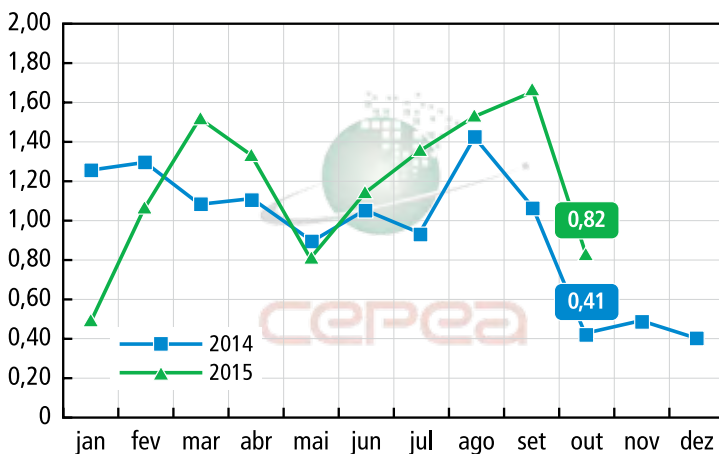


Colheita é iniciada em SP com perspectivas de quebra de safra

A colheita de manga *tommy* começou antecipadamente no início de outubro em Monte Alto/Taquaritinga (SP). Ainda foram poucos os produtores que colheram no mês passado, já que apenas alguns tinham fruta no ponto ideal de colheita. Normalmente, a região começa a ofertar *tommy* no final de outubro. Estima-se que a produtividade média da *tommy* possa cair pela metade nesta safra e o rendimento da *palmer* deve ter quebra em torno de 40%. Esse cenário está atrelado ao clima desfavorável (chuva durante a florada e seca no desenvolvimento dos frutos) na região. Diante disso, a maturação está desuniforme, com incidência de antracnose e queimaduras, o que, por sua vez, pode resultar em oferta escalonada. Já em Valparaíso/Mirandópolis (SP), produtores afirmam que haverá dois picos de oferta da fruta. Para a variedade *palmer*, a colheita deve se concentrar no início de novembro e em janeiro de 2016. Já para a *haden*, espera-se maior oferta no início deste mês e próximo ao Natal, em dezembro. Quanto aos preços, em outubro, a média de venda da *tommy* de Monte Alto foi de R\$ 0,91/kg, já a *palmer* foi comercializada a R\$ 1,71/kg.

Exportações deste ano atingem volume e receita recordes

No acumulado parcial deste ano (de janeiro a outubro), as exportações de manga somam



Preço reduz com aumento na oferta

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



Fonte: Cepea

116,1 mil toneladas e a receita, US\$ 137,4 milhões, volume e montante recordes para esse período, considerando-se a série histórica da Secex. As exportações avançaram com mais força no início deste segundo semestre, quando, além da União Europeia, as mangas também passaram a ser embarcadas aos Estados Unidos. No acumulado deste ano, as exportações da fruta à Europa aumentaram em volume 24% frente ao mesmo período de 2014; aos Estados Unidos, o crescimento é de 44% na mesma comparação. O principal motivo para o incremento dos envios da manga brasileira foi o baixo volume produzido nos países concorrentes do Brasil. As safras do Peru e do Equador foram prejudicadas pelo *El Niño*. Além disso, o México – principal fornecedor de manga aos Estados Unidos, seguido pelo Peru, Equador e Brasil – também não registrou produção elevada neste ano. A menor oferta internacional da fruta, por sua vez, elevou os preços da manga. Neste cenário, produtores do Vale do São Francisco direcionaram grande parte da produção ao exterior, abrindo um “buraco” na oferta doméstica de manga. Como as vendas para os EUA cessam em novembro, há perspectiva de aumento no volume enviado para a Europa e para o mercado interno no final deste ano.

