

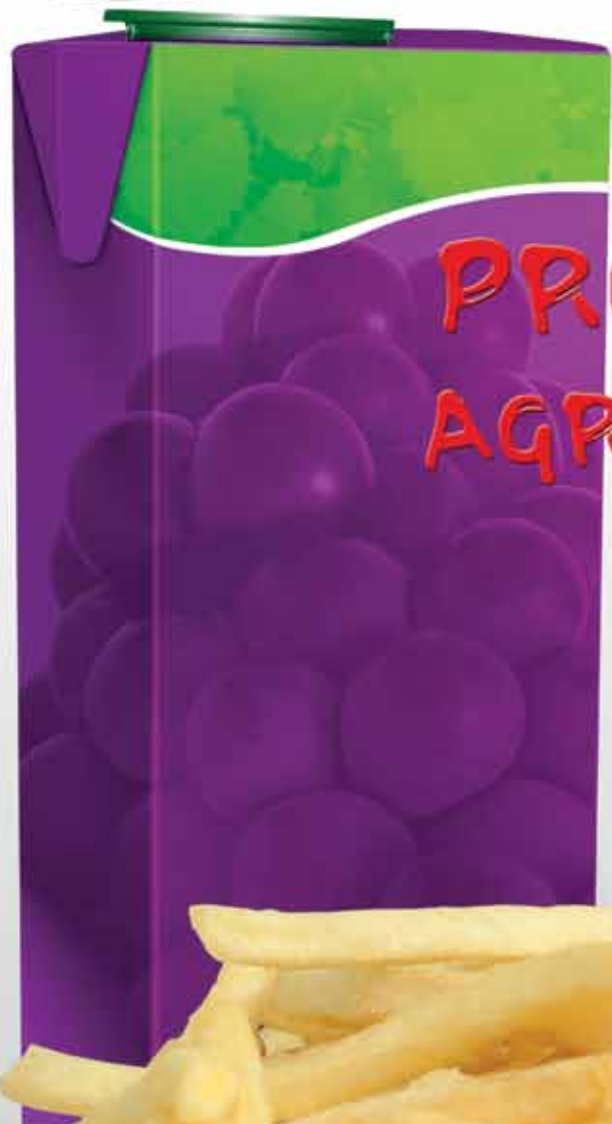
Hortifruti ^{Brasil}

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 10 - Nº 104 - Agosto de 2011 - ISSN 1981-1837



PROCURAM-SE AGROINDÚSTRIAS!

**Hortifrutícolas processadas
rendem mais de R\$ 5 bilhões
em 2010**



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

www.cepea.esalq.usp.br/hortifruti

Virose na sua plantação, só se você

Se você é produtor de tomate, use Chess para acabar com a transmissão de virose na sua plantação. Ele é o único inseticida no mercado que funciona paralisando a alimentação do pulgão e da mosca-branca e, com isso, impedindo que eles transmitam virose que atrapalha a sua plantação. Para garantir uma boa produção e frutos com vigor, use Chess.

Chess. Estratégico contra as viroses.

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

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.syngenta.com.br

não usar Chess.



 **Chess**[®]

syngenta.

CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DOS HORTIFRUTÍCOLAS ESTÁ MAIS COMPLEXA



Fernanda Geraldini (esq.), Ednaldo Borgato e Letícia Julião são os autores da matéria sobre industrialização dos hortifrutis.

A presente edição e a anterior da **Hortifruti Brasil** sinalizam que a cadeia de comercialização das frutas e hortaliças está cada vez mais complexa com o crescimento da renda e mudanças dos hábitos da população brasileira. Segmentos que oferecem praticidade à alimentação são os que mais crescem e agregam valor, proporcionando oportunidades de negócios para o setor produtivo de frutas e hortaliças. Para também se beneficiar da renda adicional do consumidor brasileiro, o produtor terá de buscar canais alternativos de comercialização, além do tradicional mercado de produtos frescos.

Estatísticas sobre dois segmentos

confirmam as mudanças nos hábitos do consumidor nacional: o crescimento do mercado de *food service* (serviço de alimentação) e dos produtos hortifrutícolas industrializados. Conforme a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia), o mercado de *food service* no País faturou R\$ 75,1 bilhões em 2010, 16,6% a mais do que os R\$ 64,4 bilhões de 2009. O varejo alimentício, por sua vez, teve receita bruta de R\$ 179,5 bilhões, crescimento de 12,8% no mesmo período.

O segmento de *food service* já foi analisado na edição de abril de 2009. Naquela ocasião, constatou-se que o distribuidor que atende as empresas de *food service* pode se tornar um importante parceiro do setor produtivo de frutas e hortaliças.

Quanto ao mercado de hortifrutícolas industrializados, este é o foco da *Matéria de Capa* desta edição. Segundo cálculos da **Hortifruti Brasil** apresentados adiante, o segmento dos hortifrutícolas processados em 2010 foi 13% maior que o de 2009, faturando mais de R\$ 5 bilhões.

A conclusão da matéria é que as

indústrias mais organizadas da hortifruticultura nacional, como a batata, tomate e suco de uva integral, podem ser alternativas de comercialização do produtor e proporcionar uma renda estável sem a alta volatilidade do mercado fresco. No entanto, ainda temos poucas unidades processadoras que seguem esse modelo de parceria e todas buscam produtores próximos das suas unidades, limitando a entrada de fornecedores de outras praças.

A respeito desses dois novos segmentos que têm crescido na hortifruticultura nacional, devem ser destacados o alto valor agregado que geram aos produtos e o baixo percentual que o preço recebido pelo produtor representa do preço final, pago pelo consumidor. Essa participação, no entanto, poderá elevar-se à medida que esse segmento cresça e aumente a sua dependência em relação à matéria-prima.

Nesse contexto, integrar-se mais aos serviços de alimentação e às indústrias de alimentação é um desafio e também uma oportunidade de crescimento da cadeia produtiva dos hortifrutícolas.



Beterraba

RUBIUS F1

Tecnologia Topseed Premium

Não se engane, **Rubius** é tecnologia **Topseed Premium**.

- Excelente sanidade de folha
- Elevada produtividade
- Uniformidade

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

www.AGRISTAR.com.br

Tel.: 24 2222-9000

Consento é a peça que você precisa para controlar a requeima de forma eficiente e fácil.



CONSENTO®

Você ganha em praticidade, sua lavoura em eficácia.

Na hora de prevenir a lavoura contra a requeima, é preciso estar de olho no tempo. Mais do que isso, é necessário usar um produto que seja prático e eficaz. Consento é tudo isso em um só produto!

É tempo de CONSENTO.



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 no rótulo. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO



Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Não encaminhe para reciclagem.



Bayer CropScience
Bayer, a bom

OPINIÃO



Consumo brasileiro de frutas e hortaliças

O brasileiro ainda não aprendeu a consumir frutas, verduras e legumes como fonte de alimentação. Precisamos “catequisar” melhor o consumidor brasileiro, fazendo-o crer que o consumo de frutas e hortaliças é saudável e fundamental, principalmente no inverno quando estamos mais vulneráveis a doenças. Muito se fala e pouco se faz, porém precisa-

mos um marketing forte principalmente junto ao público infantil e as donas de casa. Por incrível que pareça, a tal expansão do mercado brasileiro não se traduz em benefícios para a fruticultura. Ao invés de aumento de volume, houve diminuição para certos tipos de fruta.

