


## METAS PARA CRESCER SEM PERDER RENTABILIDADE



**AÇÕES PARA  
ESTIMULAR O CONSUMO E  
GARANTIR O AUMENTO DA  
PRODUÇÃO SEM PREJUÍZO  
AOS GANHOS DO SETOR**



# Cabrio Top®

## Produtividade sem fronteiras



Cultivando Inovação,  
Criando Valor

*Produto em fase de cadastro no Estado do Paraná para a cultura da uva.*

**ATENÇÃO**

Este produto é prejudicial 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 pessoas de idade inferior a 18 anos.

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo

Venda sob responsabilidade



Fale com a BASF

0800 192 500

agro@basf-sa.com.br



**BASF**

The Chemical Company

## ESTIMULAR O CONSUMO É A REGRA Nº 1

Nesta edição, a Hortifruti Brasil se lançou ao desafio de apontar algumas iniciativas que devem ser tomadas para que o setor cresça juntamente com a rentabilidade de todos os envolvidos na produção e comercialização de frutas e hortaliças. Dentre os diversos pontos elencados na Matéria de Capa, um merece destaque: o desenvolvimento do mercado consumidor.

Ações de marketing visando estimular o consumo dos hortifrutícolas são fundamentais, pois só com o aumento da demanda será possível escoar a produção sem que os valores dos produtos sejam pressionados. Nos últimos anos, as altas de preços dos hortifrutis estiveram sempre atreladas à redução momentânea da oferta. O ideal seria que a oferta estivesse ajustada ao consumo, garantindo que a rentabilidade dos agentes se mantivesse positiva e estável. Para que essa meta seja alcançada, o desafio principal é estimular o consumidor a comprar mais.

Nos últimos 10 anos, a oferta disponível no mercado interno por pessoa cresceu 2%. Já o preço real ao produtor caiu 45% em dólar, e a área reduziu-se em 6%. Como conseguimos então elevar a oferta? Com a maior produtividade obtida nas lavou-

ras, com o aumento do uso da tecnologia no campo.

Mesmo com a previsão de crescimento de 15 milhões de pessoas no Brasil para 2010, totalizando em 195 milhões de pessoas, o aumento previsto em produtividade será mais que suficiente para atender à maior demanda, sem que seja necessário aumentar a área. Em alguns casos, a área deve até mesmo reduzir com a elevação da produtividade e a saída de pequenos produtores do mercado.

Sem dúvida, precisamos continuar investindo em produtividade, qualidade e no gerenciamento das propriedades, mas o individualismo do produtor, mesmo do maior e do mais eficiente, não será garantia de uma rentabilidade positiva e estável no futuro. Começar a olhar mais para "fora da porteira", atuando coletivamente em ações em prol da necessidade dos consumidores ou em estratégias de aumento da demanda é o grande conselho da Hortifruti Brasil para todo o setor.



Margarete Boteon e Carolina Dalla Costa (esquerda para direita), foram as organizadoras da matéria de capa.



### 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 - MTB: 43126

**Equipe Técnica:**  
Aline Barrozo Ferro, Carolina Dalla Costa, Cinthia A. Vicentini, Daiana Braga, João Paulo B. Deleco, Marcel Moreira Pinto, Margarete Boteon, Magarita Mello, Rafaela Cristina da Silva, Renata E. Gaiotto Sebastiani, Thais Queiroz da C. Mello e Thiago L. D. S. Barros.

**Apoio:**  
FEALQ  
Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

**Diagramação Eletrônica/Arte:**  
Thiago Luiz Dias Siqueira Barros

**Imagem Capa:** sxc.hu

**Fotolitos:**  
BAU Fotolitos  
Fone: 15 3282-5463  
baufotolitos@fasternet.com.br

**Impressão:**  
IGIL - Indústria Gráfica Itu. Ltda.

**Tiragem:**  
6.000 exemplares

**Contato:**  
C. Postal 132 - 13400-970 Piracicaba, SP  
Tel: 19 3429-8809  
Fax: 19 3429-8829  
hfbrasil@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.

**VOCÊ AINDA  
INSISTE EM  
TRANSPORTAR  
FUNGOS?**

## CAIXAS PLÁSTICAS HORTIFRUTÍCOLAS

Mais Higiênico • Mais Resistência • Maior Durabilidade • Fácil Empilhamento

LANÇAMENTO - Caixa ZL 11 L

Caixa ZL 23

**LANÇAMENTO**

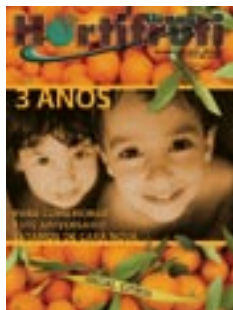
www.zanlin.com.br

**MATRIZ:**  
Rua Henrique Besse, 100  
PABX: (19) 3414-8200 • caixas@zanlin.com.br  
Campesina - Piracicaba - SP

**ESCRITÓRIO:**  
Rua Clélia, 2145 - 10ª andar - Cj. 102 - Lapa  
Tel: (11) 3871-1606 / 3875-5861  
São Paulo

**ZANLIN**

# Capa 06



A Hortifruti Brasil retoma os temas de suas 35 Matérias de Capa e aponta algumas ações que podem garantir o crescimento do setor sem prejuízos à rentabilidade.

# Fórum 24

Nossos pesquisadores indicam as principais ações a serem realizadas em cada setor para garantir crescimento da cultura sem prejudicar a rentabilidade dos agentes.

14 Batata

15 Tomate

16 Cebola

18 Citros

19 Uva

20 Mamão

21 Manga

22 Melão

23 Banana



## PRODUÇÃO DE BANANA

Estou realizando um estudo sobre a expansão da bananicultura (prata e nanica). Gostaria de obter dados de produtividade das regiões que já apresentam alguma expressividade na produção da banana, como Santa Catarina, São Paulo, Goiás, Mato Grosso, Norte de Minas etc.

Desde já agradeço.

[ciadafruta@nortecnet.com.br](mailto:ciadafruta@nortecnet.com.br)

Em consulta a leitores da **Hortifruti Brasil**, obtivemos a informação de que as lavouras de nanica produzem cerca de 28 t/hectare ao ano no norte de Santa Catarina, 35 t/ha ao ano no Vale do Ribeira e 60 t/ha ao ano no norte de Minas Gerais. Já a prata atinge, em média, 16 t/ha ao ano em Santa Catarina, 25 t/ha ao ano no Vale do Ribeira e 35 t/ha ao ano no norte de Minas Gerais. Não foi possível encontrar dados desagregados para Goiás e Mato Grosso. O IBGE estima que o Centro-Oeste tem produtividade média de 10,3 t/ha.

## Escreva pra gente!

Hortifruti Brasil

CP 132

CEP:13400-970

Piracicaba/SP

[hfbrazil@esalq.usp.br](mailto:hfbrazil@esalq.usp.br)



Acesse todas as edições:

[www.cepea.esalq.usp.br/](http://www.cepea.esalq.usp.br/)

[hfbrazil](http://hfbrazil)

## Errata:

O nome correto do presidente da Laranja Brasil é Marcos Santin.

**FRUTIFIO**  
PRODUTIVIDADE LÁ EM CIMA.

UMA LINHA COMPLETA PARA A FRUTICULTURA.

Aromas de Qualidade

**BELGO**

Belgo Bokart Aromas

0800 - 727 2000  
[www.belgabekaert.com.br](http://www.belgabekaert.com.br)

PREVENÇÃO é com

**HOKKO KASUMIN**

Prevenção contra fungos e bactérias

Com doença não se brinca: é melhor prevenir do que remediar. E a melhor proteção você tem com **HOKKO KASUMIN**, um produto sistêmico, que bloqueia completamente o speracimento de doenças causadas por bactérias e fungos. **HOKKO KASUMIN**: tecnologia HOKKO, consagrada no mundo inteiro por excelência de resultados.

**ATENÇÃO** Este produto apresenta fortes características antifúngicas e antibacterianas, sendo indicado para o controle de doenças causadas por fungos e bactérias em culturas de batata e tomate. Utilize sempre a equipamento adequado para a aplicação. Consulte o manual de instruções para maiores detalhes.

**ANDEF**

**HOKKO**

Arysta LifeScience

[www.hokko.com.br](http://www.hokko.com.br)



# A Amanco faz muito mais por você.

## Nosso negócio é levar água potável e saneamento a todos os cidadãos.

A Amanco, especialista em água, produz e comercializa Tubosistemas® para os segmentos de irrigação, revestimento de poços profundos e monitoramento do lençol freático (linha Geomecânico®), infra-estrutura e saneamento.