Safras do Norte de Minas e de Livramento se encerram neste mês

Como previsto por produtores, as safras de Jaíba/Janaúba, no Norte de Minas Gerais, e de Livramento de Nossa Senhora, na Bahia, devem ser encerradas em novembro. No geral, o volume produzido nesta temporada foi menor em ambas as praças. No Norte de MG, os pomares foram prejudicados pelo forte calor, mas, ainda assim, a rentabilidade dos produtores foi positiva. Quanto à Livramento de Nossa Senhora, a oferta de *tommy* em 2015 foi menor que o normal, o que elevou os preços da variedade. Além disso, a qualidade da fruta neste ano foi superior à de 2014, apresentando maior calibre, sobretudo devido às chuvas de abril/maio. Desta forma, mangicultores baianos também vão encerrar a safra com rentabilidade positiva.

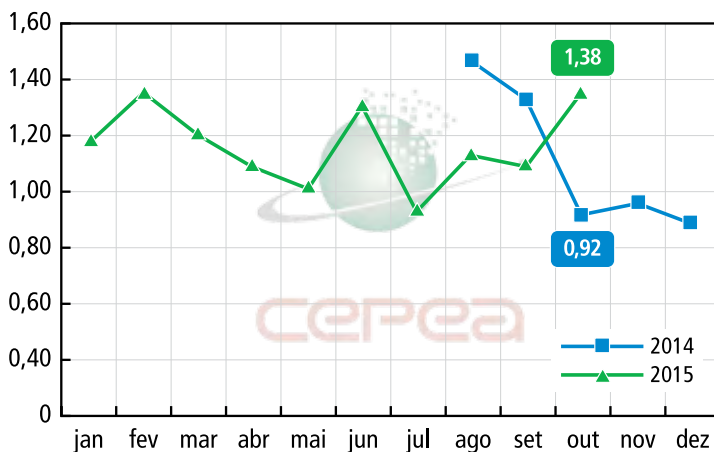
Curta a página da HF Brasil no Facebook!
@revistahortifrutibrasil



Chuvas no Sul devem atrasar safra gaúcha 2015/16

Clima causa perda de mudas transplantadas no RS

As chuvas não deram trégua aos produtores de melancia das regiões gaúchas em outubro. Segundo agentes locais, boa parte das mudas que foi transplantada em Arroio dos Ratos e em Encruzilhada do Sul acabou sendo perdida, devido às intensas precipitações verificadas desde setembro e ao granizo em outubro. Parte dos produtores está fazendo o replantio das áreas danificadas. Outros melancultores destas regiões ainda esperam a redução das chuvas para iniciar o transplântio. Mesmo em Bagé, região em que a atividade é um pouco mais tardia em relação às demais praças gaúchas, já há um pequeno atraso no início do transplântio, que estava previsto para setembro. Desta forma, a expectativa geral é de que a colheita atrase no RS – as poucas lavouras que não foram prejudicadas pelo clima devem começar a ser colhidas em dezembro, um mês depois do normal. Com o atraso e a perda significativa de mudas, somado aos resultados insatisfatórios da safra passada, ao aumento do custo de produção e à dificuldade de acesso a crédito, produtores estimam que a área total com melancia nas regiões gaúchas diminua nesta temporada. Contudo, a proporção ainda é incerta, já que dependerá do clima para efetivar o replantio. Em setembro e outubro, foram registrados respectivamente 185,4 mm e 332,6 mm de chuva em Arroio dos Ratos, conforme a Somar Meteorologia. O volume de precipitação nestes dois meses ficou 94% acima da média histórica para esta praça.



Exportações de melancia seguem elevadas na temporada

As vendas brasileiras de melancia ao mercado externo, principalmente à União Europeia, estão em bom ritmo nesta temporada 2015/16. O Brasil exportou 29,4 mil toneladas da fruta de agosto a outubro de 2015, 105% a mais que no mesmo período do ano passado, segundo dado da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). A receita em dólar, por sua vez, subiu 89% no período, enquanto a arrecadação em Real (convertido pelo dólar médio do período) avançou expressivos 202%. Agentes do Rio Grande do Norte/Ceará, principal polo produtor da fruta para exportação (principalmente melancia sem semente), relataram que a demanda pela melancia brasileira está bastante firme, e a expectativa geral é de que continue bem superior à do ano passado. O fator limitante tem sido o clima seco no Nordeste, que tem impactado na área e na produtividade das lavouras da região. A previsão para a safra 15/16 é de retração de cerca de 10% na área frente à temporada passada. Caso a oferta nacional estivesse maior, certamente o Brasil estaria enviando volume ainda mais elevado de melancia ao mercado internacional.

