

Hortifrutti

Dă pro exportar
mai?

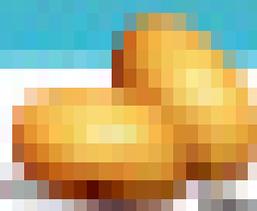
Comenzile către țara

FRANȚA SAU ITALIA?

Prețurile scăzute

FRANȚA SAU ITALIA, ÎNTR-UN MOMENT

ÎN MOMENTUL CELUI CEL MAI



INDUSTRIA BATATA

INDUSTRIA BATATA - ÎNTR-UN MOMENT ÎN MOMENTUL CELUI CEL MAI

Perdagangan Internasional Perdagangan dan Jasa yang diperdagangkan





Aline Vitti, Cinthia A. Vicentini e Renata E. Gaiotto Sebastiani*

Dá pra exportar **MAIS?**

Produtores, exportadores dizem sim...enquanto consultores e importadores acham que os brasileiros deveriam primeiro concentrar-se na qualidade e em melhorias gerencial e comercial do que ampliar área de plantio. Diante dessa contradição, a **Hortifruti Brasil** resolveu investigar a fundo o assunto. Durante o mês de setembro, foi realizada pesquisa, incluindo entrevista com cerca de 30 leitores da revista, entre eles agentes exportadores e produtores dos principais pólos do setor frutícola (banana, laranja, limão, mamão, manga, melão e uva) destinado à exportação. O objetivo foi apurar o aumento no volume direcionado ao mercado internacional e qual será sua reação nos próximos anos perante a oferta dessas frutas.

Através de entrevistas, dados estatísticos nacionais e internacionais, podemos concluir que a área está aumentando e, em 2005, poderemos chegar a um volume de um milhão de toneladas exportadas anualmente - caso os investimentos em área e infra-estrutura visando à exportação mantenham-se no mesmo ritmo de 2003. Resta-nos saber se esse mercado conseguirá absorver toda a produção sem alteração de preços, ou se o mercado interno receberá o volume sem a ocorrência de uma abrupta desvalorização nas negociações brasileiras.

Diante dessas incertezas, foram apurados com os participantes da pesquisa quais seriam as possíveis alternativas para o escoamento dos produtos. Fatores como a conquista de novos países consumidores é uma questão que vem sendo estudada há algum tempo. Além disso, uma política de incentivo ao consumo nacional e o marketing no exterior seriam alternativas extras para a absorção do volume produzido nas novas áreas implantadas, principalmente em 2002 e 2003. Essas dicas deverão

ser aplicadas brevemente, na tentativa de solucionar uma possível saturação do mercado internacional com frutas brasileiras.

Ficou claro, na nossa pesquisa, que uma maior oferta ao mercado externo poderá pressionar os preços, mas os investimentos na qualidade do produto e na profissionalização comercial podem manter vantajoso esse canal de comercialização, mesmo que a margem de lucro por unidade seja menor. A conclusão é que produtores e exportadores não podem somente concentrar seus esforços em aumento de área, porque os preços internacionais tendem a se desvalorizar com uma maior oferta.

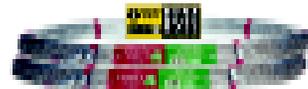
Outro lado da moeda é a visão internacional do comércio de frutas brasileiras lá fora. Sem dúvida, o Brasil goza de uma imagem "simpática" e isso facilita muito nossa inserção em qualquer mercado, conforme tem-se visto com as recentes conquistas que temos feito no mercado de frutas. Mas, segundo o consultor nessa área Thorsten Warnke, há muita coisa ainda a melhorar. Thorsten, em entrevista para **Hortifruti Brasil**, alerta que, urgentemente o setor precisa melhorar seu planejamento sobre embarques e coordenar as vendas para não causar excessos de frutas lá fora. Sem isso, enfatiza, o comércio de frutas brasileiras no exterior pode vir a se inviabilizar, principalmente se pensarmos numa desvalorização do Euro.

Talvez esta edição gere mais dúvidas que certezas sobre o cenário futuro exportador brasileiro. Mas, o papel da **Hortifruti Brasil**, além de informar, é servir de espaço para um fórum de discussão dos principais temas do setor hortifrutícola.

*Aline, Cinthia e Renata foram as organizadoras do estudo sobre os impactos na rentabilidade do produtor com um aumento na oferta de frutas para o mercado externo.

Frutifio

Produtividade lá em cima



Frutifio é o sistema ideal para a produtividade principalmente viçosa, à base de fertilizantes e tecnologia. Pode ser utilizado também em plantações com terra mais fértil de café. É indicado à terra com camada de terra e que tem o Frutifio através resistente e de grande durabilidade. Frutifio é indicado à pastagem, a terra mais

Associação de Qualidade



0800-313100

www.hortifruti.com.br

EXPEDIENTE

A **Hortifruti Brasil** é uma publicação do CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - USP/ESALQ

Editor Científico:

Geraldo Sant' Ana de Camargo Barros

Editora Executiva:

Margarete Boteon

Editora Econômica:

Mirian Rumenos Piedade Bacchi

Editora Assistente:

Carolina Dalla Costa

Diretor Financeiro:

Sergio De Zen

Jornalista Responsável:

Ana Paula da Silva - MTB: 27368

Revisão:

Ana Júlia Vidal

Equipe Técnica:

Aline Vitti, Aline Barrozo Ferro, Ana Júlia Vidal, Carolina Dalla Costa, Cinthia A. Vicentini, Eveline Zerio, Ilonka M. Eijsink, Isis N. Sardella, João Paulo B. Deleo, Marina L. Mathiesen, Margarete Boteon, Mauro Osaki, Rafaela Cristina da Silva, Renata E. Gaiotto Sebastiani, Renata B. Lacombe e Thiago L. D. S. Barros.

Apoio:

FEALQ

Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

Diagramação Eletrônica/Arte:

Thiago Luiz Dias Siqueira Barros

Fotolitos:

Nautilus Estúdio Gráfico

Fone: (19)3422-4220

nautilus@merconet.com.br

Impressão:

MPC Artes Gráficas

Fone: (19)3451-5600

mpe@mpcgrafica.com.br

Tiragem:

8.000 exemplares

Contato:

C.Postal 132 - 13400-970 Piracicaba, SP

Tel: 19 3429-8809

Fax: 19 3429-8829

hfrbrasil@esalq.usp.br

<http://cepea.esalq.usp.br>

A revista **Hortifruti Brasil** pertence ao Cepea - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - USP/Esalq. A reprodução de matérias publicadas pela revista é permitida desde que citados os nomes dos autores, a fonte Hortifruti Brasil/ Cepea e a devida data de publicação.

ÍNDICE

Capa 12 Há espaço para exportar mais?

Produtores investem pesado em ampliação de área e em infraestrutura visando o mercado externo. Neste ritmo, o Brasil poderá disponibilizar um milhão de toneladas para o mercado internacional. A Hortifruti Brasil pesquisou se há demanda para todo esse volume.



Especial Batata 6

Mudanças no mapa da bataticultura nacional

Com a reestruturação da cadeia, novas regiões produtoras surgem no país.



Fórum de Idéias 19

Dá pra exportar mais?

Consultores advertem: "PAREM DE PLANTAR"

Produtores acreditam: "DEMANDA INTERNACIONAL É MAIOR QUE A OFERTA"
Leia a opinião desses agentes no Fórum de Idéias.

Seções

Seção Cartas 4

Batata
Outubro no vermelho 10

Tomate
Tomate bom deve ser pouco 16

Cebola
Nordeste de olho no mercado 17

Melão
Pico de safra aquece exportações 18

Mamão
Primavera acelera produção 22

Banana
Oferta desencontrada 23

Manga
Calor atrasa safra paulista 24

Uva
Intensifica a colheita no Nordeste 25

Citros
Calor e seca inibem florada 26

ENTENDA OS NOSSOS ÍCONES:

Para facilitar cada vez mais a sua compreensão das nossas análises, a Hortifruti Brasil desenvolveu ícones que ilustram os textos.

INDICADORES DE PREÇO :



Preço em alta



Preço em baixa

INDICADORES DE VOLUME : (OFERTA/PRODUÇÃO)



Volume em alta



Volume em baixa

INDICADORES DE DÓLAR:



Dólar em alta



Dólar em baixa

INDICADORES DE EXPORTAÇÃO:



Exportação em alta



Exportação em baixa

INDICADORES DE CLIMA:



Chuva



Sol



Frio



Estiagem

Cartas

Agradecemos o recebimento da Hortifruti Brasil. Temos certeza de que as informações nela contidas são muito válidas. Aproveitamos ainda para informar-lhes que a publicação faz parte de nosso acervo documental agrícola, contribuindo assim para a Memória Agrícola Nacional.

Luiza Fernandes

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA - Brasília/DF Coordenação Geral de Informação Documental Agrícola - CENAGRI



Escreva pra gente!
hfbrasil@esalq.usp.br
Hortifruti Brasil
CP 132 CEP 13400-970
Piracicaba/SP

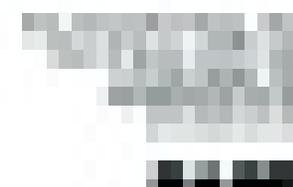
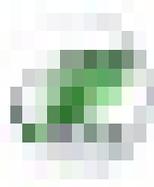
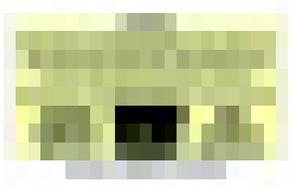


É BASF

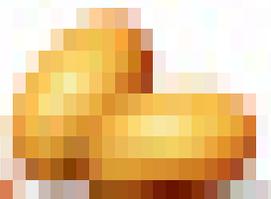


Uma tecnologia de ponta, desenvolvida por cientistas da BASF, possibilita a produção de alimentos mais saudáveis e sustentáveis. Através da utilização de técnicas avançadas de cultivo, é possível obter frutas com maior teor de nutrientes e menor uso de pesticidas. Isso contribui para a saúde do consumidor e a preservação do meio ambiente.

Conheça mais sobre a tecnologia BASF e como ela pode transformar a agricultura.



BATATA



Com a reestruturação da cadeia, surgem novas regiões produtoras

Por Eveline Zerio e
João Paulo Deleo

No Brasil, a produção de batata já foi considerada uma cultura de pequenos produtores, que utilizava principalmente a mão-de-obra familiar, sobretudo no sul de Minas Gerais, maior produtor do país. Somando-se a produção dessa região mais a de outros tradicionais estados produtores, como São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul, têm-se 90% da produção nacional, segundo dados do IBGE.

No entanto, o que se observa na cadeia agroindustrial da batata é uma grande mudança em relação ao mapa da produção nos últimos anos. Essa alteração foi possibilitada pelos avanços promo-

guns grupos plantem áreas próximas a mil hectares por safra. **Mas, o que torna esses estados tão promissores?** A disponibilidade de capital, de informação e assistência técnica. As cultivares também são melhores adaptadas e as condições de solo, clima, topografia são excepcionais. Há de se considerar ainda a proximidade dos dois estados de centros consumidores não produtores, como o Nordeste e o Centro-Oeste brasileiros. Em média, os produtores goianos e baianos conseguem uma produtividade de até 40 toneladas/ha.

Em Minas Gerais, as fronteiras da produção de batata passaram do sul do estado. As regiões do Triângulo Mineiro e Alto do Paranaíba apresentam as mesmas condições produtivas e mercadológicas da Bahia e de Goiás, mas com estrutura fundiária composta também por médios e pequenos produtores.

A região paulista de Vargem Grande do Sul, uma das principais do estado, não fica pra trás em termos de tecnologia, produtividade e comercialização do tubérculo – aprimoradas, inclusive, nos últimos anos. Por outro lado, os bataticultores do sudoeste paulista estão deslocando parte da produção para o Alto Paranaíba e Triângulo Mineiro, em busca de melhores produtividade, condições climáticas e tecnológicas.

Já as regiões produtoras do Rio Grande do Sul ainda são dificilmente compreendidas em termos de produção de batata. Apesar da grande área cultivada, o estado apresenta um sistema de produção precário, com restrição financeira, o que torna difícil uma avaliação mais completa. Os demais estados do sul do país apresentam como diferencial a comercialização.