Número 1 na América Latina, desenvolve soluções inovadoras que evitam o desperdício e garantem plena produtividade para transformar água em vida sem agredir o meio ambiente.

Linha Geomecânico®.  
Soluções para poços  
profundos.



Tubosistemas® Amanco para  
Irrigação, Linhas Móvel, Fixa e  
Localizada.



**AMANCO**

[www.amanco.com.br](http://www.amanco.com.br) - 0800 701 8770

A Hortifruti Brasil lançou-se ao desafio de tentar enxergar o setor em longo prazo. Nesta edição, são propostas metas para modernizar o campo e promover o consumo com o intuito de melhorar a rentabilidade para o produtor.

# METAS

Por Margarete Boteon e  
Carolina Dalla Costa

O setor hortifrutícola cresceu nos últimos 10 anos. Entre 1994 e 2004, a produção de batata, tomate, cebola, uva, banana, manga, melão e mamão saltou de 14 para 17 milhões de toneladas, graças ao aumento médio de 30% na produtividade, no período, segundo dados do IBGE. Assim, mesmo com a redução na área plantada, conseguimos aumentar a produção e mais que duplicar o volume exportado.

Esse avanço se deve ao melhoramento tecnológico e gerencial das propriedades, aos ganhos de escala com aumento do porte das propriedades, à consolidação de novas regiões produtoras e à abertura do setor ao mercado externo. No entanto, a reestruturação do setor produtivo não foi suficiente para manter a rentabilidade no campo. Entre 1994 e 2004, o valor da produção por tonelada, em dólar, caiu em média 44%.

Mesmo com a diminuição no valor do produto nas roças e, conseqüentemente, no prato do brasileiro, o consumo per capita dos hortifrutícolas em geral se manteve estável no mercado interno.



# PARA CRESCER SEM PERDER RENTABILIDADE

## EM 10 ANOS

A produtividade do  
setor aumentou **30%**

A produção  
nacional  
de hortifrutícolas  
cresceu **20%**

As exportações  
avanzaram  
mais de **200%**

O valor da produção,  
em dólares por  
tonelada, caiu **44%**

A área de plantio está  
**6%** menor,  
devido à saída  
de pequenos produtores

O consumo per capita  
nacional **não** expandiu

*Fonte: Elaboração Cepea com dados  
do IBGE e Secex - 1994 a 2004.*



Esse cenário é similar ao registrado para as demais commodities agropecuárias nos últimos 10 anos. Na avaliação de Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros, professor titular da Esalq/USP e coordenador científico do Cepea - centro de pesquisas econômicas da Esalq responsável pela **Hortifruti Brasil** entre outras publicações –, os produtores estão em desvantagem na venda dos seus produtos e na aquisição dos insumos. Isso porque são poucas as empresas que adquirem produtos agrícolas e que fornecem insumos ao agricultor, o que torna o poder de barganha dessas organizações muito superior ao de milhares de produtores pulverizados. Do lado comprador da safra, a pressão vem especialmente de processadoras e grandes redes de supermercados, que travam um braço-de-ferro entre si para disputar a renda do consumidor, cada vez mais interessado em diminuir os preços.

Nesta guerra pelo consumidor, os preços da matéria-prima são reduzidos e as exigências de qualidade ampliadas. Para os produtores sobreviverem, precisam ser cada vez mais eficientes e propensos a adotar as mais modernas tecnologias redutoras de custos. Entretanto, o professor Barros alerta que, caso o mercado não absorva os excedentes da lavoura, o aumento da produção pode refletir em queda de

preços ao produtor a ponto de desestimulá-lo.

Assim, a fórmula de modernização do campo que beneficiou o País na geração de divisas, com o aumento das exportações agropecuárias, e reduziu os preços para o consumidor brasileiro está se esgotando e pode comprometer o desempenho do agrogócio no longo prazo, além de expulsar mais produtores do campo.

Para garantir que o aumento da produção não comprometa a rentabilidade do setor, ações devem ser desenvolvidas dentro e fora da propriedade, visando eliminar desperdícios na produção e atrair mais consumidores para os hortifrutícolas.

Nesta edição, a **Hortifruti Brasil** elenca algumas ações que devem ser implementadas pelos agentes do setor a fim de melhorar a distribuição da renda entre os diversos segmentos da cadeia. Os subsídios para esta discussão são declarações e artigos publicados nas 35 edições da **Hortifruti Brasil**, onde temas como tecnologia de produção, gerenciamento de propriedades, propostas de modernização das vendas e ampliação dos mercados interno e externo e ainda promoção do consumo de frutas e hortaliças foram abordados.

## A HORTIFRUTICULTURA NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

| Ano                          | Área plantada (mil ha) | Produção (milhões de t) | Produtividade (t/ha) | Disponível no mercado interno (kg/pessoa) | Valor da Produção (US\$/t) | Exportação (mil t) |
|------------------------------|------------------------|-------------------------|----------------------|---|----------------------------|--------------------|
| 1994                         | 988                    | 15                      | 15                   | 79  | 320                        | 148                |
| 1995                         | 986                    | 15                      | 15                   | 79  | 272                        | 74                 |
| 1996                         | 966                    | 13                      | 14                   | 70  | 219                        | 115                |
| 1997                         | 1,015                  | 15                      | 14                   | 74  | 218                        | 121                |
| 1998                         | 1,009                  | 14                      | 14                   | 73  | 249                        | 187                |
| 1999                         | 998                    | 16                      | 16                   | 77  | 140                        | 224                |
| 2000                         | 977                    | 15                      | 16                   | 75  | 163                        | 236                |
| 2001                         | 963                    | 17                      | 17                   | 79  | 166                        | 342                |
| 2002                         | 977                    | 18                      | 19                   | 85  | 142                        | 498                |
| 2003                         | 974                    | 18                      | 19                   | 84  | 145                        | 586                |
| 2004                         | 925                    | 18                      | 19                   | 80  | 180                        | 507                |
| Variação nos últimos 10 anos | 6%                     | 22%                     | 30%                  | 2%  | 44%                        | 243%               |

\* Dados agregados de batata, tomate, cebola, manga, melão, mamão, banana e uva.

Fontes: IBGE e Secex



# Amistar

A evolução natural dos fungicidas.

Para quem sabe  
que área  
verde é área útil.

## 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  
agronômico

**syngenta**

[www.syngenta.com.br](http://www.syngenta.com.br)

# AÇÕES PARA O SETOR HORTIFRUTÍCOLA

## CRESCER SEM PERDER RENTABILIDADE

Em suas 35 edições, a **Hortifruti Brasil** abordou nas *Matérias de Capa* temas de suma importância para o desenvolvimento da hortifruticultura nacional, principalmente para os produtos pesquisados continuamente pelo Cepea. Neste mês, nos lançamos ao desafio de retomar todos os assuntos já tratados e que ainda precisam ser desenvolvidos pelos profissionais, seja na própria fazenda ou nos elos seguintes, sozinho ou por meio de parcerias, para garantir o crescimento do setor sem prejuízos à rentabilidade.

O primeiro passo é cortar custos desnecessários na produção. Houve melhorias nestes últimos anos devido à difusão das “Boas Práticas Agrícolas” e ao aumento dos custos de produção. Diante da maior demanda por insumos cada vez mais caros e de preços de venda em queda, produtores passaram a eliminar exageros para tentar manter a rentabilidade, ampliando a eficiência no campo. Entretanto,

ainda há muito por fazer.

A organização dos produtores, por exemplo, é fundamental para a articulação entre os agentes do setor e também com outros segmentos. Deve-se voltar a pensar na comunidade rural, restabelecendo laços de confiança entre os produtores e trabalhando em grupo para que todos andem para frente. Com mais organização, ficará mais fácil cobrar do governo e dos demais setores a ajuda necessária para um plano estratégico de crescimento sustentável para o setor.

Somente com uma maior organização do setor produtivo será possível distribuir melhor a renda em todos os elos da cadeia no longo prazo. Há ações conjuntas em que todos se beneficiam, como maiores investimentos em pesquisa e desenvolvimento da produção e na produção, bem como em marketing institucional do produto, no intuito de estimular o consumo de frutas e legumes.



### MELHORAR A EFICIÊNCIA NO CAMPO:

- Racionalizar o uso da água na lavoura. O produtor deve solicitar a outorga, regularizando o uso da água em sua propriedade. Além disso, deve-se investir no uso de técnicas que minimizem os desperdícios com a irrigação.

- Melhorar o planejamento das atividades agrícolas. A pressa para cumprir tarefas do dia-a-dia, reflexo da falta de planejamento, faz com que o produtor ignore as recomendações agrônômicas. O manejo incorreto da adubação, a calibração errada dos equipamentos de aplicação de adubos e defensivos agrícolas reduzem a produtividade das roças e encarecem a produção.