Oferta paulista deve aumentar este mês

Produtores das regiões paulistas de Itápolis e de Presidente Prudente iniciam a colheita da fruta neste mês. Considerando-se também a oferta da região de Oscar Bressane, a melancia paulista passa a ter a maior participação na oferta nacional em novembro, o que pode limitar alta nos preços ao produtor do estado. Além disso, os custos aumentaram neste ano, pressionando ainda mais a margem do melancultor. Contudo, há focos de antracnose em algumas lavouras, outro fator que limita a alta dos preços. Em outubro, a melancia graúda (>12 kg) foi negociada na média de R\$ 0,42/kg, valor 25% inferior ao de setembro, mas 20% superior à de outubro/14.



Melancia retoma maior patamar do ano

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

Fonte: Cepea

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

**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.



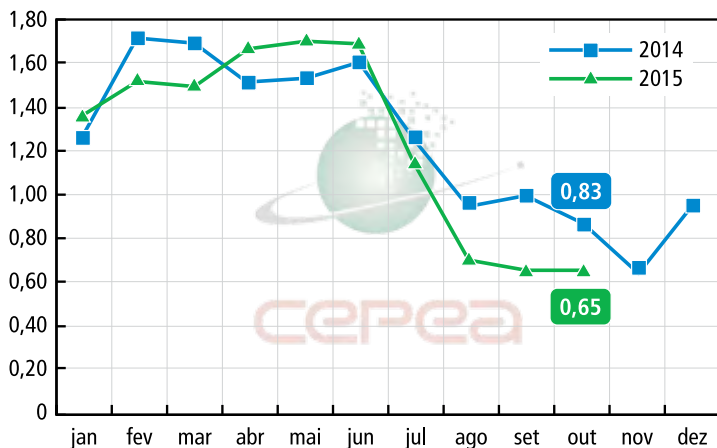
Chuva excessiva no Sul pode prejudicar bananicultura

Produtores de SC estão atentos à sigatoka

As chuvas devem continuar constantes no Sul do País em novembro em decorrência do *El Niño*, conforme estimativas de agências meteorológicas. Produtores do norte de Santa Catarina estão preocupados, pois desde setembro tem chovido acima da média e, caso a intensidade das chuvas continue alta, a colheita deve ser prejudicada, já que o relevo da região é montanhoso. Além disso, há risco de deslizamentos, o que coloca os trabalhadores rurais em perigo em algumas propriedades. Assim, há a possibilidade de perda de parte de bananais. Outra consequência esperada a partir de novembro é um aumento na incidência de *sigatoka* negra. Com a umidade elevada, produtores precisam pulverizar corretamente para que a doença não atinja maiores proporções. Porém, bananicultores não estão conseguindo cumprir o calendário de pulverizações por conta das chuvas, que lixiviam os defensivos. Os efeitos do *El Niño* também anteciparam a colheita de alguns cachos, tendo em vista que o inverno foi menos rigoroso e a maturação, mais rápida. Com isso, a oferta, que esteve elevada até o início de outubro, deve ser mais restrita até dezembro, impulsionando as cotações.

Falta de água pressiona rentabilidade do norte de MG

A irrigação dos bananais do norte de Minas Gerais tem sido prejudicada. Com a falta de chuvas



na região, causada pelo *El Niño*, existem projetos de irrigação com até 60% de racionamento, segundo informaram produtores mineiros. Além da falta de água, as altas temperaturas têm feito com que a fruta amadureça antes de atingir o tamanho e calibre ideais. Assim, a planta produz menos fruta de primeira qualidade, refletindo negativamente nos ganhos dos produtores da região. De janeiro a outubro, a banana prata foi vendida a R\$ 1,26/kg no norte mineiro, valor 5% inferior frente ao mesmo período de 2014. Além dos preços mais baixos, os custos aumentaram 55% na praça na mesma comparação, sobretudo por conta da alta na energia elétrica, usada para bombear a água dos reservatórios. Com isso, a rentabilidade unitária até outubro está menor do que no ano passado, desestimulando grandes investimentos na cultura.