No Paraná, o principal destino da batata é o mercado industrial e a comercialização do produto *in natura* ocorre somente no primeiro semestre. Em Santa Catarina, a produção é principalmente voltada ao mercado de semente. Entretanto, nos últimos anos, o cultivo de batata para o consumo *in natura* vem crescendo no estado, tomando parte da área destinada à produção de semente. Mesmo assim, a batata catarinense ainda é comercializada so-

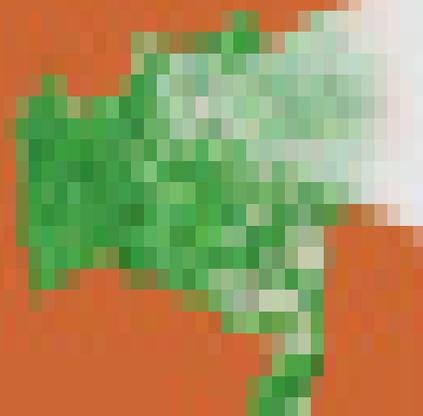
Muda o mapa da bataticultura nacional

Novas regiões com alta tecnologia:



GOIÁS (GO)

Brasília/Cristalina



BAHIA (BA)

Chapada Diamantina

O que faz essas áreas serem tão promissoras?

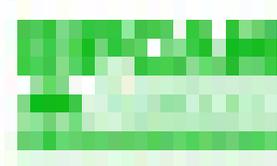
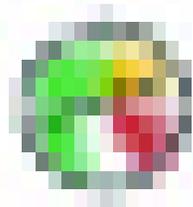
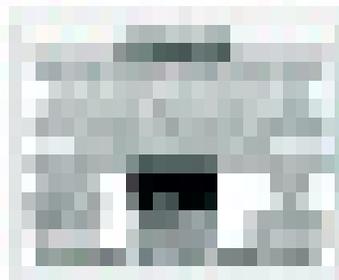
- Mecanização/irrigação
- Condições excelentes de solo/clima/topografia
- Elevada produtividade
- Disponibilidade de capital
- Propriedades de grande porte
- Proximidade de pólos consumidores não produtores
- Assistência técnica

vidos pela tecnologia e implementação de novas variedades, bem como pela mudança fundiária e de gerenciamento das propriedades. Novas regiões produtoras surgiram e, para que se possa compreender a real situação dessa cadeia, é importante avaliá-las.

No **novo mapa produtivo**, destacam-se os estados de Goiás e da Bahia, onde grandes produtores se firmaram e já influenciaram tanto a oferta nacional quanto o comportamento dos preços. Estima-se que al-

Proteção e produtividade com um único

Alto desempenho?
Use Dantona®!



Tradicionais regiões com áreas em retração:

Rio Grande do Sul (RS)

*“No sul de Minas,
maior região
produtora de
batata, a área
plantada também
tem diminuído.”*

Santa Catarina (SC)

mente no mercado local. Mesmo com a nova estruturação, o topo no ranking produtivo ainda pertence ao sul de Minas Gerais. Essa região, marcada principalmente por pequenos produtores, com nível tecnológico inferior, alcança uma produtividade média de 20 toneladas/ha, volume 50% menor que o estimado nos estados de Goiás e da Bahia.

Baixa tecnologia, pequena escala produtiva, variedades pouco comerciais e de baixa qualidade inviabilizam o bataticultor a expandir suas vendas para outros estados

O que acontecerá no sul de Minas? Essa região pode “perder o reinado, mas não a majestade”. As condições climáticas locais favorecem a produção da batata o ano todo, inclusive durante a safra das águas, quando a região se destaca como a principal abastecedora do mercado interno. Entretanto, mesmo com esse potencial, a rentabilidade do produtor não aumenta, dada a pouca união dos agricultores e a falta de qualidade e produtividade na região – elementos fundamentais para melhorar as condições produtivas e comerciais no sul de Minas. Numa avaliação geral, entende-se, então, que o sul de Minas Gerais e o sudoeste

Esse tradicional estado produtor de sementes está perdendo espaço para outras regiões e para o plantio do mini-tubérculo pelos grandes grupos

paulista não estão mais sozinhos como formadores de preços, uma vez que a estrutura fundiária está mudando, se concentrando também nas mãos de médios e grandes produtores de outras regiões.

O aumento da oferta pode explicar a desvalorização do produto neste ano? Em parte, sim. O aumento da oferta está relacionado ao crescimento da produtividade das fazendas de médio e grande porte. Além disso, o plantio da variedade agata, mais produtiva que as demais ba-

tatas comuns, também contribuiu para a elevação da oferta. Outro fator que derrubou os preços foi a queda do poder aquisitivo dos consumidores, que favoreceu a retração das vendas e implicou numa menor renda para os produtores.

Como sair da crise? Talvez repensando os fatores que levaram à desvalorização do produto, como o plantio da agata, por exemplo. Inicialmente, o cultivo dessa variedade parecia ser a grande fórmula para intensificar o lucro dos bataticultores. Entretanto, a grande produção saturou o mercado e trouxe uma variedade de baixa qualidade para a culinária, apesar de suas boas características visuais.

O ganho de escala dos grandes produtores não deve ser o grande problema para o pequeno. Os grandes produtores direcionam suas produções para diferentes mercados e, assim, conseguem melhores remunerações. Os pequenos e médios produtores devem abandonar a idéia de competição entre si e entender que podem alcançar os mesmos benefícios através da união.

E o consumidor, como fazê-lo adquirir mais batata em tempo de dinheiro curto? Em primeiro lugar, é importante deixar claro que existem inúmeras variedades de batata, uma para cada tipo de culinária - do cozimento à fritura. **A conta do lucro é simples:** com uma maior diversificação de cultivares não haverá concentração de oferta de nenhuma variedade, reduzindo, assim, os excessos. Além disso, é importante deixar claro aos consumidores que a batata é saudável, livre de contaminações de alto risco (como mercúrio). Realizar as práticas de manejo integrado também é uma boa alternativa. Todas essas medidas evidenciarão a qualidade do produto.

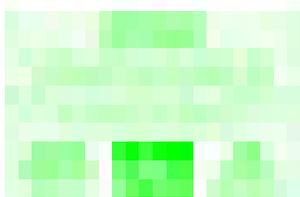
Faltam alternativas? Não. Existem várias. A agroindústria, por exemplo. Qualquer país que produz batata em elevada escala destina a maior parte da produção ao setor industrial. **Somos diferentes?** Não. Os bataticultores talvez ainda não entenderam que o mercado consumidor quer conveniência, facilidade e praticidade. Além disso, internamente, o “menu” da batata é muito reduzido - há quem acredite que o consumidor quer apenas batata cozida ou frita...

Cabe apenas aos produtores buscar novos mercados, melhorar a produção, inserir uma marca e exigir melhores preços. Tudo bem, é fácil falar e difícil fazer, mas esteja atento! Alguns produtores podem já estar tomando todas essas medidas.

How to make business a more visible and successful part of your business strategy

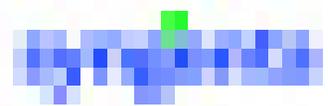


Business strategy is the key to success in any market. It's the plan that guides your company's actions and helps you stay focused on your goals. But how do you make sure your business strategy is visible and successful? Here are some tips to help you get started.



© 2018 Business Strategy Institute

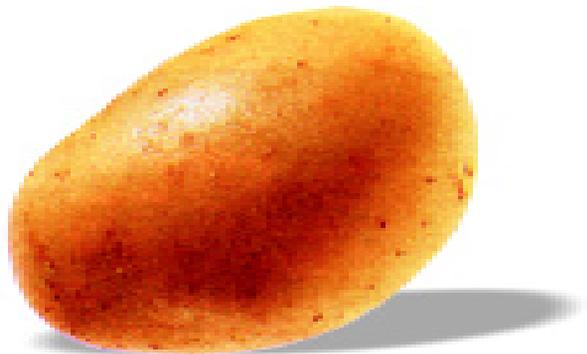
Business strategy is the key to success in any market. It's the plan that guides your company's actions and helps you stay focused on your goals. But how do you make sure your business strategy is visible and successful? Here are some tips to help you get started.



© 2018 Business Strategy Institute

Por Eveline Zerio e
João Paulo Deleo

Outubro no vermelho



Oferta deve continuar intensa, normalizando-se apenas em novembro



Colheita segue acelerada

Em outubro, grande parte das regiões produtoras de batata continuam ofertando o produto em larga escala no mercado. O estado de Minas Gerais, por exemplo, tende a intensificar a colheita do produto, sobretudo na região do Alto do Paranaíba (MG). A safra das secas, iniciada em meados de setembro, atinge seu pico na segunda quinzena de outubro. Segundo agentes locais, na maioria das lavouras, está sendo observada o cultivo especialmente da agata e monalisa. Entretanto, alguns grupos de bataticultores diversificaram o plantio, afim de melhores remunerações. Assim, as variedades César, Cupido e Asterix também estão sendo cultivadas na região. O sul do estado permanece no mesmo

ritmo de setembro. Grande parte das roças disponibiliza o tubérculo, mas a oferta intensa se dará apenas nos meses de novembro, dezembro e janeiro, ou seja, na safra das águas. Em São Paulo, Vargem Grande do Sul continua forte no mercado. De acordo com agentes do setor, estima-se que até o final de setembro, cerca de 70% da área tenha sido colhida e comercializada na região. Desta forma, a tendência é que safra seja finalizada no final de outubro. Por outro lado, as regiões de Brasília e Cristalina se aproximam da fase final de colheita. De acordo com as estimativas locais, em torno de 80% da área foi colhida no final de setembro e, os trabalhos de campo devem se estenderem até a segunda quinzena de outubro, aproximadamente. Entretanto, o ritmo da colheita nessa última região será bastante calmo.

a colheita do tubérculo já no final de outubro. Contudo, o volume deve ser baixo, não devendo ultrapassar a 5% do total cultivado no Paraná. O estado, em geral, encontra-se no final da fase de plantio. Inicialmente, estimava-se que a área destinada ao cultivo registrasse um significativo aumento em relação ao ano passado. Contudo, essa projeção foi frustrada, segundo agentes do setor, em função do clima local. Sucessivas chuvas e temperaturas muito baixas foram registradas no estado no decorrer de setembro, fatores que deixaram os produtores retraídos no momento do plantio, a fim de evitar possíveis prejuízos.

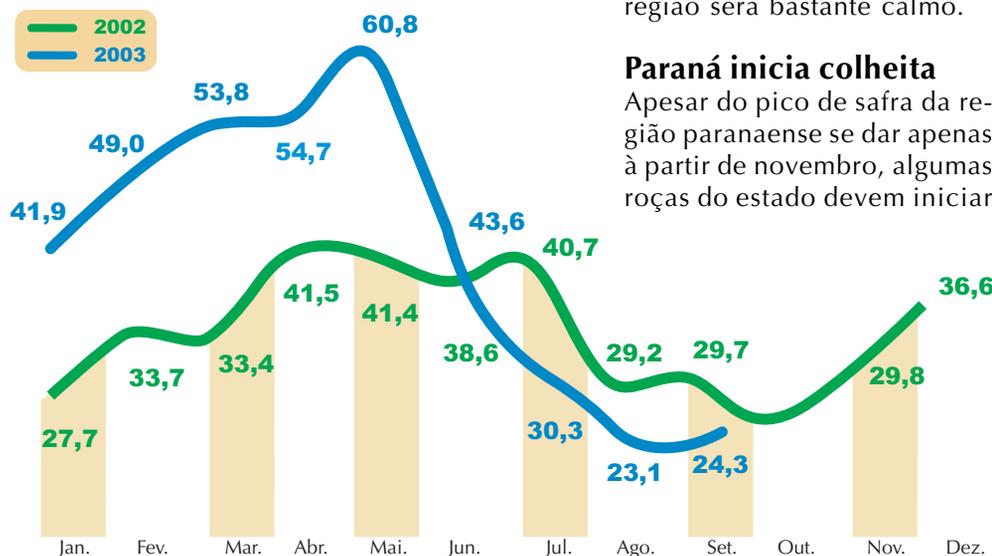


Sudoeste paulista volta em período amargo

Alguns bataticultores da região paulista voltaram a ofertar o tubérculo no final de setembro, sobretudo os localizados no município de Tatuí. Contudo, a safra é temporária e pouco volume foi observado na praça. Já Itapetininga, maior município produtor do sudoeste, deverá iniciar a colheita em meados de outubro, mas também com volume pouco expressivo. Os preços baixos recebidos pelo tubérculo no decorrer da safra de inverno, desmotivaram muitos produtores do sudoeste paulista, os quais preferiram não plantar o produto nessa atual safrinha. Assim, acredita-se que a região entrará mais forte no mercado, em novembro e dezembro.