- Adotar os princípios da Produção Integrada, visando a um produto mais seguro para o consumidor, com menos riscos ao meio-ambiente e socialmente correto, respeitando os direitos dos trabalhadores envolvidos na atividade agrícola.



### INVESTIR NA GESTÃO DAS PROPRIEDADES E NA COMERCIALIZAÇÃO:

- Profissionalizar a gestão da empresa agrícola. O produtor deve colocar em prática um programa de controle de custos e de receitas, com cadastro de fornecedores e de compradores. O controle do fluxo de caixa, a diminuição das relações informais de compra e venda e da inadimplência são ações urgentes na gestão das propriedades.

- Poucos produtores pensam no futuro da sua propriedade e nos sucessores para o negócio. Independentemente do tamanho do patrimônio ou do volume de dinheiro envolvido, o atual administrador deve planejar a sua sucessão na empresa, estimular os filhos a valorizá-la e a expandir o que os pais construíram.

- Estreitar a relação comercial com o varejo. Toda empresa tem que estabelecer um bom relacionamento com os compradores. No caso do produtor, é essencial trazer o cliente para conhecer o produto na

fazenda para que ele saiba os métodos de trabalho aplicados e as limitações agrônômicas do produto. Além disso, visitar os locais de venda do cliente é uma ação que permite compreender melhor a comercialização.

Organizar as vendas externas. O mercado internacional é uma alternativa viável para escoar a produção hortifrutícola nacional. No entanto, sem uma organização dos embarques daqui para frente, os preços ao produtor também poderão ser pressionados. Melhorar o planejamento das exportações é essencial para não causar excessos de frutas lá fora; o controle da qualidade do produto enviado também é fundamental para não prejudicar a imagem da empresa ou do País no exterior.



### **PARCERIAS COM OS COMPRADORES, PRINCIPALMENTE AS GRANDES REDES DE SUPERMERCADOS:**

Melhorar a qualidade do produto nas gôndolas dos supermercados. Em muitos casos, a condição não satisfaz totalmente o consumidor. Os produtores precisam se aproximar das exigências desses compradores, principalmente quanto à regularidade de oferta, qualidade e segurança do alimento. Do outro lado, o supermercado deve rever os incentivos dados aos produtores com vistas a obter a qualidade desejável por seus clientes.

Uso de rotulagem, divulgação de informações a respeito do produto e da sua origem dentro dos supermercados, varejões e feiras livres.

Parcerias para melhorar a imagem do setor quanto ao uso de agrotóxicos, divulgando ao consumidor a adoção de programas de Produção Integrada e o respeito à carência de defensivos agrícolas.

Mudar o conceito do consumidor quanto ao custo dos hortifrutícolas, ressaltando que frutas e legumes são acessíveis a todas as faixas de renda, estimulando o consumo de frutas regionais e da estação.

Dar espaço para que as associações organizem bancas de degustação dos seus produtos dentro dos supermercados; distribuição de brindes, prêmios e folders a respeito do produto.

Incrementar a parceria com as grandes redes de supermercados no exterior para promover o produto brasileiro em países da Europa, Oriente Médio, Ásia e Américas.

## **PRODUTOR SOZINHO NÃO AGREGA VALOR AO SEU PRODUTO**

O setor hortifrutícola foi impulsionado por empreendedores, pessoas que assumiram os riscos constantes das culturas, sem apoio de crédito ou política agrícola, e seguiram em frente, gerando empregos e abastecendo os mercados interno e externo. No entanto, a melhoria de cada propriedade ou unidade de comercialização não será garantia de valorização do produto hortifrutícola no futuro. Muito pelo contrário! Quanto mais os produtores restringirem seu planejamento a ações que somente resultem em aumento de produtividade, mais terão os valores pressionados pelos compradores em função da maior oferta disponível.

É necessário também que exista uma organização entre os produtores. Deve-se voltar a pensar na comunidade rural, restabelecerem-se os laços de confiança entre os produtores e trabalhar em grupo para que todos andem para frente. Assim, ficará mais fácil cobrar do governo, fornecedores e dos supermercados/agroindústrias a ajuda necessária para se criar um bom plano estratégico de crescimento sustentável no setor.

Essa organização deve priorizar parcerias que promovam mais pesquisa e desenvolvimento no campo, no intuito de produzir um produto cada vez mais saudável e adequado ao gosto dos consumidores. As parcerias também deverão assumir a responsabilidade de promover o consumo de frutas e hortaliças no mercado externo e, principalmente, no interno.





## PARCERIAS COM AS AGROINDÚSTRIAS:

Conveniência é fundamental para o consumidor brasileiro das grandes metrópoles e dos países de maior poder aquisitivo. Para isso, o desenvolvimento de um parque agroindustrial e a produção em larga escala dos minimamente processados são essenciais para a expansão das vendas do setor.

## PARCERIAS COM AS INSTITUIÇÕES DE PESQUISA E FORNECEDORES:

Investir em novas variedades, levando em conta as aptidões agronômicas como produtividade e resistência a pragas e a doenças e, principalmente, as preferências do consumidor moderno.

Aperfeiçoar programas que visem à melhoria da qualidade das frutas e hortaliças cultivadas no país, principalmente no pós-colheita.

Desenvolver tecnologias para aumentar a vida útil dos perecíveis e que permitam a produção em larga escala dos minimamente processados.

Mais pesquisas básicas a respeito de nutrição da planta e de manejo de pragas e doenças próprias do setor.

Mobilizar as Universidades e Centros de Pesquisa para que promovam uma maior difusão dos estudos acadêmicos para a comunidade hortifrutícola.

Mais registros de produtos químicos específicos para o setor, já que os novos certificados internacionais exigem que todos os produtos químicos utilizados na cultura sejam devidamente registrados.

Formação de agrônomos com conhecimento específico em hortaliças e frutas. A influência do vizinho ou do amigo que vende insumos é maior nas decisões do produtor que a do próprio consultor. Muitas vezes, a falta de conhecimento específico para a cultura por

parte do agrônomo leva o produtor a não confiar em sua recomendação.

Formação de técnicos agrícolas e engenheiros agrônomos em horticultura deve ser baseada nos princípios das “Boas Práticas Agrícolas”.



## PARCERIAS COM O GOVERNO:

Deve-se buscar estímulos governamentais capazes de melhorar a rede de distribuição de alimentos no País através de estradas mais seguras e de locais de comercialização que permitam a manter a qualidade da fruta no ponto final de venda.

- Mais linhas de financiamento para o setor com vistas a melhorar o fluxo de caixa do produtor, proporcionar sua continuidade no negócio e dar maior estabilidade aos preços ao consumidor.

- Cobrar do Ministério da Saúde campanhas nacionais enfatizando a importância do consumo diário de frutas e hortaliças para a saúde. O Ministério deve apoiar a “Estratégia Global para a Promoção da Alimentação Saudável, Atividade Física e Saúde”, da Organização Mundial da Saúde, e também elaborar uma estratégia brasileira de incentivo a hábitos saudáveis, fomentando o consumo de legumes, verduras e frutas.

- Estimular a criação de leis federais que controlem a venda e a comercialização de alimentos nutricionalmente inadequados nas escolas e que regulamentem as estratégias de marketing e propaganda, especialmente dirigidas a crianças e a adolescentes.

- Ampliar o programa de Produção Integrada visando não somente o mercado internacional, mas também o nacional. Isso significa produzir de forma segura ambientalmente, oferecendo produtos de maior qualidade, com padronização e certificados para o consumidor.

- Desenvolvimento e aplicação de políticas de comércio internacional visando à redução das barreiras tarifárias e não-tarifárias; bem como a busca por diminuição do “Custo Brasil” ao se exportar. Priorizar acordos comerciais que possam incentivar mais comércio, como a Alca, Ásia e a União Européia.

- Garantir um montante financeiro adequado aos órgãos responsáveis pelo controle e erradicação de pragas e doenças e exigir a certificação de viveiros de mudas e de produtores de sementes.



www.bayercropscience.com.br

www.bayercropscience.com.br

# PREVENÇÃO INTEGRADA BAYER

  
**PIN**Ba

PORQUE PREVENÇÃO É PRODUTIVIDADE.