David Ferreira – Itapetininga/SP

ÍNDICE

CAPA 08



Três agroindústrias – batata processada, polpa de tomate e sucos de frutas – são alvos de análise da presente edição por conta do forte crescimento desse segmento no País e da necessidade do setor encontrar alternativas frente ao canal tradicional de comercialização in natura. Confira!

FÓRUM 37

Profissionais da área explicam como o produtor pode ser fornecedor da agroindústria como mais uma forma de escoar sua produção.

SEÇÕES

TOMATE  **24**

BATATA  **26**

CEBOLA  **27**

CENOURA  **28**

MELÃO  **29**

MAÇÃ  **30**

BANANA  **32**

MANGA  **33**

MAMÃO  **34**

UVA  **35**

CITROS  **36**

EXPEDIENTE

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

Coordenador Científico:
Geraldo Sant' Ana de Camargo Barros

Editora Científica:
Margarete Boteon

Editores Econômicos:
João Paulo Bernardes Deleo, Larissa Pagliuca e Mayra Monteiro Viana

Editora Executiva:
Daiana Braga MTB: 50.081

Diretora Financeira:
Margarete Boteon

Jornalista Responsável:
Ana Paula da Silva MTB: 27.368

Revisão:
Alessandra da Paz, Daiana Braga e Flávia Gutierrez

Equipe Técnica:
Aline Mariana Rodrigues, Caroline Lorenzi, Diogo de Souza Ferreira, Ednaldo Borgato, Fernanda Geraldini, Fernando Cappello, Gabriela Mello, Helena Galeskas, Jennifer Campoli, Isabella Lourencini, Letícia Julião, Luana Kellen Manarim, Mayra Monteiro Viana, Margarete Boteon, Natália Salaro Grigol, Rafael Augusto Tapetti, Renata Pozelli Sábio, Rodrigo Nardini e Thiara Venâncio.

Apoio:
FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

Diagramação Eletrônica/Arte:
ênfase - assessoria & comunicação
19 2111-5057

Impressão:
www.graficamundo.com.br

Contato:
Av. Centenário, 1080 - Cep: 13416-000 Piracicaba (SP)
Tel: 19 3429-8808 - Fax: 19 3429-8829
hfbrazil@esalq.usp.br
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrazil

A revista Hortifruti Brasil pertence ao Cepea

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



HORTIFRUTI BRASIL NA INTERNET

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

Entre também no blog e no twitter:

www.hortifrutibrasil.blogspot.com

www.twitter.com/hfbrazil

ESCREVA PARA NÓS.

Envie suas opiniões, críticas e sugestões para:

Hortifruti Brasil - Av. Centenário, 1080 - Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)

ou para: hfbrasil@esalq.usp.br

Achei interessante a matéria, pois mostra que devemos trabalhar muito para a mudança de hábitos alimentares e na promoção do consumo de frutas, verduras e legumes. Só o aumento de renda não garante o aumento do consumo. Não basta produzir bem e com qualidade se os meios de distribuição e transporte de nossos produtos estão precários, não garantem a qualidade e diminuem a vida dos produtos antes de chegar à mesa dos consumidores.

José Lourenço Pechtoll – Santo André/SP

A *Matéria de Capa* mostra que podemos crescer muito na produção de hortifrutis, pois pessoas para consumi-los o País tem, basta haver incentivo de consumo. É preciso haver uma compensação por parte do governo para produtores de frutas e hortaliças. Acredito que o aumento de renda esteja refletindo no maior consumo do brasileiro, pois trabalhamos em um projeto que está crescendo em função do aumento de consumo de frutas.

Carlos Távora – Tangará da Serra/MT

A matéria tem um levantamento coerente, relevante e de grande expressividade, tendo em vista a quantidade e qualidade de informações via descritiva e gráfica. Acredito ser um tema de grande desafio para todos nós da cadeia produtiva de HF. O aumento de renda tem beneficiado o setor, pois trabalho há tempos em multinacionais do segmento de HF e estamos num cenário muito mais promissor.

Sandro Marcel Carvalho – Jundiá/SP

O aumento da renda do brasileiro não favoreceu necessariamente o consumo de hortifrutis, já que caiu o consumo de batata. Gostaria de ver na revista uma atualização da área plantada dos últimos anos, principalmente da cultura da batata.

Emanuel Alexandre Coutinho Pereira – Bueno Brandão/MG

Achei a matéria muito importante, o aumento do consumo evitaria também muitas doenças que não estamos dando muita importância, sobretudo para as crianças em idade escolar. Sugiro abordar na revista sobre a alimentação de hortifrutis nas escolas.

Adilson Pinto – Saquarema/RJ

Agradecemos todos os nossos leitores. Opiniões, sugestões ou críticas são muito importantes! Com relação à sugestão do leitor Emanuel, a cada Anuário (edição de dezembro) fazemos a atualização de área de batata nas principais regiões de coleta de informações do Hortifruti/Cepea. Ao leitor Adilson, sugerimos conferir a edição de abril de 2010 sobre Alimentação Escolar, que dimensiona o consumo de frutas e hortaliças nas escolas e mostra o potencial desse segmento de mercado ao setor hortifrutícola. Todas as edições da Hortifruti Brasil estão disponíveis em www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil.

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



Cebola é Nunhems



A Nunhems é a Especialista Global que desenvolve variedades híbridas para toda a cadeia produtiva. A Nunhems disponibiliza ao produtor as sementes das melhores cebolas que atendem aos mercados mais exigentes. Se você produz e comercializa cebolas com qualidade, então, a sua escolha é a Nunhems.

Colha conosco os melhores resultados!



Fone: (19) 3733.9500 | Fax: (19) 3733.9505
nunhems.info.br@boyer.com



www.nunhems.com.br

PROCURAM-SE AGROINDÚSTRIAS!

Hortifrutícolas processadas rendem mais de R\$ 5 bilhões em 2010

Todas as pessoas têm necessidade de se alimentar, e a redução do tempo livre tem sido responsável cada vez mais pelo aumento no consumo de alimentos industrializados, inclusive os hortifrutícolas. A agroindústria hortifrutícola já movimentou no País montante financeiro significativo e apresenta crescimento de mercado maior que o da fruta fresca destinada tanto ao mercado interno quanto ao externo.

Considerando-se somente os principais produtos industrializados hortifrutícolas com foco no mercado brasileiro, como sucos prontos, atomatados e batata processada, pode-se observar que o setor movimentou mais de R\$ 5 bilhões em 2010. Na comparação dos mesmos itens, o crescimento de 2009 para 2010 foi de 13%.