Exportações ao Mercosul superam as de 2014

Ao contrário das exportações de banana à Europa, que têm recuado em 2015 frente ao ano passado, os envios ao Mercosul têm crescido. De janeiro a outubro, o Brasil exportou 52 mil toneladas de banana ao Mercosul, volume 20,4% superior ao do mesmo período de 2014, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). O total arrecadado neste período foi de US\$ 13,6 milhões (FOB), valor 9,6% inferior na mesma comparação. Apesar dos menores ganhos em dólar, no período os ganhos em Real foram maiores. Isso aconteceu pela desvalorização da moeda brasileira em relação à norte-americana. Na parcial de 2015, os ganhos dos exportadores brasileiros em Real superaram em 3% os do mesmo período do ano passado, somando R\$ 67 milhões. O aumento mais expressivo nos envios aos países vizinhos foi durante o inverno. Isso ocorreu por conta da elevada oferta de nanica no norte de Santa Catarina, que pressionou as cotações, tornando a fruta brasileira mais competitiva no mercado internacional. De junho a setembro deste ano, o Brasil exportou 28% mais banana do que em mesmo período no ano passado, totalizando 22,4 mil toneladas exportadas nestes meses.

Preço da prata fica mais baixo que o de 2014

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

Fonte: Cepea





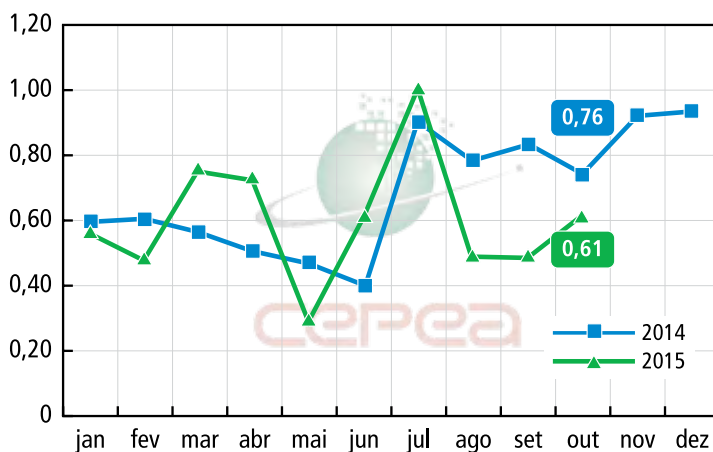
Falta de água limita produção no ES e no Sul da BA

Oferta deve diminuir em novembro

A oferta de mamão deve diminuir nas regiões do Espírito Santo e do Sul da Bahia entre novembro e janeiro. O principal fator é a limitação da irrigação nestas praças por conta da crise hídrica. O clima quente e seco causa estresse na planta, provocando o abortamento de flores e, como consequência, redução na produção de frutos nos meses seguintes. Além disso, com a menor disponibilidade de água para o mamoeiro, a maioria dos frutos tem tamanho pequeno. Em setembro e outubro, o volume de chuva acumulado na cidade de Teixeira de Freitas (BA) foi de 63,6 mm, volume 47% abaixo do normal para esses meses, segundo dados da Somar Meteorologia. A cidade de Pinheiros (ES), por sua vez, registrou 31 mm de chuva, volume 75% menor para o mesmo período comparativo. No estado capixaba, o cenário é de alerta em relação à crise hídrica. Em Pinheiros, uma das cidades em estado crítico, tem havido racionamento para irrigação e até mesmo lacração de bombas. As medidas de corte de água podem seguir em novembro caso não ocorra chuva suficiente para aumentar os níveis de água dos reservatórios. Segundo o Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet), a previsão é de chuvas abaixo do normal para o trimestre de novembro/15 a janeiro/16.