## Batata supera

**R\$ 100/sc** no atacado  
de São Paulo



**Oferta deve  
aumentar  
com intensificação da  
safra da seca**



### Oferta segue baixa e preços explodem



Superando as expectativas, o preço da batata monalisa especial ultrapassou R\$ 100,00/sc de 50 kg no atacado de São Paulo, entre os dias 9 e 11 de maio. O produto chegou a ser comercializado a até R\$ 140,00/sc de 50 kg por alguns atacadistas, patamar antes nunca registrado pelo Cepea. O motivo para a supervalorização do tubérculo foi a baixa oferta durante a transição entre a safra das águas e a da seca, que esteve ainda mais acentuada nos dias de preços recordes. Entretanto, com o início da colheita nas lavouras da seca, na segunda quinzena de maio, a oferta aumentou. Como a demanda estava fraca, os valores do produto caíram. Mesmo com a desvalorização no final do mês, a batata atingiu um novo recorde de preços em maio. No atacado de São Paulo (SP), a monalisa especial foi comercializada a R\$ 79,36/sc de 50 kg, em média, no último mês, alta de 5,8% frente a abril, quando o tubérculo foi comercializado a R\$ 75,00/sc de 50 kg, em média.

### Argentina e Rio Grande do Sul aproveitam a baixa oferta

Normalmente o mês de maio é marcado pelo aumento do preço médio recebido pelos produtores frente aos demais meses da safra das águas. Essa valorização se deve à transição entre a safra das águas e a da seca. Neste ano, a redução do plantio na safra das águas de 2004/2005 limitou a oferta em maio e favoreceu a entrada da batata de outras localidades, como da Argentina e do Rio Grande do Sul, nos principais centros consumidores do País. Normalmente, nenhuma dessas praças consegue comercializar o produto no mercado nacional devido à qualidade baixa do tubérculo e à dificuldade de logística. Vale lembrar que os produtores de ambas regiões receberam valores significativamente inferiores aos obtidos pelos fornecedores de batatas de qualidade melhor. A batata argentina, por exemplo, foi comercializada no mercado interno a preços 50% menores que os do tubérculo nacional.



### Preços devem se manter elevados em junho

A colheita de batata deve ser intensificada neste mês na maior parte das lavouras da safra da seca. Com a maior oferta, a expectativa é que os preços recuem em relação a maio, mas ainda se mantenham historicamente elevados. O otimismo se deve à manutenção da área cultivada em relação a 2004, ocasionada pela escassez de semente no momento do plantio. Acredita-se também que algumas lavouras não devam apresentar produtividade excelente, dada as adversidades climáticas durante o desenvolvimento da planta. Em junho, as principais regiões que devem ofertar o produto são: sudoeste paulista, Sul de Minas Gerais, Brasília (DF)/Cristalina (GO) e Chapada Diamantina.



### Clima atrapalha início da safra da seca

O início da safra da seca no sudoeste paulista e em Brasília (DF)/Cristalina (GO) foi prejudicado pelo clima. Em Brasília (DF)/Cristalina (GO), o excesso de chuva em março atrapalhou o desenvolvimento do tubérculo, reduzindo a produtividade da região em aproximadamente 50% neste início de safra. No sudoeste paulista, as altas temperaturas impediram o desenvolvimento do tubérculo e limitaram o calibre da batata. Acredita-se que a partir de meados de junho as duas regiões devam recuperar a produtividade e a qualidade das batatas colhidas.



Fonte: Cepea



### Novo recorde em maio

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

# Academic<sup>®</sup>

## Proteção na Fórmula Exata Requeima e Míldio

Para proteger a sua cultura de batata, tomate e uva use Academic<sup>®</sup>. O novo fungicida protetor e sistêmico com fórmula micronizada e tensoativos especiais. Sua formulação apresenta uma concentração de princípios ativos com alto grau de sinergia, o que favorece um excelente desempenho no campo.



Requeima em batata



Requeima em tomate



Míldio em uva



### ATENÇÃO

Consulte os rótulos e folhetos técnicos para obter informações detalhadas sobre o uso, a aplicação e a segurança. Use sempre o equipamento adequado para a aplicação e siga as instruções de segurança.

Consulte o site [www.sipcamaagro.com.br](http://www.sipcamaagro.com.br) para obter mais informações. Produto de Uso Agrícola.



Venda sob  
receita de  
agrônomo



**SIPCAM  
AGRO**

# CEBOLA

Por Aline Barrozo Ferro



**Ministério da Agricultura  
controla  
importação  
argentina**



**Chuvas prejudicam  
a produtividade e  
a qualidade do  
bulbo nordestino**

## **Aumenta o controle sobre as importações do bulbo argentino**

No início de maio, uma barreira não-tarifária imposta às importações de cebola argentina mudou o cenário do mercado nacional. O ministério da Agricultura atuou com rigidez na fiscalização nas fronteiras, com o intuito de impor uma cota máxima para a entrada do produto no Brasil. Para isso, exigiu um documento do importador que deveria passar por Brasília (DF) e até o retorno da documentação, os caminhões ficaram parados, por pelo menos dois dias, nas fronteiras. Isso contribuiu com a entrada mais lenta e controlada da mercadoria estrangeira, impulsionando os preços do bulbo no mercado interno no início de maio. Com o mercado nacional mais atrativo, muitos importadores resolveram aumentar as compras no país vizinho, o que provocou um acúmulo da mercadoria nas fronteiras no final do mês. Isso fez com que o governo permitisse um maior fluxo do produto argentino nesse período o que novamente derrubou os preços internos do produto. O governo, entretanto, deve continuar regulando a entrada da cebola argentina no mercado nacional. Os agentes nacionais acreditam que as importações devam se manter baixas na primeira quinzena de junho, visto que muitos tiveram prejuízos com o aumento das compras e conseqüente queda dos preços em maio. Essas restrições ao produto estrangeiro são uma reivindicação antiga dos cebolicultores sulistas, já que o bulbo estrangeiro concorre com o produto do Sul no mercado doméstico. Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), entre janeiro e abril de 2005, foram enviadas ao Brasil quase 70 mil toneladas de cebola argentina, volume aproximadamente 95% superior ao verificado no mesmo período de 2004.

## **Produtores sulistas intensificam colheita e adiantam a safra**

A menor entrada do produto argentino, na primeira quinzena de maio, estimulou as vendas de cebola no Sul. Muitos produtores elevaram os valores do bulbo. No final do último mês, restava menos de 5% do total estocado para ser comercializado. No Paraná e no Rio Grande do Sul, o volume estocado era ainda menor.



## **Chuva prejudica safra nordestina**



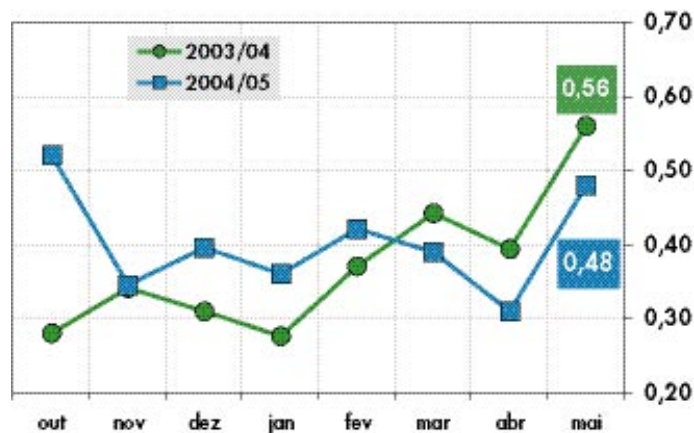
A chuva ocorrida entre o final de abril e início de maio atrapalhou a produção nordestina. Na região de Irecê (BA), onde a safra já tinha diminuído cerca de 40% devido à baixa produtividade das lavouras, os produtores tiveram prejuízos na qualidade do bulbo. As lavouras tardias, cultivadas com sementes híbridas e em áreas menores, tiveram perdas de aproximadamente 80% em função da incidência da antracnose. Desse modo, o restante da colheita, previsto para junho e julho, deve ser novamente inferior ao esperado. No Vale do São Francisco, as chuvas também atrapalharam a colheita, reduzindo temporariamente a oferta e prejudicando a qualidade do bulbo. A tendência é de aumento gradativo da oferta dessa região em junho, com intensificação em julho.



## **Produção paulista de bulbinhos deve ser menor neste ano**



A safra de bulbinhos das regiões de Piedade (SP) e Divinolândia (SP) já começou. A produção neste ano deve ser inferior à de 2004, em virtude da descapitalização dos produtores locais. A qualidade da cebola é boa, mas a produtividade das primeiras lavouras de Divinolândia (SP) foi inferior à esperada. O calor excessivo durante o desenvolvimento do bulbo adiantou o amadurecimento da cebola e limitou seu crescimento.