Esse avanço é motivado pelo ritmo de vida acelerado nos centros urbanos, bem como pela mudança na estrutura das famílias. Podemos citar como exemplo as mães que antes se dedicavam 100% ao cuidado do lar e agora trabalham fora e o aumento no número de pessoas morando sozinhas. Segundo dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de brasileiros morando sozinho triplicou em 20 anos, totalizando 6,9 milhões em 2010. O aumento do mercado consumidor nacional, patrocinado especialmente pela ampliação da classe C, também contribuiu para as agroindústrias expandirem seus investimentos no País.

Para os hortifruticultores, o habitual é o fornecimento da




maior parte de seus produtos para o consumo *in natura* e de uma parcela menor à indústria. No geral, a venda da matéria-prima às agroindústrias é vista como canal alternativo de escoamento da produção, principalmente do produto que não é aceito no mercado fresco. Mas em alguns setores, a divisão da oferta já não é bem assim. A indústria da batata e a do tomate, por exemplo, apresentam um setor de processamento mais organizado e trabalham com contrato de fornecimento para atender ininterruptamente sua demanda.

As indústrias de batata e tomate processam variedades diferentes das que são comumente destinadas ao consumo *in natura*. Assim, têm relação mais formal com seus fornecedores através de contratos com especificações da qualidade e do volume a ser entregue, dispondo-se, inclusive, a oferecer linhas de financiamento para o produtor investir na cultura. Já a indústria de suco, a relação entre o produtor e a indústria varia com o tipo da fruta, desde as mais formais como laranja e a uva, até as que se abastecem do excedente da produção, como a manga.

Diante do forte crescimento das agroindústrias no País e da necessidade de o produtor encontrar alternativas ao canal tradicional de comercialização *in natura*, a **Hortifruti Brasil** analisa nesta edição os avanços desse segmento em três setores que mais têm se destacado: o de batata, de tomate e o de suco de frutas. O propósito é avaliar as oportunidades, os desafios, vantagens e desvantagens de o produtor tornar-se fornecedor de matéria-prima para as agroindústrias hortifrutícolas.

Faturamento superou R\$ 5 bilhões em 2010

Agroindústria hortifrutícola faturou mais de R\$ 5 bilhões em 2010

	Sucos de frutas prontos para o consumo	Atomatados	Batata chips e congelada*
Faturamento 2010 (R\$)	 R\$ 2 bilhões	 R\$ 1,6 bilhão	 R\$ 1,44 bilhão
Crescimento 2010/2009 (%)	23%	5%	18%

Fontes: Nielsen e Secex; elaboração Hortifruti Brasil.

* O faturamento da batata congelada, especificamente, considera somente o montante gasto com a importação do produto; não está incorporado o total gerado pelas agroindústrias nacionais de batata pré-frita congelada.

Mais

tempo aberto para a produtividade.



 Galben® M

- Fungicida sistêmico eficiente até em períodos chuvosos
- Age por dentro e por fora de maneira uniforme
- O parceiro perfeito quando aplicado com Ranman
- Eficaz no controle da requeima

SE O TEMPO VAI FECHAR, VÁ DE GALBEN M.



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 receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Uso exclusivamente agrícola.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.

fmcagricola.com.br

FMC

Fazendo Mais pelo Campo

Ranman: produto registrado Ithira.

08/157

BATATA PROCESSADA TOMA ESPAÇO DA *IN NATURA*

FATURAMENTO ULTRAPASSA OS R\$ 1,4 BILHÃO/ANO

- ▶ **Batata (matéria-prima) consumida por brasileiros na forma processada: 800 mil toneladas/ano**
- ▶ **Batata nacional (matéria-prima) processada: 300 mil toneladas/ano**
- ▶ **Principais produtos:** batata chips ondulada, lisa, palha e congelada
- ▶ **Faturamento (2010): 1,4 bilhões**



Produto	Faturamento - milhões de R\$ (2010)	Crescimento de 2009 para 2010 (%)
Batata ondulada	551	11%
Batata lisa	222	19%
Batata palha	334	12%
Batata congelada*	338	36%

Fonte: Estimativas dos autores com base em dados fornecidos pela ABBA, Nielsen e Secex. *Dados subestimados, pois foi considerado somente o valor de importação e não o faturamento com as vendas ao consumidor, além do que a produção nacional não está contabilizada.

Ao contrário do produto *in natura*, que apresenta consumo em queda nos lares brasileiros, a demanda por produtos industrializados à base de batata encontra-se em pleno crescimento, segundo dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE. Segundo essa pesquisa, o consumo por pessoa de batata *in natura* dentro de casa, em 2008, foi 24,1% menor que em 2002. Já em relação à batata congelada, houve aumento de 37,3% no mesmo período. Esse crescimento não inclui as batatas industrializadas consumidas fora do lar (restaurantes e redes de *fast food*), onde houve também um forte aumento do consumo no período.

Os principais produtos industrializados da batata são: chips ondulada, lisa, palha e pré-frita congelada. Segundo estimativas da Associação Brasileira da Batata (ABBA), do total produzido no País, cerca de 10% são destinados ao processamento - o equivalente a aproximadamente 300 mil toneladas. A oferta final do produto é, em boa parte, composta pela batata congelada importada, principalmente da Argentina e da Europa. Em 2010, o Brasil comprou cerca de 250 mil toneladas de batata congelada, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), o equivalente a 500 mil toneladas da matéria-prima (1 tonelada da tubérculo *in natura* produz 500 quilos de pré-frita congelada). Somando-se a produção nacional (300 mil) e a importação, estima-se que o brasileiro tenha consumido naquele ano 800 mil toneladas da batata (volume *in natura*) na forma processada.

O País tem desenvolvido seu parque industrial da pré-frita congelada. Uma das empresas de destaque é a Bem Brasil Alimentos, que processou, em 2010, 80 mil toneladas

de batata, o equivalente a 40 mil toneladas do produto congelado. Segundo pesquisa publicada pelo site *Supermercado Moderno*, a marca Bem Brasil é a quarta mais conhecida (entre 200 marcas) pelos varejistas do País na categoria de batata congelada, somente atrás das gigantes das indústrias de alimentos: Perdigão, Sadia e McCain.

Esta última é a maior fornecedora de batata congelada no País. A McCain tem sua planta processadora na Argentina e comercializa com as principais empresas de alimentos instaladas no Brasil e também através de sua marca própria. Em 2010, apesar de a Nielsen não revelar números de faturamento, as estimativas da consultoria são de que as vendas de batata congelada cresceram 10% em volume sobre 2009.

Já a produção de batata *snack* (salgadinhos), que inclui a ondulada, a lisa e a palha, boa parte é produzida no País. A previsão da ABBA é de um processamento anual entre 150 mil e 200 mil toneladas de batata. O rendimento da batata chips é menor que a congelada: 1 tonelada do tubérculo produz 250 quilos de batata chips. A maior processadora nacional desse tipo de produto é a Elma Chips, do grupo PepsiCo. Em 2011, a Elma Chips divulgou que deve processar 140 mil toneladas de batata *in natura*, aumento de 12% sobre 2010 - ano em que o processamento atingiu 125 mil toneladas de batata.