Paraná inicia colheita

Apesar do pico de safra da região paranaense se dar apenas a partir de novembro, algumas roças do estado devem iniciar



Preços continuam baixos em Setembro

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

Fonte: Cepea

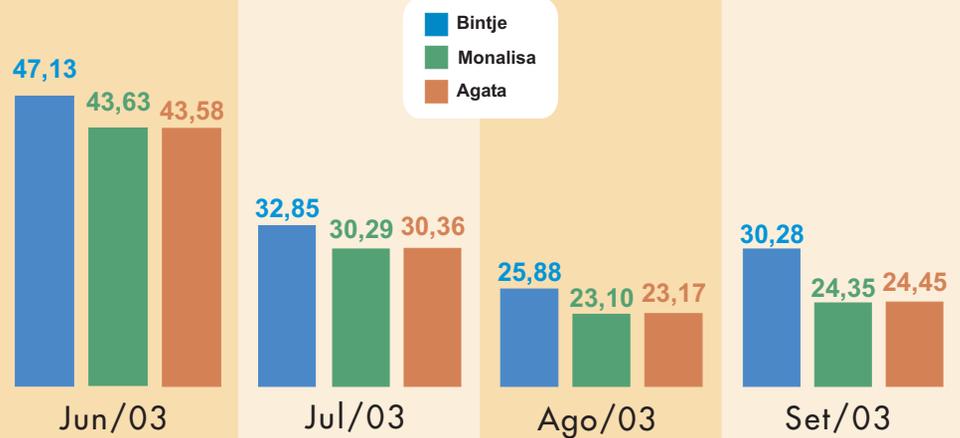
Menor oferta valoriza a bintje

O único cultivar valorizado neste primeiro semestre é a bintje. A pouca oferta vem garantindo preços melhores no período. Poucas regiões cultivam o tubérculo, uma vez que os altos custos de produção inibiu o plantio desse cultivar. Assim, a cultivar bintje teve seu preços médios na máquina 17,5% mais valorizados em relação a agata e a monalisa. Para substituir a batata de fritura, muitos produtores cultivam a asterix, variedade que ainda não possui um mercado consumidor forte, sobretudo no sudeste brasileiro. A asterix é uma batata com a pele rosada, mas de excelente qualidade no momento da culinária. Trabalhos de divulgação da variedade já existem, mas ainda é preciso um trabalho mais intenso para elevar o consumo desse cultivar visualmente diferenciado.



Bintje 24,5% mais valorizada que a monalisa e a agata em setembro

Preços médios dos principais cultivares cotados no atacado de São Paulo em 2003 - R\$/sc 50Kg.



Fonte: Cepea

A bintje esteve mais valorizada em relação aos de mais cultivares desde o início da safra da seca e de inverno em 2003. Isso porque sua oferta esteve menor. O fato dessa cultivar ser ideal para a fritura também influenciou sua valorização. A maior alta foi registrada no mês de setembro, quando os preços da bintje estiveram 24,5% superiores em comparação aos da agata e da monalisa.



"Vacine" sua cultura com Curzate® BR.

Curzate® BR protege a batata contra "fusarium" e outros fungos, prevenindo a perda de produtividade e aumentando a vida útil da batata.

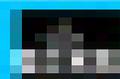
- Curzate® BR protege a batata contra o fungo fusarium, causador da doença do apodrecimento da batata.
- Curzate® BR protege a batata contra o fungo fusarium, causador da doença do apodrecimento da batata.
- Curzate® BR protege a batata contra o fungo fusarium, causador da doença do apodrecimento da batata.



Curzate® BR protege a batata contra o fungo fusarium, causador da doença do apodrecimento da batata.



Curzate® BR protege a batata contra o fungo fusarium, causador da doença do apodrecimento da batata.



Há espaço para exportar mais?

Produtores investem pesado na fruticultura exportadora e podem ofertar 1 milhão de toneladas em três anos. Há mercado pra isso?

Por Aline Vitti, Renata E. Gaiotto Sabastiani, Margarete Boteon e Cinthia A. Vicentini

A exportação de frutas está potencializando a cadeia produtiva brasileira, transformando diversos pólos produtores em "vales" de prosperidade. As conquistas no mercado externo acabam resultando, no Brasil, em aumento de área plantada, melhoria na qualidade da produção e da tecnologia usada pelo setor, além de elevar o profissionalismo na etapa da comercialização. A geração de renda, empregos e divisas também aumenta. Os investimentos feitos neste ano nos pólos de Petrolina (PE)/Juazeiro (BA), Linhares/Pinheiros (ES), Chapada do Apodi (RN), Norte de Santa Catarina e em algumas regiões do interior de São Paulo indicam que esse potencial exportador só tende a crescer.

Inicialmente, essas regiões tornaram-se atrativas por suas condições climáticas favoráveis à produção da fruta e que, muitas vezes, permitiam a colheita na entressafra dos principais países concorrentes no mercado externo. A disponibilidade de crédito e o apoio governamental também foram essenciais para o desenvolvimento dessas regiões, bem como os investimentos nas áreas de produção - embalagens adequadas, câmaras frias, mão-de-obra qualificada, packing houses, transportes, tecnologia, rastreabilidade, mudanças nos tratamentos culturais, além da formação da infraestrutura comercial.

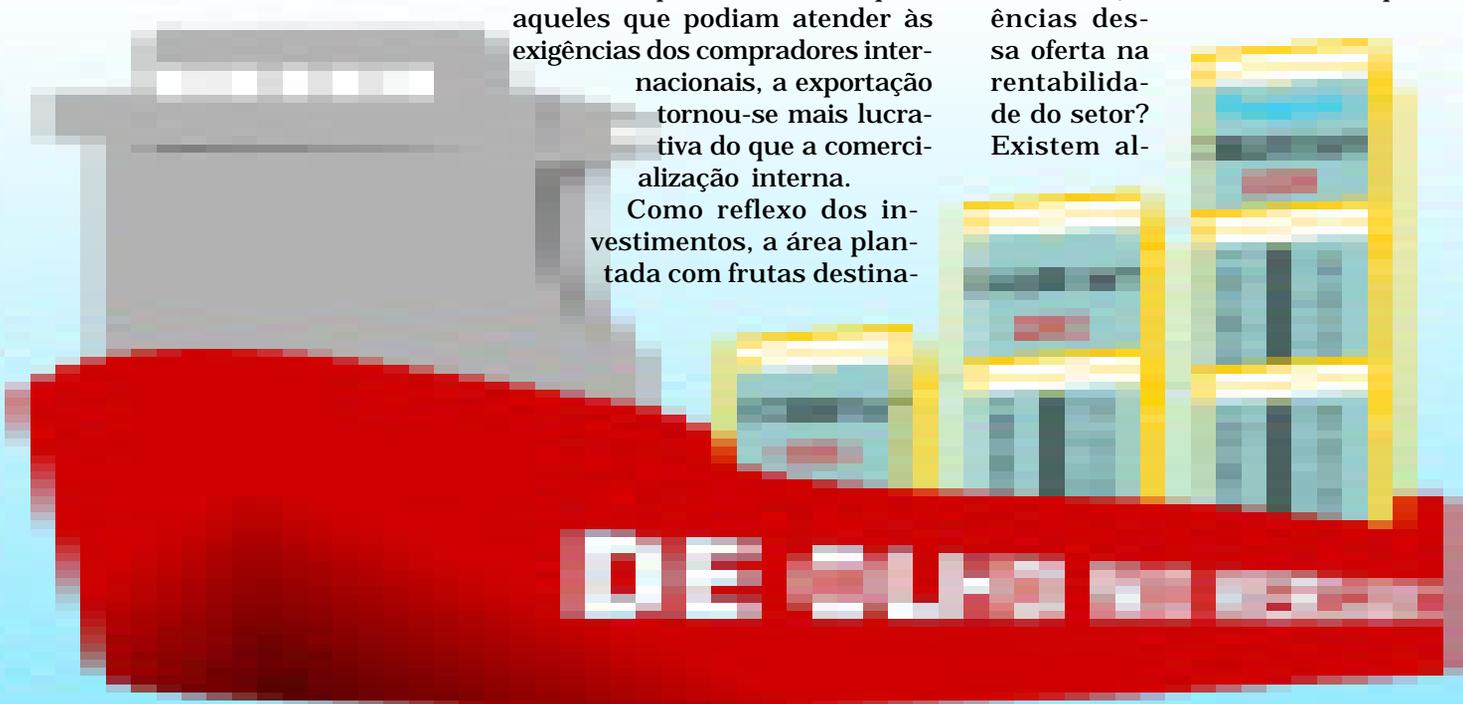
O ânimo dos produtores em aumentar seus investimentos despontou mesmo a partir de 1999 com a mudança da política cambial (desvalorização do real) e com o lento crescimento econômico interno. A partir de então, para aqueles que podiam atender às exigências dos compradores internacionais, a exportação tornou-se mais lucrativa do que a comercialização interna.

Como reflexo dos investimentos, a área plantada com frutas destina-

das à exportação aumentou mais de 60% entre 1999 e 2002, segundo cálculos do Cepea com base nas estatísticas oficiais de produção e exportação. Mas o crescimento não pára por aí. Para os próximos dois a três anos, a **Hortifru Brasil** projeta que a área total das principais culturas destinadas ao mercado externo ultrapassará 30 mil hectares, levando-se em consideração o volume embarcado nos últimos anos e os ânimos dos produtores em se especializar nesse canal.

O Brasil poderá, nos próximos três ou quatro anos, mais que duplicar a área plantada em comparação a 1999 e gerar um volume disponível para exportação próximo a 1 milhão de toneladas de frutas, se os investimentos em produtividade, qualidade e área plantada continuarem.

E o mercado, vai absorver esse volume? Quais serão as consequências dessa oferta na rentabilidade do setor? Existem al-



DE CUA

* Conversão do volume anual total exportado com frutas em área plantada para os anos de 1999 e 2002 com fonte nos dados básicos da Secex. A projeção de 2005 foi baseada na taxa de crescimento média de plantio a partir de 2003 e nas expectativas dos exportadores de frutas.

alternativas de escoamento para esses produtos? Foi o que a **Hortifruti Brasil** investigou através de dados estatísticos e entrevistas com produtores e exportadores dos pólos de produção/exportação de uva, melão, manga, mamão, citros e banana.

Em setembro de 2003, foram consultados 30 agentes, entre produtores e exportadores, com prática no comércio externo. Essa enquete não representa um trabalho científico sobre área cultivada e oferta, mas certamente é um indicativo do andamento do plantio nas regiões da fruticultura no Brasil.

2003: recorde em investimentos

Na opinião dos entrevistados, a produção de **uva** e **manga** deve continuar aumentando no Vale do São Francisco e, no estado de São Paulo, a do **limão tahiti** - culturas perenes e semi-perenes. Isso deve refletir em uma maior oferta dessas frutas dentro de dois a quatro anos, quando começar a colheita dos pomares implantados em 2002/2003.

O **mamão** e a **banana** não devem apresentar aumento de área plantada, mas estão sendo mais ofertados para o mercado internacional. Os produtores estão substituindo o mercado interno pelo externo, buscando maior ren-

tabilidade. No Espírito Santo, a área cultivada deve, inclusive, reduzir, devido aos baixos preços internos recebidos pelos produtores nos últimos anos.

No caso do **melão**, o menor volume produzido na Europa, relacionado a problemas de economia de água, resultou no aumento significativo do volume de fruta brasileira destinado à exportação. Porém, não se pode afirmar que a demanda continuará nesse mesmo patamar nos próximos anos. Muitos se preocupam com o excesso de oferta e com a rentabilidade do setor no futuro.

O único grupo de frutas que deve apresentar uma menor área plantada para a exportação é a **laranja** e a tangerina **murcote**. A laranja *in natura* vem perdendo espaço nas exportações brasileiras, enquanto que os embarques de suco apresentaram constante crescimento. Isso porque o produto industrializado tornou-se mais atrativo frente às barreiras fitossanitárias e aos custos portuários, que encareceram o envio da fruta *in natura* ao mercado externo. Com esse aumento nas despesas, principalmente com tratamentos culturais e fitossanitários, são poucos os produtores que continuam investindo na laranja e na murcote para exportação.