## **Redução das importações impulsiona preços em maio**

Preços médios recebidos pelos produtores de Santa Catarina e Rio Grande do Sul pela cebola - R\$/kg

Fonte: Capao

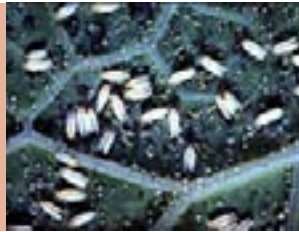


# TOMATE

Por Rafaela Cristina da Silva e  
Marcel Moreira Pinto



**São José de Ubá  
deve colher  
10 milhões  
de pés neste ano**



**Mosca branca  
compromete cerca de  
50% da produção  
de Paty do Alferes**

## Geminivírus derruba produção de Paty do Alferes

A mosca branca, principal praga do tomateiro, atingiu as lavouras de Paty do Alferes (RJ) nesta safra e comprometeu de 50 a 60% da produção local. De acordo com produtores, a produtividade dessas roças está em torno de 100 cx/mil pés nesta safra, frente às 200 ou 220 cx/mil pés colhidas em anos anteriores. Isso tem preocupado os tomaticultores da região, que não sabem se poderão recuperar os gastos com as lavouras. A incidência da mosca branca afetou também o desenvolvimento do produto, que não atingiu um bom calibre. Apesar de a virose já ter atingido a região em outros períodos, o uso de variedades resistentes ao geminivírus ainda é pequeno entre os produtores locais.



## São José de Ubá entra no mercado com oferta superior à de 2004

Tomaticultores da região de São José de Ubá (RJ) estimam que devem colher aproximadamente 10 milhões de pés nesta safra de inverno. Esse total é cerca de 66% superior à área plantada em 2004. Não há motivos concretos para o aumento do plantio local neste ano, uma vez que os ganhos obtidos pelos produtores no inverno passado foram pequenos. Os distritos que compreendem a região produtora de São José de Ubá são: Aré (RJ), Itaperuna (RJ), Monte Alegre (RJ), São João do Paraíso (RJ) e São José de Ubá. Alguns produtores iniciaram a colheita no final de maio, contudo, um maior volume deve ser ofertado apenas na segunda quinzena de junho.

## Clima dita rumo dos preços neste mês

A chegada do inverno deve reduzir a temperatura, determinando o volume de tomate ofertado no mercado interno e as oscilações do preço do produto neste mês. Para o Sudeste, principal região que colhe no período, o trimestre de junho a agosto é considerado o menos chuvoso do ano. Dados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) indicam que as temperaturas devem variar dentro da média histórica no período na região. Assim, não são esperadas precipitações excessivas, inverno rigoroso nem calor atípico nas lavouras do Sudeste. No início de 2005, havia expectativa da ocorrência do “el

niño”, no entanto, essa possibilidade não foi confirmada. No ano passado, as baixas temperaturas e a menor oferta proporcionaram a valorização do produto em junho. Naquela ocasião, o tomate foi comercializado entre R\$ 27,00 e 28,00/cx 23 kg nas lavouras de Sumaré (SP), Mogi Guaçu (SP) e Araguari (MG). Além do clima, a intensificação da colheita na região de São José de Ubá (RJ) também deve interferir na formação dos preços do tomate neste mês.



## Preço oscila em maio, mas fecha em alta



O tomate salada AA longa vida atingiu R\$ 60,00/cx de 23 kg nos atacados brasileiros entre os dias 09 e 13 de maio, devido à diminuição da oferta no período. Essa queda do volume foi causada por frentes frias que chegaram às regiões produtoras e retardaram a maturação do fruto. No entanto, com a elevação da temperatura em meados de maio, a oferta aumentou novamente, pressionando as cotações. O produto fechou maio a R\$ 29,02/cx de 23 kg, em média, na Ceagesp. Esse valor é 21,42% mais alto em relação ao de abril e 6,84% superior ao de maio de 2004. Apesar das oscilações ao longo do mês, o preço registrado em maio foi o mais elevado em 2005. Contudo, isso não foi o suficiente para animar os agentes, que não acreditam em altas muito expressivas neste mês.



## Maio registra maior preço de 2005

Preços médios de venda do tomate AA longa vida no atacado de São Paulo - R\$/cx de 23 kg

Fonte: Cepea

## Suco concentrado e congelado chega a US\$ 1.000/t em Roterdã



## Indústrias iniciam o processamento da nova safra



### Aumenta a colheita da pêra da safra 2004/05

A disponibilidade de laranja pêra da safra 2005/06 deve aumentar neste mês, principalmente no norte do estado de São Paulo, onde o clima favorece a maturação antecipada das frutas. No sul citrícola, a oferta permanece restrita, já que boa parte da produção ainda não atingiu o estágio de maturação ideal. Produtores locais acreditam que a oferta da pêra na região deve ser maior apenas em meados de julho. Com a aproximação do frio, citricultores acreditam que o *ratio* da fruta deva aumentar, permitindo que a colheita seja intensificada.



### Entressafra impulsiona preços do "limão" tahiti

A aproximação da entressafra do "limão" tahiti impulsionou os preços da fruta em maio, sobretudo na segunda quinzena do mês. A partir de junho, a oferta do produto deve permanecer baixa, sustentando as cotações. A expectativa é que volumes significativos do produto voltem a ser ofertados somente em novembro.



### Suco finalmente sobe em Roterdã

De acordo com a publicação britânica *FoodNews*, o suco de laranja congelado e concentrado foi cotado a US\$ 1.000/t em Roterdã na semana de 6 de maio de 2005. O produto vinha sendo cotado a US\$ 950/t nas semanas anteriores. *Traders* acreditam que o produto deve chegar a US\$ 1.200/t no próximo ano.

## Departamento de Agricultura da Flórida confirma cancro na Flórida

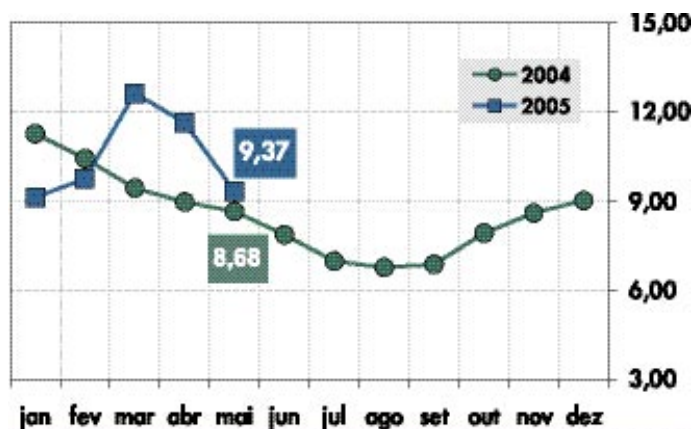
A descoberta do cancro cítrico em *Polk County*, a maior região produtora de citros da Flórida, causou muita preocupação aos produtores locais no último mês. A doença foi detectada em um viveiro da região e também em lavouras. Os produtores norte-americanos acreditam que os furacões que atingiram a Flórida no ano passado podem ter trazido a doença aos pomares locais.

### Indústrias iniciam a moagem da fruta

No começo de junho, algumas processadoras reabriram suas fábricas para a moagem das frutas da nova safra. Os preços pagos pelas processadoras ficavam entre R\$ 6,00 e R\$ 7,00/cx de 40,8 kg, no portão, no início deste mês. Maio foi decisivo para a efetivação dos contratos de longo prazo estabelecidos entre indústrias e citricultores. Boa parte dos produtores aproveitou os preços mais atrativos oferecidos no período – US\$ 3,00 a US\$ 3,50/cx de 40,8 kg para 3 anos – para efetivar os negócios.

### Oferta de poncã deve ser limitada neste mês

A oferta da poncã deve permanecer restrita neste mês. De acordo com citricultores paulistas, há um bom volume de frutas disponível nos pés, mas a maior parte ainda não atingiu o estágio de maturação ideal. A expectativa é que essas tangerinas sejam enviadas ao mercado apenas em julho, mas em um volume inferior ao registrado em 2004, devido à má formação das floradas para este ano. Outro fator que deve limitar a produção da poncã é a erradicação de algumas lavouras do estado. Os baixos preços recebidos pela variedade no último ano levaram muitos produtores a substituir seus pomares de poncã por variedades mais versáteis como a pêra ou até mesmo por outras culturas, como a cana-de-açúcar.