O volume de vendas de batata *snack* também é crescente. Segundo dados da Nielsen, em 2010, esse mercado subiu 7% frente a 2009, passando a 164,1 mil toneladas de batata *in natura*. O faturamento com as vendas desse produto, por sua vez, avançou expressivos 13,6% no mesmo período, totalizando R\$ 1,1 bilhão em 2010.



**SUA BATATA TURBINADA,
DO PLANTIO À COLHEITA.**

MELHOR QUALIDADE
Cantus[®]

MELHOR CLASSIFICAÇÃO
DOS TUBÉRCULOS
Cabrio[®] Top

Você pode mais. Sua lavoura pode mais.

www.agro.basf.com.br

0800 0192 500

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

CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRÔNOMICO.



Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Incluir outros métodos de controle de doenças/pragas/plantas infestantes (ex.: controle cultural, biológico etc) dentro do programa do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Para maiores informações referentes às recomendações de uso do produto e ao descarte correto de embalagens, leia atentamente o rótulo, a bula e o receituário agrônomo do produto. Produtos registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento sob n^{os} Cantus[®]: 7503 e Cabrio[®] Top: 1303.

Sistema AgCelence Batata

 **BASF**

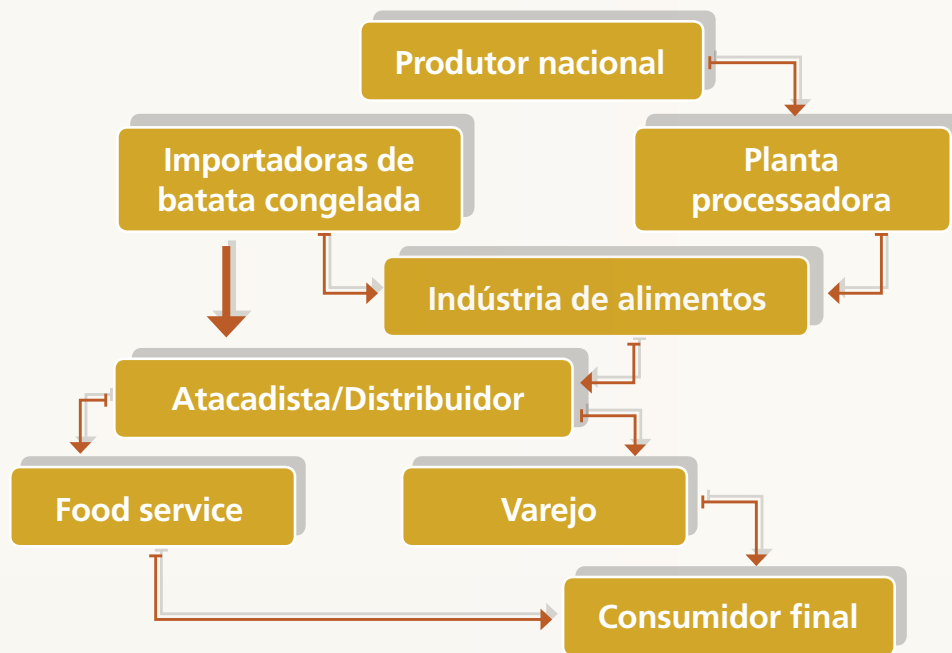
The Chemical Company

A tendência é que o consumo tanto de batata *snack* quanto a congelada siga crescendo, puxado pela busca do brasileiro por comodidade ao preparar as refeições e também pela melhora da sua renda. Nesse cenário, há francas oportunidades para a indústria nacional expandir-se. No segmento em que ainda é forte a importação (batata congelada), os números do Brasil já chamam a atenção em escala internacional.

Segundo o Serviço de Agricultura Estrangeira, do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) em publicação feita em novembro de 2010, o Brasil é o terceiro maior importador de batata congelada, atrás apenas dos Es-

tados Unidos e do Japão. No mesmo relatório é apresentada a estimativa de que a Europa pode se tornar o principal fornecedor de batata congelada para o Brasil nos próximos anos, ultrapassando a Argentina. As importações brasileiras da batata congelada européia seriam motivadas pelo Real valorizado aliado à abundância do produto na Europa, o que reduz drasticamente os preços. Além disso, os custos de processamento da batata industrializada no Brasil praticamente se igualam aos de importação, fato que motiva ainda mais as indústrias que comercializam esses produtos no atacado e varejo a adquiri-la fora do País ao invés de arcar com a produção.

CADEIA AGROINDUSTRIAL DA BATATA



ONDE ESTÃO AS PROCESSADORAS DE BATATA NO PAÍS?

A localização da indústria processadora de batata é de extrema importância para a redução dos custos de produção. Por esse motivo, estão instaladas próximo às principais regiões produtoras da matéria-prima. Além de a batata ser perecível, longas distâncias implicariam perdas mecâni-

cas. A compra de batatas de regiões mais distantes ocorre apenas quando há problemas de oferta nas praças próximas à unidade de produção. Os estados onde estão as indústrias de batata são Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Pernambuco.

Localização das maiores processadoras de batata no País

Empresa	Localização
Elma Chips (Grupo PepsiCo)	1. Itu, Sorocaba e Tietê (SP), 2. Curitiba (PR), 3. Porto do Suape (PE) e 4. Sete Lagoas (MG)
Bem Brasil Alimentos	5. Araxá (MG)
Cooperativa Castrolanda	6. Castro (PR)
Hortus Agroindustrial	7. Ibicoara (BA)

Fonte: Hortifruti Brasil, 2011

VALE A PENA SER FORNECEDOR DE BATATA PARA A INDÚSTRIA?

Para se responder a essa pergunta, foram consultados representantes de grandes indústrias de batata chips (ondulada e lisa), da indústria de batata pré-frita congelada (indústria e cooperativa de produtores), bem como fornecedores dessas empresas. No caso da batata palha tradicional, o mercado é mais pulverizado e uma boa parcela dele é abastecido com o refugo das lavadoras de batata fresca, sem uma formalização da relação comercial entre agroindústria e o produtor. Exceção a essa informalidade de relacionamento é encontrada nas grandes empresas de batata chips ondulada e lisa, que também produzem a palha. As demais agroindústrias da batata, alvo de análise desta edição, apresentam uma relação formal na aquisição da matéria-prima com os produtores.

Quanto aos valores recebidos pelos produtores, tanto as cooperativas quanto as indústrias os definem de acordo com o custo de produção da batata, estimando uma margem de lucro para o produtor. A maioria dos contratos é anual, mas nos casos em que a região não produz o ano todo, como no Paraná, onde há a safra das águas e das secas, há a possibilidade de fechamento por safra.

Segundo os entrevistados, os preços pagos ao produtor não costumam oscilar tanto de uma safra para outra, bem como os custos de produção – exceto em casos de perda de produtividade. Assim, para os bataticultores que comercializam com as grandes indústrias, tal negociação é considerada satisfatória devido à estabilidade na receita.

Há requisitos para se tornar um fornecedor de batata para as processadoras. O produtor deve empregar as tecnologias mais modernas de produção para garantir elevada produtividade, qualidade, padrão e pontualidade na entrega.