Mesmo com a possibilidade do aumento das exportações acabar

pressionado os preços internacionais no médio prazo, a maioria dos entrevistados ainda acredita na melhor rentabilidade desse canal, uma vez que mercado externo tem apresentado uma boa absorção desses produtos. Por outro lado, o volume total produzido poderá diminuir os ganhos no mercado internacional, caso não sejam conquistados novos países consumidores ou não ocorra aumento na demanda dos importadores atuais.

Para diminuir as chances de redução da rentabilidade, o setor acredita no investimento em produtividade, qualidade, tecnologia de produção e na pós-colheita. Além disso, o canal de comercialização também deve ser cada vez mais eficiente. É preciso expandir as janelas de exportação, conquistar novos mercados e ampliar a promoção da fruta brasileira internacionalmente.

O produtor e o exportador que estão se estruturando nessa direção sabem que o aumento da oferta poderá pressionar preços, mas os ganhos em produtividade e qualidade deverão compensar com uma melhor receita futura. Por outro lado, o produtor que está acreditando em altas margens de lucro via preço pode ter sua rentabilidade seriamente comprometida, isso porque o aumento da oferta de frutas brasileiras no mercado externo está aí...



Dicas da Hortifruti Brasil

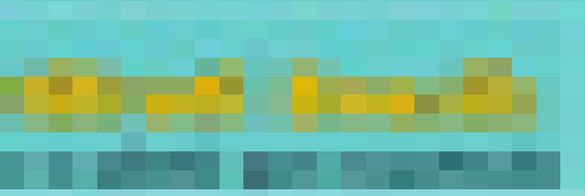
Ações para manter a rentabilidade no mercado externo:

- Trabalhar com **alta tecnologia** para melhorar a produtividade, pois futuramente o custo de produção será mais baixo, finalizando com lucros melhores;
- Conquistar **novas fronteiras** como a abertura do mercado asiático;
- Investir em **propaganda e promoção** dos nossos produtos proporcionando maior aceitação externa;
- Pesquisar as **preferências** e a cultura do país importador;
- Planejar a **produção** e a **comercialização** do produto em parceria entre produtor/exportador e importador. Um primeiro passo importante seria uma programação dos embarques, começando com os volumes semanais;
- Ter **credibilidade** e **profissionalismo** nas negociações internacionais.
- Certifique-se, adote as regras das **“Boas Práticas Agrícolas”** e o Manejo Integrado de Pragas através dos selos de certificação.

UVA (Pólo: PE/BA): A uva, uma das frutas que mais vêm se destacando no Nordeste, está sendo exportada em volumes cada vez maiores. Em vista da grande demanda dos países europeus, principalmente da Inglaterra, os produtores e exportadores brasileiros estão animados com o setor e investindo, tanto no aumento de área, como na adequação aos requisitos exigidos pelo mercado europeu, uma vez que os preços obtidos no mercado externo são superiores ao do interno. Apesar de existirem alguns entraves à exportação, como os selos de certificação exigidos pelos importadores, os brasileiros vêm se adaptando bem a essas mudanças. Em 2003, o volume embarcado na primeira janela de mercado foi cerca de 28% superior a 2002, segundo dados da Secex, e a expectativa para a segunda janela é de que o volume também tenha um crescimento expressivo. Além da seca que atingiu a Europa ter prejudicado sua produção, o aumento na produção de uva sem semente, preferida pelos europeus, irá favorecer a entrada do produto naqueles países. Para os próximos anos, o volume de fruta produzida visando o mercado externo tende a crescer, podendo resultar na retração dos preços. A principal preocupação, entretanto, ainda, não foi contabilizada em números. Com esse aumento exponencial da produção, não se sabe ao certo se o mercado externo terá condições de absorver toda a oferta, o que poderá resultar no aumento de fruta também no mercado nacional, pressionando os preços internos. Contudo, uma parte dos exportadores entrevistados acredita que o volume colhido nos próximos anos ainda será menor se comparado à demanda européia. Existe consciência de que haverá uma retração nos preços com o aumento na oferta, mas mesmo assim, o mercado deverá se manter lucrativo. Além disso, novas fronteiras estão sendo estudadas na tentativa de diversificar o mercado e também uma possível expansão nas janelas em que o Brasil atua.

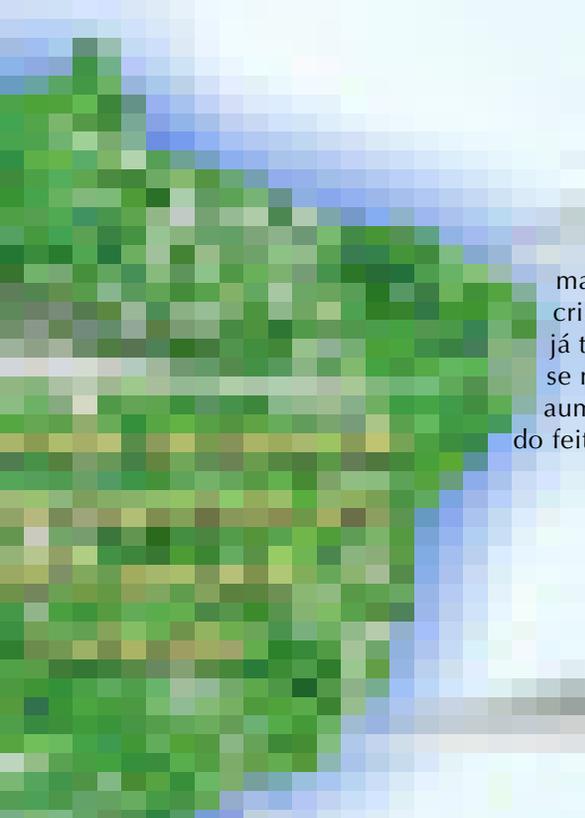
MANGA (Pólo: PE/BA): Nos últimos quatro anos, a área cultivada para exportação aumentou significativamente no eixo Petrolina/Juazeiro. Os bons preços dos últimos anos estimularam os investimentos em plantios para exportação - só em 2003, aumentou-se em 30% a área total de plantio nesta região em função das vendas externas. A preocupação dos produtores brasileiros é de que as taxas de crescimento do consumo internacional de manga, nos próximos anos, não estejam na mesma proporção da oferta nordestina. Além disso, a concorrência com os demais países que exportam para os Estados Unidos está mais acirrada em 2003. A janela do mercado norte-americano de agosto a dezembro, que o Brasil dominava praticamente sozinho, está cada vez mais restrita devido à ampliação do calendário de exportação mexicano e do adiantamento da entrada do Equador. Mobilizados com um possível cenário de saturação, produtores investem também na diversificação de variedades - além da tommy, começam a ser enviadas a palmer e a haden. A estratégia dos exportadores brasileiros é ampliar as janelas de mercado nos principais blocos consumidores de manga afim de garantir maior estabilidade de preço e de embarques.

BANANA (Pólo SC): A área total de banana está estável nos últimos anos, mas as regiões que atendem também ao mercado internacional caminham em direção ao aprimoramento tecnológico. O objetivo dos produtores é superar os aspectos que determinam a menor produtividade nas lavouras e possibilitar maior qualidade à produção, com vistas, especialmente, à diminuição dos custos e ao incremento nas exportações. Os maiores produtores da banana brasileira, produzida no norte de Santa Catarina, têm sido os países do Mercosul. Contudo, alguns mercados da Europa também já estão sendo atendidos, porém com a banana produzida no Rio Grande do Norte. Mesmo com o aumento do volume embarcado no ano passado, a área total de plantio não foi incrementada. O que está ocorrendo é uma redução da comercialização no mercado interno e um redirecionamento para o comércio internacional. Contudo, até agosto deste ano, o volume de banana catarinense exportado para o Mercosul era 2% menor que no mesmo período do ano passado. O encarecimento da fruta catarinense, decorrente da quebra de safra na região (causada pela forte estiagem nos meses de inverno), fez com que os importadores procurassem bananas mais baratas vindas das próprias províncias argentinas e de países como o Paraguai e Bolívia - que possuem qualidade inferior à fruta nacional. Assim, as vendas nacionais registraram ligeira queda no decorrer dos meses. Apesar da elevada área destinada à exportação, sendo a banana a primeira no ranking dos produtos exportados, a venda externa de banana é pequena, considerando o total produzido no Brasil e, sua competitividade no comércio internacional é reduzida.



MELÃO (Pólo RN): A ampliação da área plantada para atender ao mercado externo concentra-se no Rio Grande do Norte, especificamente na região da Chapada do Apodi. Desde 2002, tem se observado uma intensificação nos investimentos, tanto nas roças como na infra-estrutura de pós-colheita e comercialização (câmaras frias, packing houses, mão-de-obra e transporte). Tudo isso para se enquadrar nas exigências feitas pelos países importadores europeus, aos quais têm demandado um volume significativamente maior da fruta em 2003, em comparação a 2002 (até agosto, as exportações já eram 107% maior, segundo a Secex). Esses investimentos visam a garantir o EUREPGAP, certificado de exigência que avalia desde o plantio até a comercialização da fruta. Apesar dos contratos firmados antecipadamente com os importadores – que permitem planejar a produção potiguar e as vendas externas - a ampliação em área de cultivo de melão no Rio Grande do Norte também preocupa agentes do setor em função de uma possível desvalorização do produto no futuro. Em 2003, a área ampliou consideravelmente dado o menor volume de fruta produzido na Europa. Segundo entrevistados, os importadores europeus vêm aumentando os pedidos da fruta anualmente, estimulando o plantio para à exportação.

comercialização (câmaras frias, packing houses, mão-de-obra e transporte). Tudo isso para se enquadrar nas exigências feitas pelos países importadores europeus, aos quais têm demandado um volume significativamente maior da fruta em 2003, em comparação a 2002 (até agosto, as exportações já eram 107% maior, segundo a Secex). Esses investimentos visam a garantir o EUREPGAP, certificado de exigência que avalia desde o plantio até a comercialização da fruta. Apesar dos contratos firmados antecipadamente com os importadores – que permitem planejar a produção potiguar e as vendas externas - a ampliação em área de cultivo de melão no Rio Grande do Norte também preocupa agentes do setor em função de uma possível desvalorização do produto no futuro. Em 2003, a área ampliou consideravelmente dado o menor volume de fruta produzido na Europa. Segundo entrevistados, os importadores europeus vêm aumentando os pedidos da fruta anualmente, estimulando o plantio para à exportação.



MAMÃO (Pólo ES): Os produtores de mamão também estão animados com as exportações. Nessa cultura, os investimentos estão sendo fortemente empregados nas estruturas das propriedades a fim de adequá-las ao mercado externo. No Brasil, a comercialização de mamão não tem sido muito satisfatória. A elevada oferta combinada com a crise de preços no mercado interno no final de 2002 fez com que produtores que já tinham lavouras voltadas às exportações passassem a investir mais ainda nesse mercado, aumentando suas produções. Assim, o volume exportado em 2003 aumentou significativamente. Na maioria dos casos, os investimentos estão sendo feitos principalmente na compra de equipamentos e na construção de câmaras frias para armazenagem, barracões para beneficiamento do produto, além da compra de veículos para facilitar o transporte. A tendência para a aquisição e aumento de área continua até o final de 2003, sendo que as áreas voltadas para a exportação devem continuar crescendo até 2004, de acordo com os produtores locais.