Formosa ganha espaço no mercado externo

O mercado externo está demandando cada vez mais mamão formosa em detrimento do havaí,



Menor oferta valoriza mamão formosa no ES

Preços médios recebidos por produtores pelo mamão formosa, em R\$/kg (exceto RN)

Fonte: Cepepa

que, até cerca de cinco anos atrás, ainda era o mais exportado. Porém, a oferta de formosa com qualidade para exportação esteve reduzida nos últimos meses. Isso porque, desde o início do ano, o custo de produção tem aumentado devido, principalmente, à tarifa de energia elétrica mais cara, bem como dos insumos, com a valorização do dólar. Com isso, produtores não renovaram as áreas de mamão formosa no primeiro semestre, levando à diminuição da oferta da fruta no segundo semestre. De acordo com exportadores, essa situação tem impactado negativamente na comercialização, pois a demanda externa tem sido maior que a oferta, o que limita o atendimento de todos os pedidos. Mesmo assim, os envios continuam aquecidos. De janeiro a outubro, o volume exportado foi de 32,6 mil toneladas de mamão, volume 18% superior ao do mesmo período no ano passado, de acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). A receita em dólar foi de US\$ 36,2 milhões em outubro, 8% inferior/superior na mesma comparação. Com a redução na oferta de frutas de época no Hemisfério Norte, a demanda pelo mamão brasileiro deve ser maior nos próximos meses. Mas o aumento das exportações dependerá, sobretudo, da produção de mamão com qualidade no País, que tende a ser menor até dezembro.

Qualidade pode limitar valorização nos próximos meses

Em novembro, as altas temperaturas e o tempo seco podem continuar causando redução na oferta de mamão no País. Com isso, as cotações da fruta podem aumentar neste mês, mas não aos níveis esperados. Com a maturação acelerada, a fruta tem ficado com tamanho aquém do ideal, dificultando as negociações. Além disso, o clima quente e seco tem aumentado a incidência de mancha fisiológica nas regiões produtoras. Outra consequência é o aparecimento de ácaro rajado no mamoeiro. Assim, produtores devem ficar atentos aos tratamentos culturais para que a produção não seja severamente prejudicada nos próximos meses a ponto de limitar a rentabilidade unitária anual, que seguiu positiva até outubro.



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



Oferta deve ser menor no final do ano

Chuvas prejudicam produção de safra industrial

As chuvas acima da média desde setembro no Rio Grande do Sul vêm causando prejuízos para a safra 2015/16 de uva industrial. Embora a colheita comece apenas em janeiro de 2016, com finalização prevista para março, o setor já prevê redução da produtividade em relação à temporada anterior. Além do excesso de chuva, o granizo na primeira quinzena de outubro ocasionou danos às parreiras e à florada, resultando em diminuição da taxa de fecundação das flores. Vale lembrar que, na safra 2014/15 cerca de 700 mil toneladas de uva foram produzidas numa área de 37 mil hectares, segundo o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin). Quanto ao mercado de vinhos, a forte valorização do dólar frente ao Real neste ano tende a reduzir as importações do produto e, por sua vez, a favorecer o vinho nacional em 2016. Representantes de indústrias, inclusive, não devem requerer, no próximo ano, os típicos leilões governamentais, que ajudam no escoamento da produção.

Natal pode ter baixa oferta e preços altos

Viticultores do Vale do São Francisco, Norte do Paraná e Marialva (PR) preveem redução na oferta de uvas entre dezembro e janeiro, período quando a demanda costuma ser aquecida. No Nordeste, em função dos riscos da crise hídrica, produtores concentraram as podas em meados

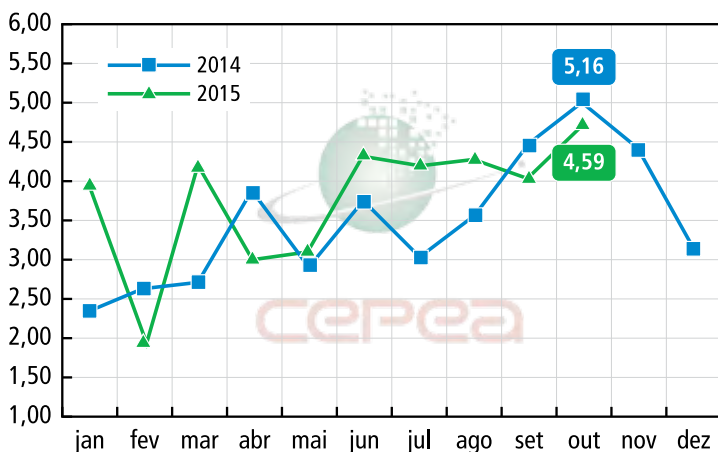
de junho, ocasionando maior oferta em setembro e redução nos meses posteriores. Já no Sul do País, foi o excesso de chuvas que prejudicou a florada. Nesse cenário, colaboradores esperam valorização da uva durante as festas de fim de ano, o que, por sua vez, pode limitar a demanda, ainda levando-se em conta a atual situação econômica do País.