### Safra da pêra deve ser intensificada neste mês

Preços médios recebidos pelos produtores paulistas pela pêra, na árvore - R\$/cx de 40,8 kg

Fonte: Cepes



## Chuva **reduz** safra do Vale do São Francisco em **50%**



## Supercargueiros e aeroportos devem facilitar exportações



### Chuva compromete produção e qualidade da fruta nordestina



As chuvas que atingiram o Vale do São Francisco durante o desenvolvimento dos cachos resultaram em uma quebra de safra superior à registrada em 2004 na região. Estima-se que mais de 50% do volume previsto para esta safra foi perdido. Para as uvas sem sementes, os prejuízos devem superar os 70% do potencial produtivo da região. A incidência de doenças, rachaduras e podridão das bagas impediram que parte dos envios à União Européia fosse efetivada. O trabalho nos *packing houses* foi intensificado até a segunda semana de junho, para evitar novas desvalorizações nos últimos embarques. Apesar da baixa qualidade da fruta, as uvas brasileiras continuaram sendo enviadas à União Européia devido à escassez da fruta no mercado internacional, uma vez que o Chile e a Índia encerraram suas exportações em meados de maio. Os europeus também reduziram a exigência em relação ao *brix* da fruta importada. Segundo a Secex, as exportações acumuladas entre janeiro e abril deste ano foram 106% maiores que as do mesmo período de 2004; em receita o aumento foi de 177%. O bom desempenho das vendas internacionais esteve relacionado à maior produção nas novas áreas de cultivo do eixo Petrolina (PE)/Juazeiro (BA) e à escassez de fruta no mercado internacional.



### Baixa oferta no mercado interno contribui para alta de preços no Paraná



Mesmo com a menor qualidade das uvas paranaenses no final de maio, os preços médios recebidos pelos produtores de Marialva (PR) e do norte do Paraná permaneceram em patamares superiores aos registrados no mesmo período de 2004. A Itália foi comercializada, em média, a R\$ 1,25/kg, nas roças de Marialva, alta de 32% frente a maio do ano passado. Esse comportamento se deve à baixa oferta da uva no início da safra do Paraná e do Nordeste. No entanto, no final do mês de maio, os preços recebidos pelos produtores já se aproximavam muito dos valores do ano anterior. A intensificação da colheita paranaense e a baixa qualidade contribuíram com essa desvalorização, que deve continuar até o final da colheita previsto para este mês.



### Vale do São Francisco de olho na segunda janela de exportação

Os produtores de uva do Vale do São Francisco já começam a planejar os embarques do segundo semestre. A expectativa de aumento da produção entre outubro e dezembro, frente ao mesmo período de 2004, tem preocupado os exportadores, que temem não conseguir escoar todo esse volume para o mercado externo com agilidade. A boa notícia é que os supercargueiros que começaram a funcionar no porto de Suape, a 40 km de Recife, neste ano, podem acelerar as exportações. O maior movimento de cargas na região e a redução de custos transformam o complexo pernambucano em uma alternativa para as exportações de frutas produzidas no Vale do São Francisco. O *Brazilian Grape Marketing Board* (BGMB) estima que 80% dos embarques de uva de mesa do Vale devam ser realizados por Suape em 2005. No último ano, menos de 20% das vendas passaram por esse porto, sendo que a maior parte das cargas foi enviada através dos portos de Pecém (CE) - ainda a principal porta de saída das frutas brasileiras - e de Salvador (BA). Outra opção é o transporte aéreo, favorecido com a intensificação das operações do aeroporto de Petrolina (PE), principal centro de produção regional. Até 2004, essas exportações eram realizadas pelos aeroportos de Recife (PE) e Salvador.



### Baixa qualidade derruba preços

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

Fonte: Capes

## Frio atrasa a maturação do mamão e eleva os preços do havaí



## Valorização do havaí pode impulsionar os preços do formosa



### Frio atrasa maturação e valoriza o havaí

Em junho, o volume de mamão havaí produzido nas lavouras capixabas e baianas tende a ser menor que o de maio. Desde o final de abril as temperaturas médias nas roças vêm caindo, principalmente à noite, prolongando o ciclo de desenvolvimento do fruto e atrasando a maturação. Após a finalização do “pescoço”, em meados de maio, os produtores intensificaram a colheita, deixando poucos mamões nos pés para este mês. Com a maturação mais lenta, uma quantidade ainda menor deve chegar ao ponto ideal de colheita em junho, podendo contribuir com novas valorizações do produto. Apesar dos preços médios do produto em maio terem fechado abaixo da média verificada no mês anterior, no final do último mês, já era possível observar a valorização do havaí decorrente da maior permanência da fruta no mamoeiro. No último mês, o havaí tipo [12-18] foi comercializado, em média, a R\$ 0,51/kg no Espírito Santo, R\$ 0,52/kg no sul da Bahia e R\$ 0,52/kg no oeste baiano. Os fatores que podem dificultar novas altas para o mamão são a entrada de frutas de inverno no mercado, como a poncã e o morango, e a colheita de frutos verdes. Em maio, a antecipação da colheita já dificultou o escoamento da produção, uma vez que a preferência dos consumidores é pelo mamão “colorido”. Caso os produtores continuem colhendo o fruto antes do ponto ideal, os preços podem não subir.



### Expectativa de preços melhores para o formosa

Apesar de o frio nas regiões produtoras não ter aquecido os preços do formosa em maio, os produtores contam com a recuperação dos preços neste mês. Isso porque os valores do formosa tradicionalmente seguem os ciclos de alta e baixa do havaí - com alta nos preços dessa variedade, a tendência é que os valores do formosa subam também. No último mês, a comercialização do formosa foi prejudicada pela retomada da oferta do havaí ao mercado. Nos meses anteriores, a variedade não era facilmente encontrada devido ao período de “pescoço”. Com

a maior disponibilidade do havaí no início de maio, os consumidores preferiram adquirir essa variedade em vez do formosa. Assim, os preços do formosa, na roça, seguiram em baixa, a R\$ 0,19/kg no Espírito Santo, a R\$ 0,21/kg no oeste da Bahia e a R\$ 0,19/kg no sul baiano, em média, em abril.



### Exportações menores em maio

De acordo com exportadores, o volume de mamão embarcado em maio foi inferior ao exportado no mês anterior. Essa diminuição se deu pela irregularidade da oferta – já que muitos produtores colheram o havaí ainda verde, diminuindo a disponibilidade de frutos de qualidade no período – e por problemas fitossanitários como a pinta preta e a antracnose, causadas pela associação de chuvas à altas temperaturas. Para junho, a expectativa dos exportadores é de que o volume disponível seja ainda menor devido à chegada do frio noturno nas regiões produtoras, o que pode limitar os embarques neste mês. Dados da Secex indicam que as exportações de mamão acumuladas entre janeiro e abril de 2005 foram praticamente estáveis frente ao mesmo período de 2004. O volume diminuiu apenas 1% frente ao ano anterior e a receita, 2%.



Fonte: Cepaa

### Preços se mantêm estáveis em maio

Preços médios recebidos pelos produtores do Espírito Santo pelo mamão havaí tipo (12-18) - R\$/kg

## Produtores nordestinos pretendem **triplicar** exportações aéreas



## Pico de safra do Vale do São Francisco está previsto para **agosto**

### Colheita de tommy deve se manter estável em junho

Segundo produtores do Vale do São Francisco, o volume de tommy colhido em junho será similar ao registrado no mês anterior. Apesar de algumas propriedades intensificarem a colheita neste mês, o pico de safra está previsto somente para agosto. Com a previsão de melhora da qualidade da fruta, muitos produtores acreditam que as exportações devem aumentar, mesmo diante da concorrência com a manga mexicana no mercado internacional. Segundo o USDA, o México enviou cerca de 54 mil toneladas de manga para os Estados Unidos entre janeiro e meados de maio, volume aproximadamente 15% maior que o acumulado no mesmo período do ano anterior. Contudo, no final de maio, as exportações mexicanas já estavam caindo.

### Redução do frete estimula embarques aéreos

A redução das tarifas de frete aéreo tem incentivado os produtores do Vale do São Francisco a exportar as frutas da região, principalmente mangas e uvas, através de aviões. A meta dos agentes locais é triplicar o volume exportado via aérea até o final do ano. Para isso, vendas tradicionalmente efetivadas através de navios devem migrar para os aviões. Os principais destinos das frutas serão a Europa, a China e o Japão. Segundo a Secex, 6,4% do total de manga exportado em 2004 corresponde a embarques aéreos. No acumulado entre janeiro e abril deste ano, o volume de manga transportado via aérea foi 54% superior ao registrado no mesmo período de 2004. Os aeroportos que se destacam pelo envio de frutas são o de Salvador (BA) e o de Recife (PE). A principal vantagem do embarque aéreo é a redução do tempo de transporte frente ao marítimo, de modo que as frutas podem ser colhidas mais tarde, chegando ao país de destino mais frescas e em ponto de maturação adequado para o consumo. Assim, o percentual de frutos verdes por contêiner é menor e a incidência de doenças, como a antracnose e podridões, no momento de desembarque dos frutos também é inferior à verificada no transporte marítimo. As mangas comercializadas via

aérea acabam tendo um preço maior, mas sua aceitação por parte dos consumidores também aumenta, devido à qualidade superior dessas frutas. Mesmo com a maior frequência de vôos, neste ano, muitos produtores ainda têm dificuldades em encontrar espaço nos aviões, devido à concorrência com outros produtos não-perecíveis. Os exportadores vêm encontrando mais facilidade em escoar a fruta através de Salvador e Recife, que favorecem esses envios devido ao potencial de produção e exportação de frutas da região nordestina.