Um requisito importante é a limpeza e a ausência de defeitos na batata destinada à industrialização. Esses fatores podem auxiliar na eficiência do processamento – no caso dos defeitos, podem causar também grandes perdas no descascamento. O alto teor de açúcar, por sua vez, tem influência negativa sobre a formação da cor dourada no momento da fritura. A maturação dos tubérculos também influi na qualidade do produto final. Quanto mais maduros, maior será o teor de sólidos e, conseqüentemente, mais fácil será o manuseio, armazenamento e processamento, resultando em um produto final de maior qualidade.

Os requisitos de padrão do tubérculo são forma, peso e tamanho. As indústrias preferem os maiores e arredondados, já que facilitam o descascamento com menor perda. Além disso, um tubérculo mais graúdo facilita a classificação e a embalagem do produto acabado – garantindo assim o tamanho mais padronizado tanto para a batata chips quanto para a batata palito. No caso do peso, quanto mais pesada é a matéria-prima, maior é o seu teor de sólidos, favorecendo melhor textura e menor oleosidade ao produto final.

O fornecedor deve produzir as variedades requeridas pelas processadoras. A indústria de batata chips demanda basicamente a batata atlantic, enquanto as empresas de batata pré-frita congelada aceitam principalmente as variedades asterix e markies.

O perfil do fornecedor atual é de médio a grande porte porque há necessidade de se ter uma boa infraestrutura para manter o ritmo de colheita, independente de chuvas ou de outros contratemplos.

AGROINDÚSTRIA DA BATATA: Pontos fortes, fracos, desafios e oportunidades para o fornecedor

AJUDA

FATORES INTERNOS

Pontos Fortes

- ▶ As indústrias definem o preço pago pela saca de acordo com os custos de produção, somando uma margem de lucro ao produtor;
- ▶ Menor oscilação dos preços em comparação ao mercado *in natura*. O produtor está protegido contra oscilações nos preços da batata.

FATORES EXTERNOS

Oportunidades

- ▶ O consumo de batata pré-frita congelada e chips é crescente.

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Em casos de altos preços no mercado *in natura*, o produtor não se beneficia, já que o preço recebido é pré-fixado;
- ▶ Não admite problemas com sazonalidade da oferta: o contratado para ser entregue em um período precisa ser cumprido.

Ameaças

- ▶ A forte concorrência com o produto importado congelado, com preços competitivos, limita a ampliação do parque agroindustrial nacional da batata congelada.

ENTRADA DE GIGANTES DO SETOR DE ALIMENTOS DEVE AMPLIAR OS DERIVADOS DO TOMATE

FATURAMENTO ULTRAPASSA R\$ 1,6 BILHÃO/ANO

- ▶ **Tomate (matéria-prima) consumido por brasileiros na forma processada: 1,8 milhão toneladas/ano**
- ▶ **Principais produtos:** extrato de tomate, purê de tomate, molho de tomate refogado e catchup
- ▶ **Faturamento (2010): 1,6 bilhão**



Atomatados

Produtos Atomatados	Faturamento - milhões de R\$ (2010)	Crescimento de 2009 para 2010 (%)
Extrato de tomate	615	-1,9%
Purê de tomate	101	-12,2%
Molho de tomate refogado	863	+12,1%
Catchup*	-	15%

Fonte: Estimativas dos autores com base em dados fornecidos pela Nielsen e WPTC.

*Não foi possível estimar em valor absoluto o faturamento do segmento de catchup; por isso, apresenta-se apenas a estimativa de crescimento. Só foi fornecido o crescimento, mas não o valor absoluto.

Entre o final de 2010 e início deste ano, as aquisições de plantas processadoras de tomate por gigantes da indústria de alimentos mundial movimentaram cerca de R\$ 2 bilhões. Em setembro/2010, a Cargill comprou a principal processadora de tomate do País, a Unilever, por R\$ 600 milhões e se tornou líder de mercado através das marcas: Pomarola, Tarantella, Elefante e Pomodoro. Em março deste ano, a Heinz adquiriu a Quero por R\$ 1 bilhão, segundo estimativas de analistas divulgadas na imprensa. Além dos derivados do tomate, a Quero produzia vegetais em conservas, doces e condimentos.

O objetivo dessas gigantes é expandir suas vendas nos países emergentes que têm registrado ampliação de seu mercado consumidor. A Heinz estima que, em 2015, o faturamento dos seus produtos nos países emergentes será superior ao obtido com as vendas na América do Norte.

No Brasil, a expansão da classe C e a busca por produtos alimentícios semi ou prontos para consumo ampliaram as vendas do molho de tomate em relação ao produto concentrado, como massa e o extrato de tomate. Segundo dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares, do IBGE, o consumo domiciliar de molho de tomate aumentou 56% de 2002 para 2008. Em contrapartida, o consumo de massa de tomate (mais concentrada) recuou 27%, segundo a mesma pesquisa. Paralelamente a essa mudança de consumo, verificou-se também maior produção de mo-

lhos frente às massas de tomates, os quais têm maior valor agregado.

Esse aumento da venda impulsionou também o volume processado de tomate e, conseqüentemente, a área cultivada. Entre 2002 e 2007, o volume médio processado anualmente foi em torno de 1,2 milhão de toneladas. Entre 2008 e 2010, o volume já era de 1,7 milhão de toneladas/ano. Entre 2002 e 2007, a área de tomate destinado ao processamento era em torno de 15 mil hectares e, nos últimos anos, ultrapassou os 20 mil hectares/ano.

As importações de catchup e outros molhos de tomate também cresceram. O montante gasto com as importações dessa categoria saltou de R\$ 2,3 milhões em 2005 para R\$ 13 milhões em 2010, segundo dados da Secex.

Ao contrário do observado para a batata congelada, a produção de tomate industrial no Brasil é significativa e boa parte dela é que abastece o mercado nacional. Em 2010 foram processadas no Brasil 1,8 milhão de toneladas desta hortaliça; no mundo, a indústria absorveu 37,2 milhões de toneladas, segundo o Conselho Mundial de Processadoras de Tomate.

Não há estatísticas específicas do segmento de catchup no País, mas se observa que também é uma categoria em franco crescimento. Estimativa do site *Supermercado Moderno* aponta que as vendas desse produto nos supermercados subiram 15% em 2010 frente a 2009.

Super Resistentes

Marangatú



Características técnicas

Peso médio: 230 gramas, ciclo precoce: 80 dias após o transplante, nº de lócus: 4. Resistências: Verticillium raça 1 e raça 2, Fusarium raça 1, raça 2 e raça 3, vírus do mosaico do tabaco.

Manejo do cultivo

Semeio: ano todo, densidade de plantio: 1,20 a 1,50 x 0,3 a 0,4m condução: duas hastes. Tipo longa vida.

Topacatú



Características técnicas

Peso médio: 260 gramas, ciclo precoce: 85 dias após o transplante, nº de lócus: 4. Resistências: Verticillium raça 1 e raça 2, Fusarium raça 1, raça 2 e raça 3, Fusarium crow.