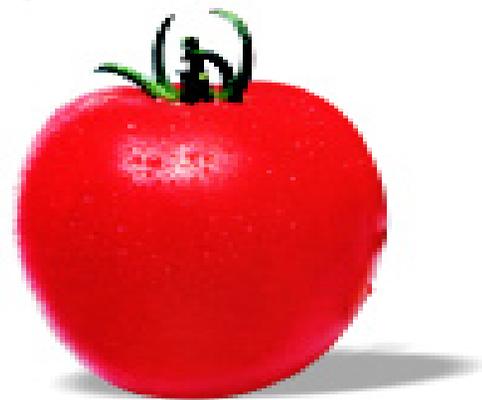


CITROS - limão/Laranja/Murcote (Pólo SP): O volume exportado de limão tahiti vem apresentando significativo aumento em 2003 e, para o ano que vem, os produtores esperam um crescimento de 30% em relação a este ano. Muitos estão, inclusive, investindo na produção e na área de cultivo, que devem aumentar, impulsionadas pela maior procura dos países europeus. No caso da laranja, o cenário exportador não é tão favorável. Suas exportações vêm diminuindo à medida que o embarque do suco tornou-se mais atrativo do que o envio da fruta *in natura* para o mercado externo. Além disso, barreiras fitossanitárias impostas pelos países de destino atrasam a liberação dos containers. A permanência das cargas por longos períodos nos portos internacionais aumenta os custos portuários, encarecendo as exportações. Por esses motivos, poucos produtores estão investindo no cultivo de laranja para a exportação *in natura*. Para a murcote, apesar de estar sendo exportado um volume similar ao do ano passado, algumas doenças – alternaria e pinta-preta – estão prejudicando a qualidade da fruta. Em alguns casos, tornou-se mais atrativo enviar a fruta para a indústria do que exportá-la. De forma geral, essas frutas cítricas têm pouca participação na pauta de exportação - menos de 10% do volume de frutas embarcado corresponde à laranja e à tangerina.

tas pelos países de destino atrasam a liberação dos containers. A permanência das cargas por longos períodos nos portos internacionais aumenta os custos portuários, encarecendo as exportações. Por esses motivos, poucos produtores estão investindo no cultivo de laranja para a exportação *in natura*. Para a murcote, apesar de estar sendo exportado um volume similar ao do ano passado, algumas doenças – alternaria e pinta-preta – estão prejudicando a qualidade da fruta. Em alguns casos, tornou-se mais atrativo enviar a fruta para a indústria do que exportá-la. De forma geral, essas frutas cítricas têm pouca participação na pauta de exportação - menos de 10% do volume de frutas embarcado corresponde à laranja e à tangerina.

Fonte: Hortifruti Brasil/Cepea,
dados básicos Secex

Tomate bom deve ser pouco



Transição de safras pode gerar queda de oferta e qualidade



Oferta segue baixa

A oferta de tomate deve continuar pequena em outubro, uma vez que as novas regiões produtoras ainda estão no começo das suas atividades. Além disso, o frio que atingiu as lavouras de Sumaré (SP) retardou o desenvolvimento dos frutos. Com isso, a colheita que deveria ter começado em setembro foi atrasada para meados de outubro. Os produtores também verificaram a ocorrência da mosca branca na região e estima-se que o geminivírus tenha ocasionado a perda de cerca de 10 a 30% da produção até a segunda quinzena de setembro. Outro fator que deve manter a oferta em níveis menores é a finalização da colheita em boa parte das atuais regiões fornecedoras. O volume colhido em São José de Ubá e Mogi-Guaçu, por exemplo, já foi menor no último mês e a qualidade do tomate ofertado também caiu – boa parte de Monteiro. No caso de Araguari (MG) e Goianópolis (GO), ape-

sar da colheita se estender até novembro, o volume também caiu, com significativa quantidade de tomates fracos.

Safra de verão é preparada

As principais regiões produtoras de tomate da safra de verão iniciaram o transplante da muda para o campo no final de setembro. As roças da região de Venda Nova do Imigrante (ES) devem ser as primeiras a iniciar a colheita, uma vez que o “transplântio” começou em setembro e deve se estender até meados de janeiro. Por enquanto não foi verificada a ocorrência de nenhuma doença nessas novas lavouras e, devido aos bons preços recebidos no início do ano, agentes estimam que a área plantada em Venda Nova do Imigrante deva ser igual ou superior a do ano passado. Em Caçador (SC) alguns produtores também realizaram o “transplântio” das primeiras mudas, em setembro, para obter uma colheita antecipada. A maioria dos tomaticultores, contudo, iniciará a atividade nos primeiros dias de

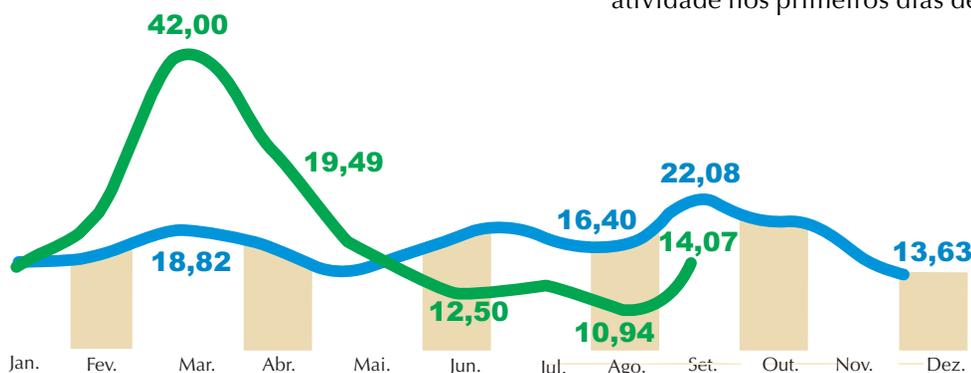
outubro, devendo colher em dezembro. Segundo agentes, a área plantada deve ser semelhante à do ano anterior. Na região de Itapeva (SP), as mudas começaram a ser transplantadas no mês de setembro, um pouco mais tarde do que em anos anteriores. Há um certo desânimo entre os produtores locais e, segundo os mesmos, a área plantada diminuiu consideravelmente. A colheita nessa região deve começar no final de novembro.



Preço reage após sete meses

Após sete meses em baixa, os preços do tomate salada AA longa vida voltaram a subir em setembro. O valor médio de venda do produtor aumentou cerca de 28%, no mês, em relação ao mesmo período da 2002. O principal fator para a valorização foi a diminuição da oferta nas roças. A região de São José de Ubá (RJ), que vinha contribuindo com a entrada de um volume expressivo nas principais ceasas do Sudeste, foi atingida por sucessivas chuvas em setembro e perdeu boa parte da produção. A finalização da safra de inverno também contribuiu para a redução do volume ofertado. Apesar da elevação dos preços, os valores registrados em setembro deste ano continuam inferiores aos praticados no mesmo período de 2002. Esse diferencial de preços está relacionado ao comportamento da demanda pelo tomate, que segue baixa neste ano de economia nacional retraída.

— 2003
— 2002



Preço reage depois de sete meses de queda

Preços médios de venda do tomate salada AA longa vida na Ceagesp - R\$/cx 23kg

Fonte: Cepea



Nordeste de olho no mercado

Produtores esperam que o fim da safra paulista permita reação dos preços locais

Nordeste aumenta oferta

A produção de cebola nordestina aumentou na segunda quinzena de setembro. Porém, o baixo volume disponível e os elevados preços na máquina permitiram a comercialização somente para a própria região e para o Norte. A qualidade do bulbo é considerada boa e a produtividade chegou a 60t/ha em algumas lavouras. No Vale do São Francisco, o clima foi favorável à produção - sem excesso de chuva e com aumento da fertilidade do solo da vazante. O Vale continua sendo a principal região produtora do Nordeste, mesmo com a área plantada cerca de 20% menor em relação ao ano passado, conforme agentes. Por outro lado, a região de Irecê (BA) concentrou sua produção no primeiro semestre, já que os preços obtidos no final do ano passado foram baixos. De modo geral, a colheita nordestina deve se intensificar neste mês, estendendo-se até meados de dezembro. A expectativa dos agentes é que vendas nas lavouras sejam boas entre outubro e novembro, com o encerramento da safra paulista.

Safra paulista na reta final

As regiões paulistas colheram a maior parte da produção em setembro. A boa qualidade da cebola garantiu as vendas nas roças, mas não foi suficiente para melhorar as negociações no atacado. Assim, os preços praticados em setembro foram considerados baixos, na média de R\$ 0,25/kg, na lavoura. Em outubro, a oferta do produto no mercado deve ser menor, visto que

até o final do último mês, a colheita havia ultrapassado 80% do volume total produzido nas regiões de Monte Alto (SP) e São José do Rio Prado (SP). Já a região de Piedade (SP) iniciou a colheita do bulbo na segunda quinzena de setembro. Porém, com os baixos preços praticados no mercado, os agentes resolveram aguardar pela valorização do produto, devendo comercializá-lo neste mês.

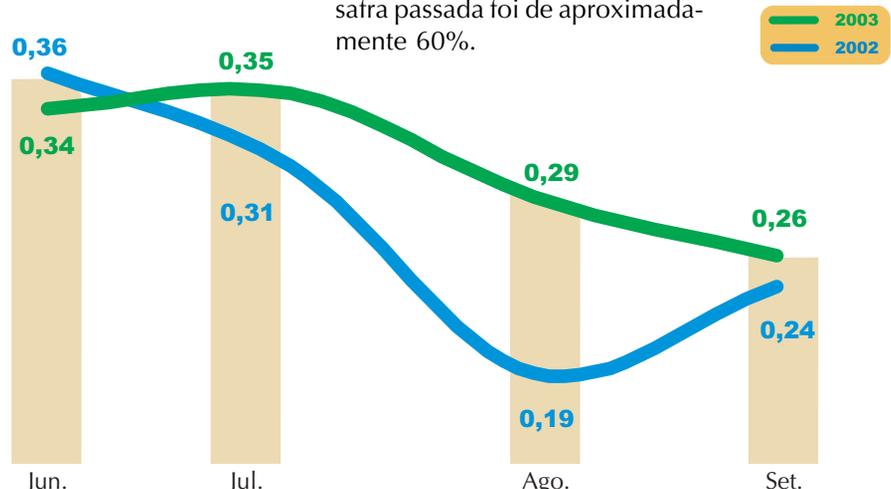
Minas inicia colheita

As regiões de São Gotardo (MG) e Santa Juliana (MG) iniciaram a colheita em meados de setembro. Com os baixos preços do mercado, alguns agentes atrasaram a comercialização da cebola na tentativa de que o produto se valorize após a redução da oferta paulista. Assim, a comercialização da maior parte da produção deve ocorrer, neste mês e a colheita se estende até meados de novembro.



Sul prepara próxima safra

No Rio Grande do Sul, o bulbo já foi transplantado e o clima, durante os últimos meses, favoreceu à produção, uma vez que as chuvas vieram na medida certa. Já em Santa Catarina, alguns produtores atrasaram o transplante de mudas em função da estiagem ocorrida em agosto. Como a maior parte das lavouras possui irrigação apenas nos canteiros, tornou-se inviável a transferência das plantas para a terra seca. Assim algumas mudas foram podadas ainda nos canteiros, atrasando seu transplante. A colheita na região deve iniciar no final de novembro e a maior parte dos produtores está otimista quanto à produtividade desta safra. Vale ressaltar que nos dois estados sulistas a área de plantio deve diminuir em função da descapitalização de alguns produtores. Estima-se que a quebra de produção da safra passada foi de aproximadamente 60%.

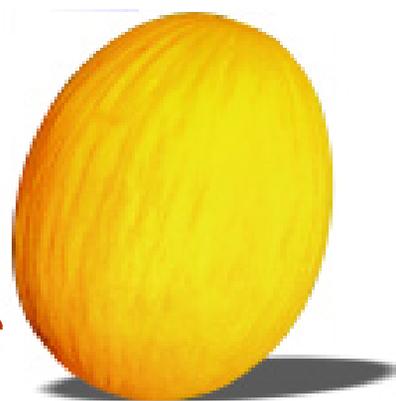


Pico de oferta reduz preços em São Paulo

Preços médios recebidos pelos produtores de Monte Alto e São José do Rio Prado - R\$/kg

Fonte: Cepea

Pico de safra aquece exportações



O aumento da produção do Rio Grande do Norte deve incrementar os embarques

Panorama de exportação

O volume de melão embarcado em de outubro tende a aumentar a cada semana, devido ao pico de safra nas principais regiões produtoras do Rio Grande do Norte. No final de setembro, os navios já saíam semanalmente com cerca de 60% mais mercadoria que no mesmo período do ano passado - considerando as exportações realizadas pelos portos de Natal e Belém. Esse aumento tem provocado mudanças no mercado europeu, principalmente na Holanda, onde afirmam estar com volumes excessivamente grandes da fruta. A preocupação dos agentes é de que talvez o mercado europeu não consiga absorver toda esta quantidade. Na Inglaterra, como a programação de envio é pré-fixada com os supermercados, não foram observadas grandes mudanças, porém, caso a elevada oferta persistir, os produtores terão problemas na comercialização.

Intensificação da safra potiguar

Em outubro, a oferta do melão tende a ser maior, devido ao início da safra na região potiguar. Contudo, com o passar das semanas, o volume colhido deve diminuir relativamente, em virtude do aumento da temperatura e da incidência de pragas geradas pelos restos culturais que se acumulam na lavoura. Mesmo assim a qualidade do melão disponibilizado ao mercado nacional continuará alta uma vez que as mesmas lavouras voltadas à exportação produzem frutos para o mercado interno. O EUREPGAP, por exemplo, analisa fatores que vão desde o plantio, até a pós-colheita, garantindo excelente qualidade das frutas no mercado externo. Assim, o Brasil também acaba sendo influenciado por esse padrão exigido nas exportações. O aumento da produtividade das terras da região potiguar, neste ano, pode provocar uma supercolheita em outubro.