Racionamento de água é adiado no Vale

De acordo com o Distrito de Irrigação Nilo Coelho (DINC), o racionamento de água na região do Vale do São Francisco foi adiado de outubro para 30 de novembro. A possibilidade de racionamento preocupava os viticultores, que poderiam ter a produção das próximas safras prejudicadas. O adiamento possibilitará a manutenção dos níveis toleráveis para captação de água no lago do Sobradinho para a safra de final de ano.

Valorização do dólar aquece exportações em 2015

As exportações brasileiras de uva de janeiro a outubro foram 21% superiores em volume frente ao mesmo período de 2014, totalizando pouco mais de 24,2 mil toneladas, de acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Em receita, exportadores brasileiros receberam US\$ 50,9 milhões no período, aumento de 9% frente 2014 – em Reais, o montante atingiu pouco menos de R\$ 194 milhões, com o câmbio de 6 de novembro, segundo dados do Banco Central. Esse resultado está atrelado à forte valorização do dólar frente ao Real no correr deste ano e também à fraca demanda nacional. Além disso, a procura externa pela fruta brasileira também está aquecida, estimulando ainda mais os embarques. Para os próximos meses, a expectativa é que as exportações sigam firmes, já que a antecipação da safra da Califórnia (EUA) pode aumentar a janela de atuação dos vendedores brasileiros no mercado norte-americano.



Final de safra em SP e MG valorizam niagara em outubro

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



Fonte: Cepeca

Curta a página da HF Brasil no Facebook!
@revistahortifrutibrasil



Knowledge grows

Qualidade total

O Programa Nutricional Yara foi desenvolvido para atender todas as necessidades nutricionais da Fruticultura, melhorando a produção e proporcionando maior qualidade do fruto, com mais resistência. É vida prolongada ao seu fruto.



YaraLiva®

Para saber mais, acesse: www.yarabrasil.com.br



Setor pode ter quebra de safra em 2016

Chuvas fortes e granizo prejudicam nova temporada

Produtores seguem preocupados com os resultados das fortes chuvas, inclusive de granizo, que atingiram a região Sul nos últimos meses. Porém, ainda não há dados detalhados sobre os prejuízos, que devem ser levantados agora em novembro. Entre os problemas já relatados, estão que a polinização estava sendo prejudicada em outubro e houve o abortamento de flores em alguns pomares, o que poderá resultar em quebra da nova temporada. Além disso, as precipitações também comprometem a realização de tratamentos culturais. Isso porque maleicultores que optaram pela aplicação de defensivos em outubro, acabaram tendo que re-aplicar o produto, resultando em maiores custos de produção. Além disso, com as pulverizações prejudicadas, há maior risco da incidência de doenças.

Estoques de gala chegam ao fim

No início de novembro, deverão acabar os estoques da maçã gala. A baixa oferta e a boa procura pela variedade resultaram em um incremento nos preços. As cotações da gala Cat 1, calibre 110, aumentaram 13,8% em outubro frente a setembro na média das principais regiões. Já a fuji, deverá ganhar destaque até o final do ano. Assim, todo o volume da safra 2014/15 das duas variedades deverá ser comercializado antes do início da colheita de gala e fuji da temporada 2015/16. Já a colheita das variedades precoces do Sul, sobretudo da eva,