Manejo do cultivo

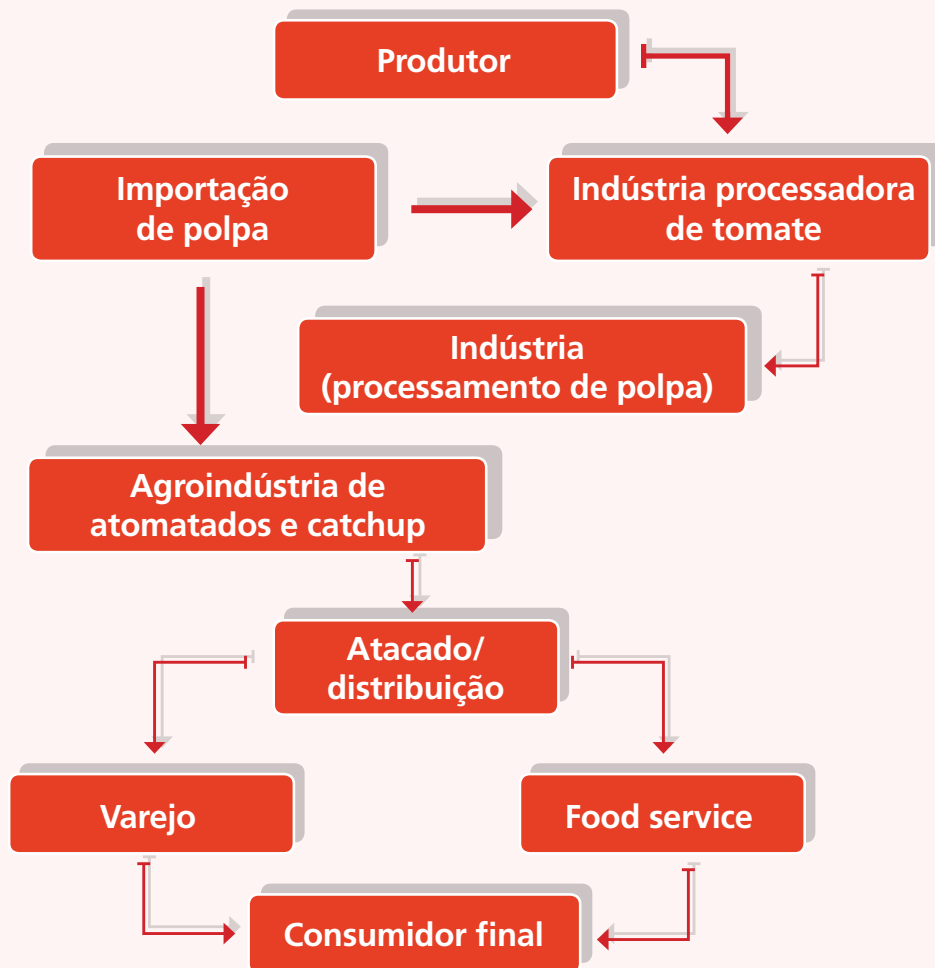
Semeio: ano todo, densidade de plantio: 1,20 a 1,50 x 0,3 a 0,4m condução: duas hastes. Tipo longa vida.

resistência

F3



CADEIA DE SUPRIMENTOS DA INDÚSTRIA DO TOMATE



LOCALIZAÇÃO DAS AGROINDÚSTRIAS

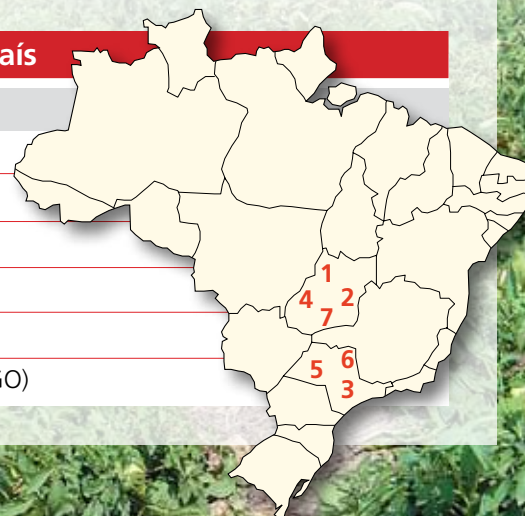
A área destinada ao cultivo do tomate rasteiro no Brasil encontra-se atualmente entre 20 mil e 22,5 mil hectares, dependendo da safra, com produtividade média de 75 a 85 t/ha. As principais indústrias de processamento de tomate se concentram basicamente nos estados de Goiás, localizando-

-se nas cidades de Goiânia e Nerópolis, e de São Paulo, em Matão e Araçatuba. Segundo estimativas da **Hortifruti Brasil/Cepea**, esses dois estados detêm 14.547 e 4.200 hectares, respectivamente, representando em 2011 cerca de 72% e 21% do total cultivado de rasteiro no País.

Localização das maiores processadoras de tomate no País

Empresa	Localização
Cargill Foods/Unilever	1. Goiânia (GO)
Heinz/Quero	2. Nerópolis (GO)
Predilecta	3. Matão (SP)
Brasfrigo S/A	4. Luziânia (GO)
Hypermarcas	5. Araçatuba (SP)
Fugini Alimentos	6. Monte Alto (SP) e 7. Cristalina (GO)

Fonte: Hortifruti Brasil, 2011



VALE A PENA VENDER PARA UMA PROCESSADORA DE TOMATE?

O tomate destinado à industrialização é cultivado nos sistema rasteiro e diversas variedades do grupo de crescimento determinado são adaptadas a essa forma de cultivo. Os requisitos básicos exigidos pela agroindústria é que o fornecedor produza um tomate de *brix* (teor de sólidos solúveis), coloração e consistência adequados.

O *brix* influencia no rendimento industrial. Quanto maior o teor de sólidos solúveis, maior o rendimento e menor o gasto de energia no processo de concentração de polpa. Segundo a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o aumento de um grau *brix* na matéria-prima implica incremento de 20% no rendimento industrial.

Já a coloração influencia na classificação do produto industrializado. Polpas, molhos e catchup têm cores padronizadas, que devem ser mantidas em todos os lotes do produto. Dessa forma, é preferível que o tomate tenha cor vermelho-intenso.

Quanto à consistência, é importante porque determina a mobilidade da pasta, do molho ou do catchup e está diretamente relacionada com a firmeza da matéria-prima. Dessa forma, quanto mais consistente o tomate, melhor para a qualidade do produto final.

Apesar de todos esses fatores, produtores comentam que as indústrias dificilmente rejeitam a matéria-prima. Com o tempo, contudo, acredita-se que a classificação

possa ficar mais rígida, com análises para garantir a qualidade dos tomates destinados ao processamento.

A negociação entre produtores e indústrias costuma ser feita através da formalização de contratos anuais de fornecimento. Quanto ao preço, é pré-fixado no momento em que se fecha o contrato. Vários fatores influenciam na formação do preço: custo de produção, preço internacional da pasta de tomate, estoques nacionais e projeção de vendas no ano (crescimento econômico brasileiro).