\$ Volume excessivo é grande vilão de queda nos preços

O grande aumento no volume de melão produzido em setembro pressionou os valores da fruta principalmente na última quinzena do mês. Além da entrada de pequenos produtores no mercado, o excedente das exportações também foi comercializado internamente, contribuindo para a elevação da oferta. Desconfia-se, que parte dessas frutas tipo exportação desviadas para o mercado interno, não tenham atingido os valores de brix internacionalmente aceitáveis. Por esses problemas não serem previstos durante a safra, há uma oferta irregular do produto, afetando a comercialização do mesmo.

Braço de ferro entre produtor e atacadista

A maior discussão em setembro foi o fator preço: enquanto agricultores insistem no aumento no valor do melão vindo do pólo produtor Mossoró (RN), atacadistas alegam dificuldades no escoamento do produto. Com o baixo poder aquisitivo da maioria da população, o mercado não está conseguindo absorver toda mercadoria. Outro fator muito importante é a variação climática, pois em épocas frias, o consumo de frutas é relativamente baixo. De modo geral, espera-se reação dos preços nos próximos meses tanto por parte dos produtores como dos atacadistas, pois, atualmente a margem de lucro não tem sido satisfatória para nenhum deles.



Preço cai no final de setembro

Preços médios recebidos pelos produtores de melão amarelo tipo 6 em Mossoró - R\$/cx 13 kg

Fonte: Cepea

Parem de plantar

ENTREVISTA: Thorsten Warnke

Thorsten Warnke é consultor de mercado da TWMC Marketing, na Alemanha, com experiência no setor frutícola internacional há 17 anos. A TWMC dá consultoria a 120 companhias no mundo. Thorsten é editor da TWMC Global Market Reports e do site www.VisualGlobalFruit.de. Sua opinião a respeito do mercado brasileiro pode parecer pessimista, mas é uma visão externa sobre o setor e sobre a própria demanda européia. Para ele, o fruticultor brasileiro deveria parar de plantar e pensar em se profissionalizar. Thorsten respondeu a entrevista da Hortifruti Brasil por e-mail (info@twmc.de).

“O Brasil tem possibilidades enormes de obter um futuro promissor com seus produtos, mas antes ele precisa fazer melhor o dever de casa. Aumentar a produção sob as atuais circunstâncias é, na minha opinião, produzir uma crise econômica.”

Hortifruti Brasil: Você acredita que o mercado internacional absorverá um incremento de oferta dos produtores brasileiros?

TW: Em geral, um aumento de produção pode ser absorvido na Europa e em outros mercados, entretanto a questão essencial é se os preços serão economicamente viáveis para manter a lucratividade do produtor brasileiro. Considerando, por exemplo, o melão e a manga, nós podemos observar que tais produtos es-

tão muito próximos do *break even*¹ e muitas vezes já se encontram abaixo deste nível, só se suportando pela forte valorização do Euro. Para essas frutas, eu não vejo chance de obter resultados satisfatórios na Europa especialmente considerando a significativa elevação de volume prevista para o futuro. Esta preocupação já é conhecida há muito tempo e visualizo que o setor brasileiro fruticultor ainda continua aumentando o volume. Quem recomendou isso?

HFBrazil: Um aumento da oferta brasileira poderia causar desvalorização da fruta nacional ou a demanda internacional continuaria mais elevada que a nossa oferta?

TW: Sim, isso é claro e, por um acaso, é a lei mais básica da economia: um aumento na oferta afeta os preços negativamente. O problema é que os preços na Europa já estão muito baixos e que o retorno está próximo ou até abaixo do *break even*¹. Então, eu questiono os exportadores brasi-

CONHEÇA OS DESTAQUES 2008



leiros e as autoridades: o que acontecerá quando o Euro se tornar mais fraco nos próximos anos, quando a economia norte-americana se revitalizar? Eu sei que apresentei um cenário muito pessimista, mas o que eu relatei é real e eu já tinha avisado os exportadores há cinco anos quando visitei o Brasil como palestrante numa conferência. É hora de mudar e há tempo de começar do zero, não podemos mais ignorar o mercado e as leis da economia, ainda mais se o Brasil continuar assim...

“Os produtores deveriam se preocupar com o plantio e seus parceiros (exportadores) deveriam informá-los o que deve ser plantado e o quanto vão comprar”

HFBrasil: Qual seria seu conselho para o produtor brasileiro que gostaria de investir no mercado internacional?

TW: O conselho seria que o Brasil fizesse a lição de casa corretamente e isso significa não ignorar mais os fatos. O Brasil precisa de profissionalismo com regras baseadas em fatos e não em desejos. Talvez os leitores digam que isso parece uma intervenção comercial e que eu não quero a liberdade de comércio. Bobagem! Eu prefiro um negócio melhor organizado a celebrar a liberdade para depois fechar meu negócio. O Brasil precisa desenvolver um maior controle e um negócio mais profissional baseado na *inteligência de mercado*³ e na necessidade de estabelecer cooperação entre as diferentes partes. Isso requer urgentemente uma análise do *Status Quo*², e fixar objetivos realistas com os fundamentos econômicos ao invés de produzir, exportar e rezar para que os preços sejam acima dos custos. Quando vemos os retornos e a lucratividade das principais frutas, faz mais sentido investir no mercado financeiro e obter uma rentabilidade de 2 a 3% de lucro líquido do que investir em manga, melão, limas ácidas e papaias. O Brasil necessita de uma *inteligência de mercado*³ para prever o que acontecerá e então tomar decisões certas no momento certo. O Brasil tem possibilidades enormes de obter um futuro promissor com seus produtos, mas antes ele precisa fazer melhor o dever-de-casa. Aumentar a produção sob as atuais circunstâncias é, na minha opinião, produzir uma crise econômica.

HFBrasil: Se você fosse um fruticultor brasileiro, onde investiria?

TW: Eu investiria tempo e dinheiro, motivando o setor a desenvolver uma *inteligência de mercado*³ para compreender seu futuro e saber o que poderá ocorrer em decorrência disto ou daquilo. Eu pararia com este negócio de mentalizar somente a exportação e rezar para que tudo corra bem. Eu demandaria do setor as informações e as possibilidades de preços a serem obtidos quando a roça começar a produzir. Agora as pessoas poderiam pensar que o Sr. Warnke está dizendo isto porque ele já está produzindo tais *inteligências de mercado*³ para muitos setores. O fato é que os produtores não serão capazes de produzir com qualidade no futuro se essa loucura de exportar continuar assim. Encurtando a história, os produtores deveriam se preocupar com o plantio e seus parceiros (exportadores) deveriam também informá-los sobre o que deve ser plantado e o quanto vão comprar. É responsabilidade dos exportadores orientar os produtores corretamente. Estou perguntando se isso aconteceu no passado... Pergunte a si mesmo.

NOTA DA EDITORA:

1- Break even: situação na qual as receitas brutas igualam-se aos custos totais (fixos e variáveis). Todas as vendas acima do “break even” geram lucro e, abaixo, prejuízos.

2- Status Quo: situação vigente

3- Inteligência de Mercado: é um conjunto de procedimentos e fontes utilizadas pelos administradores para obter, diariamente, as informações, pertinentes e úteis para o desenvolvimento do mercado ao qual pertence.

OBS: A **Hortifruti Brasil** se responsabiliza pela tradução da entrevista e disponibiliza, caso o leitor solicite, o conteúdo em inglês.

“Este negócio poderá resultar numa situação de pesadelo se os exportadores brasileiros não começarem a prestar mais atenção”

Veja avaliação de Thorsten a respeito das frutas brasileiras:

Manga: conforme já mencionado, o mercado de manga mostra claros sinais de dificuldade - um aumento na oferta acima do volume da safra de 2002 tornará a situação mais perigosa para o setor brasileiro também no futuro. Outro fator que deve ser melhorado é a qualidade, que varia muito entre as companhias brasileiras. Isso acaba prejudicando o comércio, causando um pânico nas vendas e desvalorização o produto.

Melão: este setor desenvolveu, na minha opinião, de uma maneira não muito profissional e muita fruta se encontra nas mãos dos *traders* europeus, sem redirecionamento direto para o varejo. Isso significa muita disponibilidade de fruta no mercado *spot*. Exportadores acreditam que fornecer para mais compradores é uma forma de compensar os crescentes volumes, mas é exatamente o oposto que acaba acontecendo. O melão disponível no inverno é considerado desnecessário pelos consumidores e o nível de demanda pela fruta na Europa encontra-se estagnada há algum tempo. Honestamente, parece que esse negócio poderá resultar numa situação de pesadelo se os exportadores brasileiros não começarem a prestar mais atenção.

Lima: o negócio de limão tahiti, na minha opinião, é muito desorganizado - e peço desculpas por minhas críticas - mas a verdade deve ser dita. Exportadores e importadores mal sabem a quantidade embarcada por semana e conseqüentemente exportam sem nenhum controle. Isso tem ocorrido especialmente este ano de excesso de oferta e preços abaixo do *break even*¹, em algumas semanas. Também neste mercado a fruta está nas mãos de atravessadores, que vendem para outros antes de chegar ao varejo ou ao atacado, o que não faz nenhum sentido. Entenda que o problema encontra-se na estruturação das exportações e na falta de uma *inteligência de mercado*³ por parte dos exportadores.

Dá pra exportar mais?

Veja a opinião dos produtores e exportadores brasileiros

OPINIÃO: HÉLIO GONZAGA*

No Vale do São Francisco, onde as duas principais culturas para exportação são a manga e a uva, o que se nota é que a área plantada está aumentando em uma velocidade impressionante. No caso da uva festival (branca, sem semente), a área plantada para começar a produzir nos próximos anos é de duas a três vezes maior que a em estágio atual de colheita. Com relação à manga, a área plantada também está aumentando, só que em velocidade inferior à da uva festival. Na região, já existe uma preocupação quanto a esse aumento na produção, porém acredita-se que há espaço suficiente no mercado externo para este incremento. O que mais deixa os produtores inquietos são as dúvidas quanto ao comportamento dos preços médios dessas frutas, visto que a maior oferta com certeza pressionará os valores desses produtos. Em relação à ampliação dos mercados, já existem algumas empresas exportando uvas em nível de testes para Ásia e para os Estados Unidos na tentativa de desviar esses volumes do mercado europeu, principal consumidor da fruta nacional. Para a manga, existe há anos a tentativa de acordo com o mercado japonês, que abriria as portas do continente asiático. Porém, até agora não houve um entendimento nas negociações com este país.

Hélio é agrônomo da GLOBAL FRUIT, importante exportadora de manga e uva do Nordeste.

“A oferta está crescendo numa velocidade impressionante...”

*E-mail: mersk@ig.com.br

OPINIÃO: MARCELO A. GIESTA

Nos últimos anos, o volume de uva e manga enviado ao mercado externo vem aumentando em função, principalmente, das novas áreas de plantio implantadas na região do Vale do São Francisco. Contudo, mesmo com a maior oferta, o volume embarcado ainda é insuficiente para atender à demanda dos países importadores, sobretudo no caso das uvas sem semente, que têm amplo mercado para atender. Em função disso, o mercado deverá manter os preços em bons patamares nos próximos anos. Mesmo com uma ligeira retração nos valores desses produtos, a cultura ainda será lucrativa. Ainda com aumento anual do volume, as negociações vêm se mantendo, pois o Brasil entra exportando para a Europa quando nenhum outro país está colhendo a fruta. Entretanto, não basta ficar na expectativa de que os preços irão se manter. É necessário abrir novos mercados e trabalhar para haver uma diminuição nos custos, mantendo a cultura rentável.