### Chuva reduz qualidade da fruta do Vale

A chuva que atingiu o Vale do São Francisco em meados de maio facilitou a disseminação de doenças fúngicas nos pomares e a ocorrência de podridões nos frutos. A baixa qualidade da manga limitou as vendas tanto no mercado interno quanto no externo, desvalorizando a fruta. No último mês, a tommy foi comercializada a R\$ 0,57/kg para o mercado interno e a R\$ 0,91/kg para o externo, em média, nas lavouras do Vale. Em Livramento do Brumado (BA), a qualidade da fruta também prejudicou as vendas. Nesta localidade, o problema foi a colheita prematura dos frutos, que chegaram no mercado doméstico ainda verdes.



### Menor oferta não garante preços altos

Preços médios recebidos pelos produtores do Vale do São Francisco pela tommy - R\$/kg

Fonte: Cepac



## Produção no Rio Grande do Norte e Ceará deve aumentar neste ano

### Rio Grande do Norte e Ceará intensificam o plantio

Produtores de melão do Rio Grande do Norte e Ceará intensificaram o plantio neste mês. Em maio, as chuvas contribuíram com a elevação da umidade do solo, facilitando o preparo da terra, sem prejudicar o tráfego de máquinas nas lavouras. Muitos exportadores já fecharam os contratos para venda internacional do fruto, principalmente para as variedades nobres. Entretanto, algumas negociações ainda devem ser estabelecidas neste mês. Durante a entressafra deste ano, o volume de colheita de melão amarelo foi 20% inferior em relação ao período mais importante do ano-safra. Produtores do pólo acreditam que a produção local de melão será maior neste ano que a de 2004, devido à maior venda de sementes e insumos na região. Acredita-se que apenas 20% do volume colhido na região será destinado ao mercado nacional, visto que os preços internos são menos atrativos frente aos internacionais.



### Produtores do Vale do São Francisco finalizam a colheita



A aproximação do encerramento da safra local, previsto para julho, deve limitar o volume de melão colhido no Vale do São Francisco neste mês. Em 2005, a área plantada na região foi aproximadamente 30% inferior à dos anos anteriores, totalizando em 1,5 mil hectares. A chuva de fevereiro e março dizimou as plantações de melão que estavam praticamente no ponto de colheita e prejudicou os novos plantios que seriam realizados no período. Assim, o pico de safra da região também foi deslocado. Para este mês, os produtores esperam um cenário favorável à comercialização do fruto com possível alta de preços, devido à previsão de um menor volume de colheita.

### Nova lei de trânsito na capital paulista

Para melhorar o trânsito na capital paulista, o prefeito José Serra assinou em abril um decreto impedindo a circulação de caminhões de grande porte nos horários de pico. As operações de carga e descarga nos estabelecimentos comerciais só poderão ser realizadas de segun-

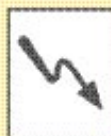
## Vale do São Francisco tem quebra de 30% nesta safra

da a sexta-feira, entre às 22 e 6 horas, e aos sábados, após às 14h. Aos domingos e feriados, não haverá restrição. Os estabelecimentos que desrespeitarem a regulamentação pagarão multa de R\$ 2,00/m<sup>2</sup> da empresa. Porém, algumas exceções foram abertas e, na Ceagesp, poderá haver carga e descarga em qualquer horário do dia. Contudo, está determinado que as demais centrais atacadistas com área superior a 20 mil m<sup>2</sup> serão atingidas pela nova lei – a exceção foi aberta só para a Ceagesp.



### Frio atrapalha vendas no Sudeste

A queda da temperatura no Sudeste durante o último mês prejudicou as vendas de melão. Nos dias mais frios, a demanda pelo produto é significativamente inferior à registrada durante o calor. A limitação das vendas em maio provocou retração dos preços, desanimando atacadistas e produtores das diversas regiões. No atacado houve sobra de frutas em muitos boxes, pressionando ainda mais os preços do melão. Na madrugada do dia 25, a ocorrência de chuvas na região provocou inundações na Ceagesp, ocasionou a perda de muitas caixas do produto. Atualmente, as normas de comercialização exigem que as frutas sejam embaladas em caixas de papelão. Essas absorveram umidade de modo que as caixas que estavam empilhadas despen-caram.



### Menor produção sustenta preços no Vale do São Francisco

Preços médios recebidos pelos produtores do Vale do São Francisco pelo melão amarelo tipo 6 - R\$/cx de 13 kg

Fonte: Ceagesp

# BANANA

Por Cinthia Antoniali Vicentini

## Ministério da Agricultura negocia volta das exportações para a Argentina



## Projeto Formoso deve incentivar a bananicultura na Bahia



### Frio pode reduzir o consumo de banana

A chegada do frio já reduziu as vendas da banana nos principais atacados do País. Com a retração do consumo, é pouco provável que os preços subam em junho. Outro fator que deve prejudicar a comercialização da banana é a entrada de frutas de inverno no mercado, principalmente da poncã. Em anos anteriores, a venda da banana foi dificultada pela entrada da tangerina no mercado nacional a preços atrativos. Apesar de os produtores de citros acreditarem que a oferta da poncã não deva aumentar significativamente neste mês, qualquer volume pode se tornar uma opção para os consumidores frente à banana, fruta disponível no mercado durante todo o ano. Em maio, houve acúmulo de nanica em algumas roças, devido à fraca comercialização da variedade. Esse cenário tende a se manter em junho, com a entrada da safra de algumas regiões. Para a prata, há tendência de melhoria na qualidade, mas os preços não devem reagir dada a provável retração do consumo durante o inverno.

### Santa Catarina volta a exportar para a Argentina

Em maio, as exportações de banana catarinense para a Argentina foram interrompidas por dois dias devido ao vencimento do prazo para que os produtores de Santa Catarina se adequassem às normas fitossanitárias exigidas para a entrada da banana brasileira no mercado argentino. O Ministério da Agricultura fez um acordo com o governo argentino propondo a substituição da análise laboratorial, que inviabilizaria as exportações devido à demora dos resultados, pelo tratamento da fruta contra o fungo *Verticillium theobromae*. Esse fungo não causa prejuízo na fruta no bananal, mas sim durante o transporte ou comercialização. Os danos são visíveis e o problema maior é a podridão no engasso, depreciando sua qualidade. Outra proposta brasileira para garantir a continuidade das exportações foi da padronização na estrutura das casas de embalagens existentes nas roças catarinenses, que ajudaria a manter um padrão de qualidade durante toda a safra. Alguns produtores demonstram insatisfação à proposta, que demandaria elevados investimentos. No

dia 22 de maio foi realizada uma minuta para transformar essa nova proposta numa portaria estadual. No dia 24 de maio, essa proposta foi enviada à Secretaria de Agricultura do estado. O início da colheita, no último mês, aliado à dificuldade para exportar, fez com que os preços da fruta catarinense caíssem 9% em relação a abril.

### Novos concorrentes da prata mineira

Atualmente, três regiões se destacam como as principais produtoras de banana do País: o Vale do Ribeira (SP), com 32,5 mil hectares, o Norte de Santa Catarina, com 14 mil hectares e o Norte de Minas Gerais, com 12,5 mil hectares plantados. Entretanto, novas áreas também vêm se destacando no setor. Na região de Cornélio Procópio (PR), por exemplo, aproximadamente 3 mil hectares são cultivados com banana maçã e nanicão, destinados aos mercados do Sudeste e Sul. Outra localidade que vem mostrando potencial para a bananicultura é Bom Jesus da Lapa (BA). Com a implantação do Projeto Formoso, pela Codevasf, mais de 12 mil hectares devem ser ocupados com agricultura irrigada até 2008. Atualmente, 6,2 mil hectares estão produzindo frutas, sendo 4 mil destinados ao cultivo de bananas, principalmente de prata anã. A intenção desses novos produtores é entrar no mercado durante a entressafra do norte mineiro, período no qual a demanda pela fruta supera a disponibilidade no mercado interno.