Com vistas a obter produto de melhor qualidade, as processadoras oferecem aos produtores suporte para o planejamento do plantio de modo que a colheita se encaixe ao ritmo da indústria. Além disso, fornecem a maior parte dos insumos, como sementes, fertilizantes e defensivos, além de assistência agrícola durante toda a safra. O gasto com insumos é descontado no pagamento final aos produtores, que devem direcionar a safra exclusivamente à indústria.

Mesmo com esse suporte, as agroindústrias demandam um perfil específico de produtor. Não há nenhuma restrição quanto à escala de produção, mas é exigido que as propriedades possuam estrutura de irrigação. Além disso, selecionam-se principalmente os fornecedores próximos das unidades industriais para facilitar a logística de entrega do produto e a qualidade da matéria-prima.

AGROINDÚSTRIA DO TOMATE: Pontos fortes, fracos, desafios e oportunidades para o fornecedor

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ A indústria oferece insumos e presta assessoria agrônômica;
- ▶ Preço pré-fixado. O produtor está protegido contra oscilações negativas.

FATORES INTERNOS

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Produção exclusiva para a indústria impede que o produtor aproveite o mercado fresco em momentos de preços elevados;
- ▶ Falhas na produção podem comprometer a renda já que o preço é pré-fixado e o produtor tem um saldo a pagar com a indústria por conta do fornecimento dos insumos.

Oportunidades

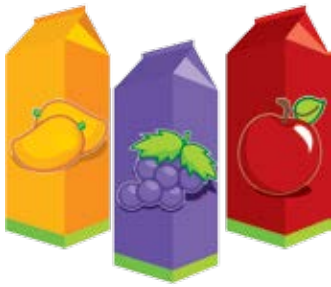
- ▶ Consumo crescente de molhos de tomate e catchups;
- ▶ A entrada de grandes empresas de alimentos no setor como a Heinz e a Cargill podem aumentar a demanda por matéria-prima.

FATORES EXTERNOS

Ameaças

- ▶ O aumento das importações devido ao Real valorizado e baixo custo em países concorrentes;
- ▶ Os preços pagos ao produtor nem sempre remuneram o suficiente para incentivar investimentos na qualidade da matéria-prima.

FATURAMENTO DO SETOR DE SUCOS CRESCEU 23% EM 2010



Sucos de frutas
prontos para consumo

O consumo de sucos de frutas prontos para beber no País vem registrando altas taxas de crescimento. Segundo a consultoria Nielsen, as vendas nacionais de sucos prontos para o consumo, em 2010, proporcionaram o faturamento líquido de R\$ 2 bilhões, 23% acima do obtido em 2009. Ao todo, foram 500 milhões de litros somente no segmento néctares e sucos 100% fruta, avanço de 19% sobre 2009. Em 2010, o suco mais consumido no País foi o de uva, seguido pelo de pêssego e, em terceiro, o de laranja.

A tendência é de crescimento robusto também para os próximos anos. Segundo projeções da *Canadean Consultoria*, encomendada pela Associação das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não-Alcoólicas (ABIR), o mercado de sucos de frutas (incluindo 100% suco de fruta e os néctares) pode alcançar no País a marca de 582 milhões de litros em 2012, aumento de 19% sobre 2010.

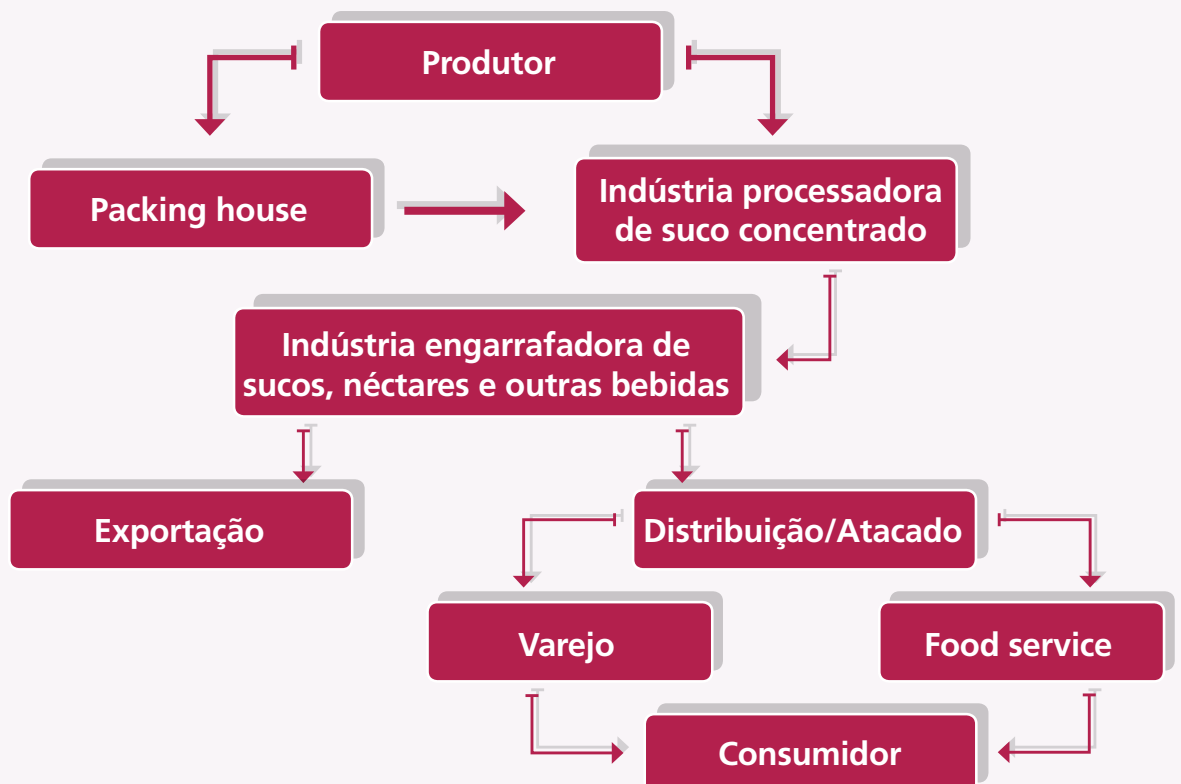
No mercado nacional de sucos, as cadeias da laranja, uva, manga, maçã, maracujá, abacaxi/frutas tropicais são os

destaques em número de processadoras. Quanto ao pêssego, apesar de ser o segundo sabor mais consumido no País, boa parte dessa matéria-prima é importada.

Para avaliar as oportunidades de se tornar fornecedor da indústria de sucos de frutas, a **Hortifruti Brasil** selecionou três agroindústrias: a da uva, da maçã e da manga. A indústria da laranja, que já foi avaliada em diversas edições da **Hortifruti Brasil**, foi suprimida nesta. Por sua vez, frutas tropicais como a uva e a manga ainda não haviam sido foco de análise da publicação.