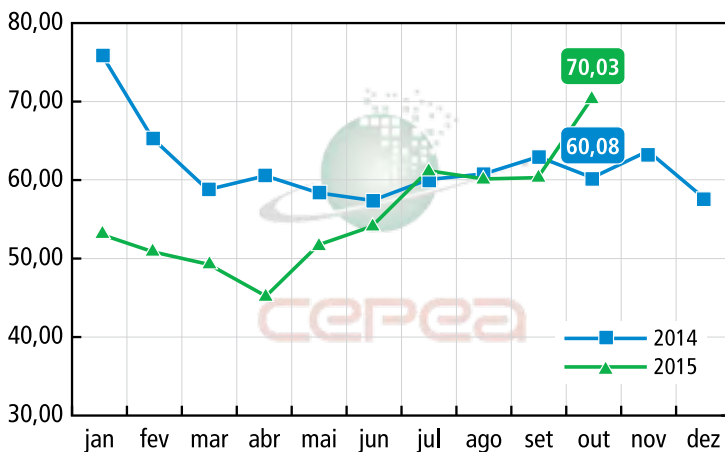
deve se iniciar na primeira quinzena de dezembro, com menor volume em relação ao ano passado, em função das adversidades climáticas.

Exportações de suco aumentam pela primeira vez em 3 anos

Os embarques brasileiros de suco de maçã na parcial deste ano (até outubro) superaram em 10% os de mesmo período de 2014, totalizando 16,5 mil toneladas, de acordo com a Secex. Estados Unidos, Japão e África do Sul representam, respectivamente, os principais destinos. Desde 2012, as exportações de suco vinham se retraindo, mas, neste ano, os envios estão maiores. Esse cenário positivo ocorre mesmo com a queda nos envios para a União Europeia (UE), que foram 86% menores entre janeiro e outubro deste ano em relação ao mesmo período de 2014. Dentre os principais fatores para essa redução estão o embargo russo e a concorrência da China, a principal fornecedora desse suco ao mercado internacional. Com os estoques elevados de maçã na Europa (devido ao embargo russo), a produção europeia de sucos aumentou, refletindo em menor volume importado do Brasil.

Possibilidade de importar maçã chinesa preocupa

O Brasil pode fechar um acordo fitossanitário com a China para a importação de maçãs, cenário que traz apreensão aos produtores brasileiros. No início de outubro, agentes do setor de maçã participaram de uma audiência pública com representantes da Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural, da Câmara dos Deputados, para discutir o assunto. Além da maior concorrência com a fruta nacional, maleicultores temem que a entrada da fruta chinesa possa trazer pragas que não ocorrem no território brasileiro. Maior produtor mundial de maçãs, a China responde por metade da oferta global da fruta. Até o fechamento desta edição, no início de novembro, não haviam sido divulgadas novas informações sobre o possível fechamento do acordo.



Preço da gala sobe com baixo estoque e boa procura

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

Fonte: Cepea



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



 **SERENADE**



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 pessoas de idade.

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



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.

ATENÇÃO

Este produto é destinado à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Use a aplicação somente em condições favoráveis ao controle das pragas e doenças. Nunca permita a utilização deste produto por terceiros.


CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRONÔMICO.



Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Incluir 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](https://www.facebook.com/BASF.AgroBrasil)

www.agro.basf.com.br

150 anos

 **BASF**

We create chemistry



Liderança
não nasce,
se constrói.

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES



Mala Direta Postal
Básica
0000/2012 - DR/XXXXY
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 studio

A **Topseed Premium** conhece a nossa terra e, por isso, é líder na comercialização de sementes de cebolas híbridas no Brasil.

A experiência da nossa equipe técnica aliada às estações experimentais espalhadas pelo país, nos permite levar ao campo variedades de alta tecnologia adaptadas para diferentes regiões.

O clima você não controla, mas suas decisões sim. Não arrisque, semeie cebolas **Topseed Premium**, líder em confiança.



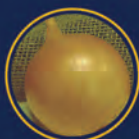
Andrômeda F1



Aquarius F1



Buccaneer F1



Fernanda F1



Lucinda F1



Optima F1



Perfecta F1



Predileta F1



Serena F1



Sírius F1



Soberana F1



ASSISTA AO NOVO
VÍDEO INSTITUCIONAL
DA AGRISTAR.

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

www.AGRISTAR.com.br

Tel.: 24 2222-9000

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