Marcelo é agrônomo e produtor de destaque na produção de manga e uva no Nordeste

“Demanda é maior que oferta”

OPINIÃO: ÉDSON NAKAHARA*

Os aumentos na área de produção estão em sua maioria visando ao mercado externo. No entanto, os brasileiros (produtores/exportadores) deveriam valorizar mais seu país, tentando introduzir e divulgar políticas de incentivo ao consumo interno, atraindo “novas classes” a se tornarem compradoras assíduas de determinadas frutas. O hábito de se consumir frutas já existe, o que falta é dinheiro, ou seja, muitas frutas no Brasil possuem

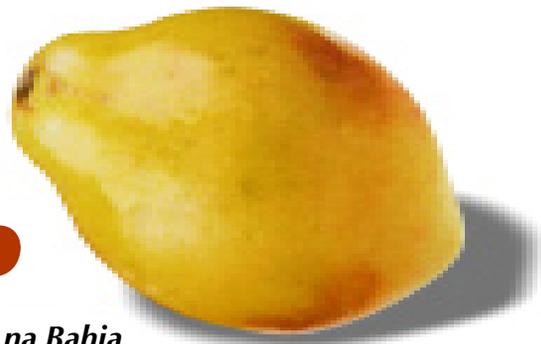


“Pensando no consumidor brasileiro...”

preços altos, tornando-se inacessíveis à algumas classes sociais. A redução dos valores dessas frutas seria, então, uma forma de estímulo ao consumo por parte dessas classes, que constituem a maior parte do povo brasileiro. Outro fator a ser analisado agora e no futuro é o aumento da população brasileira, demonstrando que é possível garantir o consumo desse volume “a mais”. É lógico que temos que dar incentivos às exportações, mas não podemos ficar atrelados somente a alguns mercados, como a Europa e os Estados Unidos. Se o Mercosul realmente desse certo ou funcionasse melhor, poderíamos reerguer os envios de frutas. Caso a Argentina volte a ter uma economia mais estável, também seria uma garantia de mercado. Além dos países latinos, a Ásia e o Japão também são importantes mercados consumidores que deveriam ser conquistados pelas frutas brasileiras. O governo deve dar maior atenção aos pequenos produtores para que eles não se descapitalizem, estimulando o consumo interno.”

*Édson Nakahara, produtor de manga, Petrolina/PE - Hortifruti Vale Verde Ltda.

Primavera acelera produção



O calor deve aumentar o volume produzido no Espírito Santo e na Bahia

Mais calor e mais frutas

Com a chegada da primavera, as noites frias terão fim e não mais atrasarão a colheita do mamão. Esta fruta precisa de temperaturas mais elevadas para atingir o ponto de maturação ideal. Assim, a expectativa é que o calor típico de outubro acelere a colheita de mamão no ES, sul e oeste da Bahia, elevando a oferta interna. Com o crescimento da oferta e, conseqüentemente, da concorrência, os preços do mamão deverão ser pressionados, registrando novas quedas.

Baixa demanda ainda é problema

A baixa demanda pelo mamão está dificultando a comercialização do produto há alguns meses. Além da crise econômica pela qual o país vem passando - que interfere diretamente no poder aquisitivo da população -, o período de inverno, que terminou em setembro, também

prejudicou as vendas da fruta. Nos dias frios, o consumo de frutas geralmente é menor e as pessoas passam a ingerir alimentos mais quentes. A soma desses fatores ocasionou contínuas quedas nos preços do produto em setembro, deixando muitos agentes insatisfeitos com a cultura. Os produtores tentaram reanimar as vendas diminuindo os preços, mas mesmo assim, a demanda pelo mamão se manteve recuada.



Volume exportado volta ao normal

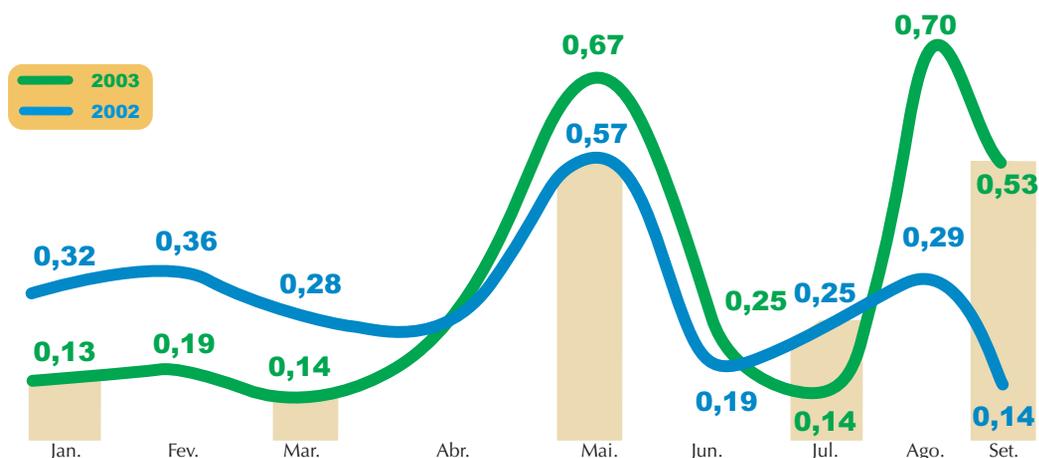
O aumento do volume produzido neste mês também deverá influenciar as exportações do mamão. Com uma maior oferta, os agentes esperam aumentar significativamente o volume exportado em outubro. De acordo com empresas exportadoras, o último mês não foi muito bom para as vendas externas do produto. Em virtude da menor oferta nas regi-

ões produtoras, não houve quantidade suficiente para atender à demanda internacional. Contudo, os produtores voltados à exportação não reclamaram desse período de menor produção. Comparando-se à situação do mercado interno, os agentes que enviam o mamão ao exterior ainda se encontram em posição privilegiada, principalmente em termos de preço. Na comercialização internacional, os valores praticados não apresentam oscilações tão abruptas se comparado com os preços no mercado doméstico.



A queda é a mesma, mas os motivos são outros

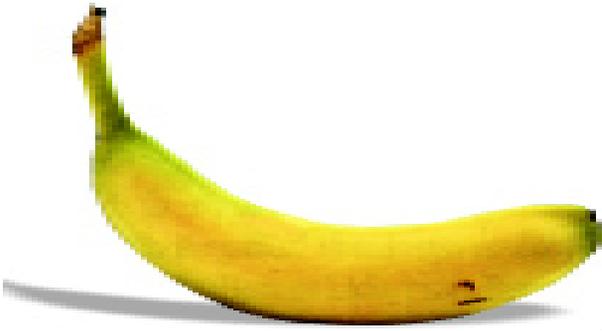
Assim como em setembro de 2002, os preços do mamão registraram uma significativa queda no último mês. Apesar dos motivos para as desvalorizações serem diferentes, o comportamento dos preços foi similar. Em 2002, o grande volume produzido ocasionou sobras e contínuas quedas nos preços. Já neste ano, a baixa demanda, resultado do menor poder aquisitivo e do atípico frio, inibiu as vendas do produto. Mesmo com uma produção bem inferior à do ano anterior, a dificuldade em escoar as frutas forçou a redução dos preços.



Preços voltam a cair em setembro

Preços médios recebidos pelos produtores capixabas pelo mamão havaí (12-18) - R\$/kg

Fonte: Cepea



Oferta desencontrada

Clima afeta produção e outubro promete mais prata que nanica

Preço da nanica dobra no Vale do Ribeira

A forte estiagem em julho e agosto afetou a produção da banana no Vale do Ribeira (SP). Com a seca, a fruta não atinge o diâmetro ideal para a colheita – o que reduz sua qualidade – e, nos cachos novos, o número de pencas cai. Assim, a oferta diminuiu e os preços da nanica paulista dispararam em setembro, quando a variedade foi comercializada, em média, a R\$ 8,70/cx 22 kg, o dobro do valor praticado no mesmo período de 2002. Segundo os agentes locais, a oferta da nanica deverá aumentar somente no final deste ano, quando os bananais se recuperarem das perdas provocadas pela estiagem e pelo frio.

Santa Catarina e norte de Minas também em alta

A oferta de nanica também caiu nas regiões catarinenses e mineiras. Os motivos que ocasionaram a escassez da fruta no Sul do país são os mesmos que os de São Paulo, ausência de chuvas e temperaturas baixas. Em setembro, a nanica de Santa Catarina valorizou cerca de 63% frente ao mesmo período do ano passado. Para outubro espera-se que os preços praticados no estado subam ainda mais, ou pelo menos, sigam nos mesmos patamares do final de setembro. Já no norte mineiro, o preço da fruta reagiu com a maior demanda. Como a maioria das áreas de cultivo de banana da região é irrigada, as lavouras não sofreram com a estiagem

e produziram normalmente. Assim, a procura pela nanica local aumentou, enxugando a produção mineira. Os preços registrados no norte de Minas estiveram, em média, 74% maiores em setembro, em comparação ao mesmo período do ano anterior.



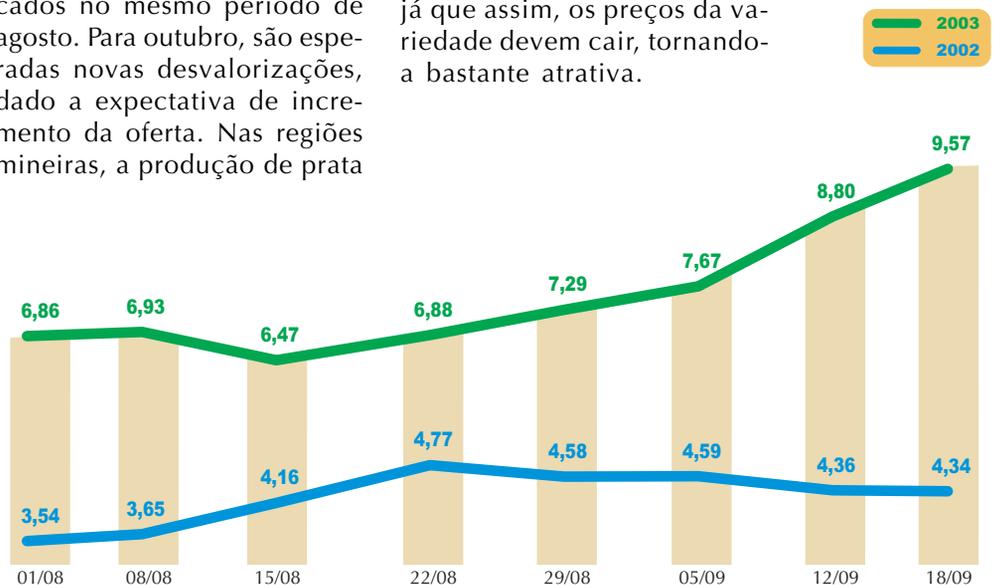
É safra da prata no Vale do Ribeira e norte de Minas

Em outubro, a oferta da prata deve aumentar nas principais regiões produtoras - Vale do Ribeira (SP) e norte de Minas Gerais – com o avanço da safra nessas regiões. Desde o final de setembro, a intensificação do volume produzido já começou a influenciar os preços da variedade. Na segunda quinzena do último mês, os valores da prata do Vale estavam, em média, 15% abaixo dos praticados no mesmo período de agosto. Para outubro, são esperadas novas desvalorizações, dado a expectativa de incremento da oferta. Nas regiões mineiras, a produção de prata

também deve aumentar em outubro. A volta do calor tende a acelerar a maturação da fruta podendo pressionar seus preços. Além disso, o aumento do volume ofertado na região do Vale pode também prejudicar as vendas da prata mineira para capital paulista.

Preços altos inibem consumo na Ceagesp

A alta dos preços da nanica na roça também refletiu no atacado em setembro. A nanica fechou o mês comercializada a R\$ 12,45/cx 22 kg, em média, valor 72% superior ao do mesmo período de 2002. Embora o calor do período tenha favorecido as vendas, os preços mais altos comprometeram a saída na Ceagesp. A expectativa dos atacadistas é que o aumento da oferta da prata aqueça a demanda pela fruta, já que assim, os preços da variedade devem cair, tornando-a bastante atrativa.



Nanica do Vale do Ribeira segue em alta este ano

Preços recebidos pelos produtores da região - R\$/cx 22 kg

Fonte: Cepea

Calor atrasa safra paulista

Temperaturas atípicas em setembro causaram a perda de frutos e deslocaram a produção

Monte Alto colhe só em dezembro

A safra de Monte Alto (SP), que normalmente se inicia em meados de outubro, deve se deslocar para o início de dezembro. Dessa forma, ao contrário do que foi divulgado na última edição, as expectativas de coincidência das safras paulista e nordestina não deverão ocorrer. As altas temperaturas registradas na região de Monte Alto durante o último mês causou a queda de muitos frutos em estágio inicial de formação - principalmente da variedade tommy - atrasando a produção. Produtores da região torcem para que possíveis chuvas amenizem as temperaturas e não atrasem mais a colheita. Apesar desses contratemplos, a produtividade da safra paulista deste ano deverá ser 30% superior à verifi-

cada em 2003, segundo agentes do setor. A variedade palmer deverá registrar uma superprodução em virtude do bom pegamento dos frutos, contribuindo para o aumento da produção local. O atraso da safra paulista também deve beneficiar os produtores do Vale do São Francisco, que terão maior facilidade em negociar as frutas este mês. É importante ressaltar que o Vale disponibiliza a maior parte de sua produção em outubro.