**Nanica segue tendência de queda**  
Preços médios recebidos pelos produtores do norte de Santa Catarina pela nanica - R\$/cx de 22 kg

## O que é preciso fazer para garantir crescimento com rentabilidade para o seu setor?

Neste *Fórum* especial, a **Hortifruti Brasil** convidou seus próprios analistas para opinarem sobre o futuro dos setores em que atuam. A análise de cada um é uma visão particular, mas fundamentada em opiniões de centenas de profissionais dos setores consultados periodicamente, em todo o Brasil.

### Batata

Rafaela Cristina da Silva e João Paulo Deleo, analistas do mercado de batata da **Hortifruti Brasil**.



### AGREGAR VALOR DIVERSIFICANDO

Este setor se encontra em um momento de transformação. No que diz respeito às questões de produção e gerenciamento das propriedades, já está bastante evoluído, contudo os produtores precisam aprender a vender seu produto, evitando as constantes altas e baixas dos preços.

Como fazer isso? Em primeiro lugar, através da rotulagem. O consumidor precisa saber o que está comprando, para qual finalidade é a batata que está adquirindo. Com isso, o produtor poderá obter um valor diferenciado por um cultivar e outro. Além disso, há necessidade de oferecer outros tipos de produto com a matéria-prima batata, derivados que atendam a diversos nichos de mercado e classes econômicas, como, por exemplo, batata pré-frita congelada, pratos prontos congelados à base de batata e uma infinidade de outros alimentos preparados com batata. Isso tudo, aliado a um marketing do produto, despertaria um maior interesse pelo produto, aumentando o consumo de batata.

### Banana

Cynthia Antoniali Vicentini, analista do mercado de banana e melão da **Hortifruti Brasil**.



### UMA ESTRATÉGIA PARA CADA REGIÃO

No caso da banana, as regiões precisam que desenvolvam ações locais, coordenadas às suas especificidades. O Vale do Ribeira, por exemplo, deveria investir em tecnologia que baixasse os custos de produção e estimulasse as exportações da região a preços mais competitivos. Para o Norte de Santa Catarina, o ideal seria a união dos produtores em associações ou cooperativas para ganharem

escala e eliminar os intermediários, elevando a renda dos agricultores. Já no Norte de Minas, produtores deveriam começar a pensar na comercialização internacional.

A região tem elevada qualidade em determinadas épocas do ano e escala suficiente para abastecer o mercado externo. Essa região ainda conta com um certificado de área livre de sigatoka negra, o que facilitaria as exportações. Mas, para isso, deveriam ser realizadas ações de divulgação da prata anã no mercado externo, para que os consumidores estrangeiros, acostumados com a nanica, conhecessem o sabor da nova variedade.



## ORGANIZAÇÃO, DIVERSIFICAÇÃO E IDENTIDADE

Organização, diversificação e identidade. Essas são três palavras-chave para uma mudança qualitativa no mercado de tomate.

A organização do setor deve atingir todos os elos da cadeia, pois não adianta criar cooperativas de produtores

se estas não souberem se articular com classificadores, atacadistas e varejistas.

Diversificar significa investir em opções para o consumidor, com o intuito de atender à demanda por um produto mais saboroso, ou mesmo implantar outras culturas paralelas ao tomate, no caso dos pequenos produtores.

Criar uma identidade forte e marcante também é essencial. Além de aproximar o produtor do consumidor final, dá mais credibilidade ao setor.



## Tomate

Rafaela Cristina da Silva e Marcel Moreira Pinto, analistas do mercado de tomate da Hortifruti Brasil.

## REGULARIZAR O ABASTECIMENTO DO MERCADO NACIONAL

O grande desafio para a cebolicultura nacional é instalar um sistema de gerenciamento da oferta que fosse transparente tanto por parte do setor produtivo quanto dos demais agentes.

A irregularidade da oferta dificulta a estabilidade dos preços da cebola no mercado brasileiro e impede que o produtor tenha uma

rentabilidade constante ao longo da safra, dificultado o planejamento para o próximo plantio. Muitas vezes, a previsão de aumento de preços provoca “enchentes” do produto no mercado e impede a valorização prevista.

Com um sistema capaz de estabelecer o volume de carga enviado, variações de preços poderiam ser evitadas, favorecendo a rentabilidade do setor no longo prazo.



## Cebola

Aline Barrozo Ferro, analista do mercado de cebola da Hortifruti Brasil.

**A solução barata e eficiente para rotulagem de frutas.**

**FACISLITO**  
Tel.: (11) 3255.5577 FAX: (11) 3257.0612  
[www.facislito.com.br](http://www.facislito.com.br)

Etiquetas com código de barras ou em branco.

CAJU  
MAGA  
ABACATE  
MAGA  
CAJU  
CAJU  
CAJU  
CAJU

CHILZAN FERREAN

## Manga

Thaís Queiroz da C. Mello, analista do mercado de manga da **Hortifruti Brasil**.



### PLANEJAR É PRIORIDADE NO SETOR

O aumento da rentabilidade da mangicultura no Vale do São Francisco está diretamente atrelado à melhor organização dos segmentos produtores e de comercialização do fruto. Nesse caso, os produtores deveriam estar mais atentos às tendências de mercado, como novas variedades, ter conhecimento da produção dos concorrentes externos e internos e também primar pela qualidade da fruta.

Em São Paulo seria interessante melhorar a tecnologia de produção, tornando a fruta mais atraente em preços e qualidade.

## Melão

Cinthia Antoniali Vicentini, analista do mercado de melão e banana da **Hortifruti Brasil**.



### AGREGAR VALOR COM QUALIDADE

Para que o setor possa se desenvolver com rentabilidade, seria necessário melhorar a qualidade dos frutos produzidos no Vale do São Francisco e estimular ainda mais a produção de melões nobres no Rio Grande do Norte e Ceará. Com uma maior difusão dos nobres, os produtores da Chapada do Apodi poderiam ganhar escala e ofertar a fruta a valores mais atrativos. Isso poderia contribuir com as

vendas externas e melhorar a aceitação desses frutos no mercado interno.

Para o Vale do São Francisco, a principal vantagem em investir na produção de frutos melhores seria a de comercializar a fruta a valores próximos aos do melão amarelo do Rio Grande do Norte e Ceará.

## Mamão

Margarita Mello, analista do mercado de mamão da **Hortifruti Brasil**.



### USO RACIONAL DOS INSUMOS

Um dos principais problemas da cultura do mamão é a desinformação técnica dos produtores que acabam aplicando uma quantidade desnecessária de adubos e defensivos nas lavouras. Com aplicações corretas, muitos gastos poderiam ser evitados, melhorando a rentabilidade dos produtores. No caso da infestação de doenças, que também vêm comprometendo a produção em algumas

áreas, seria necessária a intervenção das secretarias de Agricultura dos estados produtores. Deveriam ser enviados técnicos para as regiões contaminadas para orientar e fiscalizar as lavouras, garantindo que fossem tomadas providências a fim de controlar a disseminação dessas doenças.

## Uva

Renata E. Gaiotto Sebastiani, analista do mercado de uva da **Hortifruti Brasil**.



### DIVERSIFICAR COM QUALIDADE

No mercado externo, o grande desafio é ampliar as janelas de exportação. Para isso, uma política comercial brasileira agressiva e ações do setor como produção de variedades aceitas internacionalmente a um custo competitivo frete a outras origens produtoras são a saída para ampliar a liderança do Brasil no comércio internacional.

No mercado interno, promover os benefícios da uva à saúde e diversificar as variedades, que devem ser sempre colhidas em ponto de maturação ideal, são medidas que prometem melhorar a lucratividade do setor viticultor.



Tecnologia para tudo  
que se planta!

 **Dow AgroSciences**



[www.dowagrosciences.com.br](http://www.dowagrosciences.com.br)



# DuPont™ Midas BR®

fungicida



## Midas BR®. O fungicida superprotetor.

Midas BR® é o fungicida superprotetor da DuPont, que protege a **maçã gala** contra a **Mancha-Foliar-da-Gala**, com os seguintes benefícios:

- **Mais resistente à lavagem pela chuva** – evita perdas na aplicação.
- **Superproteção** – maior aderência à camada lipídica da folha.
- **Dois princípios ativos, diferentes modos de ação** – ideal para o gerenciamento de fungos resistentes.
- **Formulação e embalagem modernas** – que facilitam a armazenagem, o manuseio e o descarte.
- **Dois opções de embalagem** – saquinhos de 320 g ou 3,2 kg.



*Os milagres da ciência\**

\* marca requerida DuPont. © Copyright 2004-2005, DuPont do Brasil S.A. - Todos os direitos reservados.



**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 ou faça-o a quem não souber ler. 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 agrônômico.



0800 7401-0109



www.ag.dupont.com.br