Maior competitividade no mercado internacional

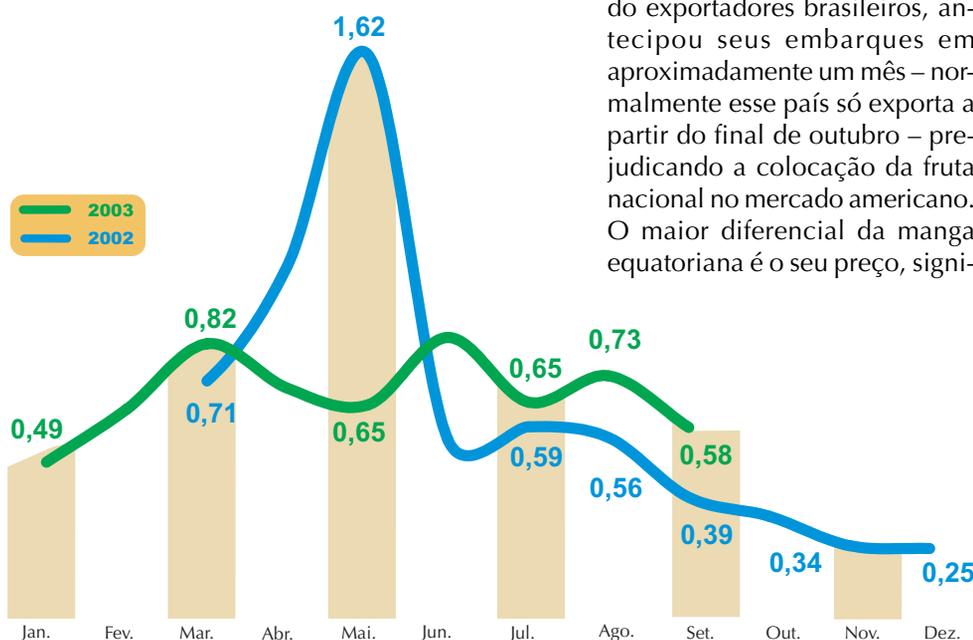
Além do prolongamento da oferta de manga mexicana no mercado norte-americano, a entrada de fruta equatoriana, nos Estados Unidos, também vêm dificultando as exportações brasileiras deste ano. O Equador, segundo exportadores brasileiros, antecipou seus embarques em aproximadamente um mês - normalmente esse país só exporta a partir do final de outubro - prejudicando a colocação da fruta nacional no mercado americano. O maior diferencial da manga equatoriana é o seu preço, signifi-

ficativamente inferior ao da produzida no Brasil. Assim, mesmo com menor qualidade, o produto equatoriano consegue garantir maior competitividade frente ao nacional. Mesmo com a concorrência acirrada este ano, o Brasil continua se destacando no mercado internacional. Segundo dados do USDA, o volume de manga enviado aos EUA, na última semana de setembro de 2003, foi cerca de 70% maior ao exportado no mesmo período do ano anterior. Além da oferta de outras origens, a maior produção brasileira pressionou os preços da fruta. Alguns exportadores planejam criar um novo modelo de contrato para estas épocas do ano (pico de exportação). A proposta seria um preço único tanto nas exportações para a União Européia quanto para os Estados Unidos.



Pico de produção no Vale

As roças nordestinas do eixo de Petrolina (PE)/Juazeiro (BA) e Livramento do Brumado (BA) entraram em pico de produção no início de outubro. Os produtores que direcionaram sua produção para o mercado interno não estão muito satisfeitos devido os baixos preços praticados em função do alto volume e da baixa procura pelo consumidor. Nem mesmo a boa qualidade tem sido suficiente para sustentar as cotações. Mas, os produtores não podem desanimar neste momento, pois os preços da tommy na roça em setembro de 2003 estão maiores se compararmos com os valores obtidos no mesmo período de 2002.



Preço em setembro é superior ao do ano passado

Preços médios recebidos pelos produtores da tommy no Vale do São Francisco - R\$/kg

Fonte: Cepea



Intensifica colheita no Nordeste

Produtores aproveitam contratempos em países concorrentes para exportar



Janela favorável em 2003

No Nordeste, ocorrerá aumento no volume de uva disponibilizado ao mercado interno, a partir de outubro, em virtude da retomada da colheita nos parreirais voltados para a exportação. Esses produtores fazem uma pausa em sua produção entre julho e setembro, e voltam as atividades neste mês, marcado pelo início dos embarques para exterior. Embora a maior parte da produção dessas lavouras seja enviada ao mercado internacional, uma boa quantidade de frutas também é colocada no mercado interno. As exportações brasileiras estão marcadas para começar no início de outubro, mas alguns agentes do Nordeste iniciaram o envio da fruta para a Europa já em setembro. Segundo informações, existe uma tentativa de expandir a janela, ou quem sabe, ampliar o período de embarques para além da época tradicional, fidelizando uma parcela do mercado consumidor à fruta brasileira. Apesar do aumento no volume de uva destinado ao mercado internacional, neste ano, os preços tendem a se manter bons. Os problemas causados pelo tempo seco e o forte calor na Itália, resultou no amadurecimento antecipado da fruta neste país e, assim, faltou uva nos países europeus.

Mercado aquecido em Jales

Em Jales (SP), a previsão é de que a colheita da uva prossiga até o final de novembro. Contudo, com a redução da área de plantio da fruta nessa região, o volume ofertado deverá ser insuficiente para

atender a toda demanda. Nos últimos meses do ano, fatores como o clima mais quente, o 13º salário e as festas típicas da época, refletem no aumento significativo da procura. Conseqüentemente, os preços da fruta, que já se encontram em patamares elevados, poderão subir ainda mais. Em outubro, a qualidade da uva tende a melhorar uma vez que a volta das altas temperaturas favorecem o amadurecimento. Nos meses anteriores, alguns cachos foram colhidos antes do ponto ideal em virtude da acentuada procura, o que resultou em reclamações por parte dos atacadistas e consumidores. Nas Ceasas de Campinas e São Paulo, alguns agentes preferiram comprar a uva produzida em outras cidades, como Tupi Paulista (SP) e Pirapora (MG), por exemplo, na tentativa de atrair os consumidores.

Termina safra em Pirapora

Apesar da colheita em Pirapora (MG) estar programada para o fim de outubro, o volume produzido na região tende a ser semelhante ao do mês anterior - suficiente para atender a demanda



Preços em Pirapora são superiores em 2003

Preços médios da uva itália embalada recebidos pelos produtores de Pirapora (MG) - R\$/kg
Fonte: Cepea

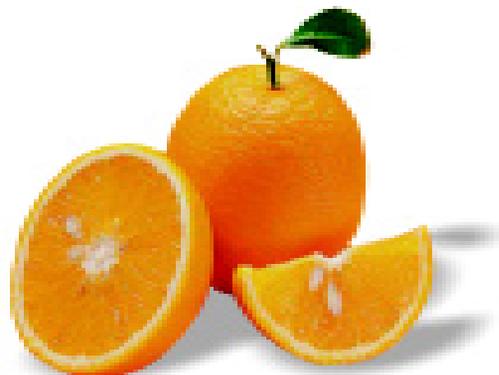
e manter os preços em bons patamares. Apesar da redução na oferta de algumas variedades, como a itália e a rubi, durante o mês de setembro, outras variedades que entram um pouco mais tarde no mercado, como a benitaka, brasil e red globe, ainda apresentam um bom volume de fruta para ser colhido. A última safra foi considerada muito boa pelos produtores locais. Além dos preços superiores a 2002, não houveram problemas com a qualidade, nem dificuldades na venda do produto. Após o encerramento da colheita, a cultura passará por uma poda de formação, e somente no início de 2004 será feita a poda de frutificação.



Preços permanecem elevados em setembro

Preços médios recebidos pelos produtores pela uva itália - R\$/kg
Fonte: Cepea

Calor e seca inibem florada



O calor e o baixo volume de chuvas em setembro prejudicaram o desenvolvimento das flores

Florada segue tímida

Até o final de setembro, a tão esperada florada nos pomares paulistas ainda era bastante desuniforme. Muitas plantas ainda estão debilitadas em função da seca dos últimos meses e, até o início de outubro, apenas os poucos pomares irrigados floresceram uniformemente. Nas demais propriedades, onde a colheita da safra atual já terminou, também é possível observar um florescimento mais regular, entretanto, caso a seca perdure, o pegamento dessas flores pode ser comprometido. De modo geral, o setor espera que novas precipitações contribuam para que a florada apresente maior uniformidade ainda em outubro. Entretanto, é importante ressaltar que o Inpe prevê chuvas abaixo da média histórica no estado de São Paulo para este mês e que um maior volume deverá ocorrer apenas no início de novembro.



Cadê a laranja?

O volume de pêra disponibilizado ao mercado foi muito baixo em setembro. Além da ausência da oferta da pêra de primeira florada no período, a seca observada em São Paulo fez com que as frutas permanecessem miúdas e murchas. Dessa forma a oferta, que já é baixa, não atinge os padrões necessários para o mercado. Alguns produtores paulistas estão optando por não colher a fruta, esperando que novas chuvas resultem em aumento de tamanho e peso da laranja. No final de setembro, a chegada de uma onda de calor intensificou a procura pelos citros e com a baixa oferta da pêra, outras variedades, como a lima, ganharam destaque no mercado.

Indústria continua lenta

O comportamento atípico da safra deste ano modificou o calendário de processamento industrial. Em situações normais, a maior parte das fábricas opera em capacidade máxima de moagem a partir de setembro, reduzindo

o ritmo em novembro e fechando próximo a dezembro. Para esta safra, contudo, estima-se que 70% do volume de laranja produzido provenha das segunda e terceira floradas do ano passado e, assim, o pico de maturação desses frutos se iniciará a partir de outubro. Dessa forma, a expectativa é que a indústria intensifique suas atividades no mesmo período. Contudo, somente o volume disponível para moagem nos próximos meses é que irá determinar até quando as fábricas estarão operando. O reflexo dessa mudança no calendário das atividades da indústria foi a menor participação das empresas no mercado spot ou "portão". A maior parte das unidades vem recebendo apenas as frutas de contrato, em função da dificuldade em se encontrar a laranja com o ratio adequado para a produção de suco – com o atraso no desenvolvimento da safra, as frutas ainda estão muito verdes e ácidas. Os preços recebidos pelos produtores no portão encerraram o mês de setembro entre R\$ 9,00 – R\$ 9,80/ cx 40,8kg (posta).



Baixa oferta valoriza a fruta

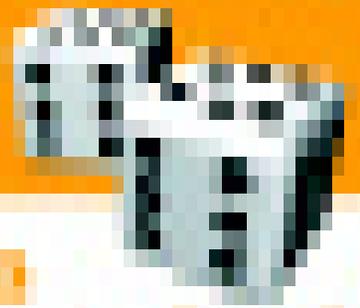
Preços médios recebidos pelos produtores pela laranja pêra na árvore e pela laranja posta no portão da indústria - R\$/ cx 40,8kg

Fonte: Cepea

Novos casos de Morte Súbita em São Paulo

Na última quinzena de setembro, o Fundecitrus divulgou três novos focos de morte súbita dos citros em pomares paulistas. A doença foi localizada nas cidades de Ibirá, Cajobi e Olímpia, no norte do estado. Agora, o número total de cidades com casos da doença subiu para 23 em São Paulo e Minas Gerais. O Fundecitrus calcula que a doença já pode ter atingido entre 1,3 a 2 milhões de árvores.

Qualitative
data from a new
open source



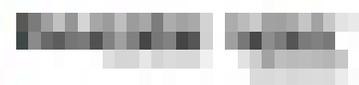
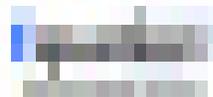
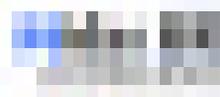
Team to
your own **Attitudi**



ATTITUDE

ATTITUDE

ATTITUDE



© 2014 Attitudi