No geral, há boas razões para o produtor avaliar melhor esse canal de escoamento da produção. A principal é a sua elevada taxa de crescimento. Outro fator que contribui é a possibilidade de algumas agroindústrias absorverem o excedente de produção do mercado *in natura*, uma vez que indústrias como as que processam manga e maçã recebem frutas que não possuem padrão para o consumo fresco. Por outro lado, ainda é pequeno o número de processadoras no País. Encontram-se principalmente nos pólos de produção de frutas de maior expressão nacional e costumam absorver basicamente a oferta próxima às fábricas. Além disso, boa parte das bebidas à base de frutas no País é de néctares, que possuem percentual de suco de frutas em torno de 30% de seu volume.

CADEIA AGROINDUSTRIAL DO SUCO E POLPAS DE FRUTAS



FORNECIMENTO PARA INDÚSTRIA EVITA GASTOS COM DESCARTE DE MAÇÃS

O foco do setor da maçã é a comercialização da fruta fresca, mas a produção de suco desta fruta tem sua relevância econômica para a cadeia. Cerca de 90% do suco produzido vai para o mercado internacional. Em 2010, os embarques do suco de maçã movimentaram US\$ 32,9 milhões enquanto que a exportação da fruta fresca alcançou US\$ 55,4 milhões, segundo a Secex.

As empresas processadoras de maçã para suco encontram-se nos dois maiores estados produtores da fruta: Santa Catarina e Rio Grande do Sul, garantindo maior facilidade no transporte da fruta à indústria. As maiores esmagadoras encontram-se nas cidades de Videira (SC), Lages (SC) e Bento Gonçalves (RS).

O principal tipo de suco produzido nas indústrias brasileiras é o concentrado, mas já há algumas processadoras que produzem o suco integral. A principal matéria-prima são maçãs fora de padrão para o comércio fresco. Geralmente são destinadas à indústria maçãs granizadas, com rachaduras, senescentes, aquelas descoloridas, e até com alguma podridão. São aceitas todas as variedades, com predominância da gala e fuji, que são as mais produzidas no País. Na produção de suco, essas variedades não apresentam grandes diferenças, havendo rendimento de no máximo 10% maior da fuji em relação à gala. A maior restrição das processadoras é quanto a frutas verdes e limites de resíduos de pesticidas acima do nível legal.

Vender para a indústria é uma forma de o produtor re-

forçar a receita obtida, já que a maçã destinada a esse canal é aquela que não seria aceita no mercado *in natura*. Caso as agroindústrias não absorvessem esse volume, produtores e empresas agrícolas perderiam esta fruta e, na maioria dos casos, teriam que enterrá-las, arcando com um custo adicional. No entanto, o preço que as indústrias pagam pela fruta é baixo, suficiente para cobrir apenas 25% dos custos de produção, segundo agentes. Em média, uma indústria de suco paga R\$ 0,10/kg de maçã no início da safra, podendo chegar a R\$ 0,14/kg no decorrer do ano.

Não há um perfil específico para o produtor ou empresa se tornar fornecedor de maçã para a indústria. Contudo, as processadoras do suco costumam dar preferência para aqueles que mantêm fidelidade com determinada indústria ao longo do ano.

Produtores da região de Santa Catarina relataram que há alguns anos eram realizados contratos. No entanto, com o surgimento de outras agroindústrias na região, como as de geleias, doces e frutas desidratadas, além das indústrias de sidra e vinagre já existentes, a concorrência pela fruta de indústria aumentou. Essas novas agroindústrias podem até pagar um preço maior pela maçã, mas não conseguem absorver volumes elevados tais como as empresas tradicionais de suco.

Quanto aos custos com frete para transportar a fruta, são pagos pela própria indústria esmagadora. Segundo agentes, um caminhão da indústria processadora vai buscar a fruta no pomar ou no *packing house*.

VALE A PENAR SER UM FORNECEDOR DA AGROINDÚSTRIA DE MAÇÃ?

Pontos fortes, fracos, desafios e oportunidades para o fornecedor de maçã para sucos

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ O produtor tem um canal de escoamento para as frutas sem qualidade;
- ▶ O produtor deixa de gastar para enterrar as frutas sem qualidade e ainda recebe uma remuneração (pequena) por elas.

FATORES INTERNOS

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Os preços pagos pela indústria remuneram apenas 25% dos custos com a produção.

Oportunidades

- ▶ Novo mercado de suco integral de maçã já sendo explorado por algumas empresas;
- ▶ Produto bem aceito no mercado internacional;
- ▶ Vendas domésticas de sucos devem aumentar 19% até 2012 (ABIR);
- ▶ Novos segmentos: fruta desidratada, geleias e doces.

FATORES EXTERNOS

Ameaças

- ▶ Produto ainda pouco consumido no mercado brasileiro;
- ▶ Importação de suco de maçã, ainda que pequena, tem aumentado a cada ano.

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

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



Faça o Manejo Integrado de Pragas.
Descarte corretamente as embalagens e restos de produto.

Premio® e Rynaxypyr® são marcas registradas da DuPont™. ©Copyright, 2009, DuPont do Brasil S/A. Todas os direitos reservados.

**COM PREMIO®, VOCÊ SABE ONDE AS
TRAÇAS-DA-BATATINHA FORAM PARAR.
FORA DA SUA LAVOURA.**



**Agora sua lavoura, sua produtividade e sua rentabilidade
estão muito mais protegidas. É só aplicar Premio®.**

- Alta eficiência no controle da traça-da-batatinha;
- Molécula Rynaxypyr®: modo de ação único e eficiente;
- Rápida parada alimentar: mais segurança para sua lavoura;
- Longo período de controle;
- Seletivo a insetos benéficos, inclusive abelhas;
- Contribui com o Manejo Integrado de Pragas (MIP);
- Mais favorável ao homem e ao meio ambiente.

Premio®. Proteção para sua lavoura. Rentabilidade para você.



DuPont™
Premio®

inseticida

Powered by
RYNAXYPYR®

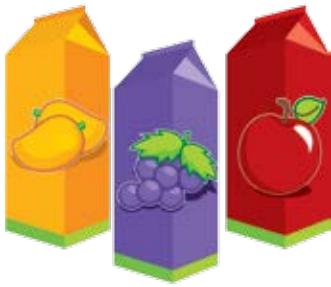
Saiba mais:

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



Os milagres da ciência

INDÚSTRIA ABSORVE MANGA SEM A QUALIDADE EXIGIDA PELO CONSUMIDOR



Sucos de frutas prontos para consumo

Mangas maduras são pouco convenientes e requerem preparos especiais para o consumo, como a retirada da casca, separação da semente e fatiamento da polpa.

O estado de São Paulo é o principal pólo processador de manga, destacando-se o município de Taquaritinga. Outros pólos agroindustriais de destaque são os municípios de Linhares (ES) e Araguari (MG). No geral, as indústrias de suco adquirem as frutas mais próximas de suas instalações. Já no caso da indústria de polpa, por se tratar de produto de maior valor agregado, viabiliza a aquisição da matéria-prima a maiores distâncias. As processadoras de polpa capixabas, por exemplo, compram a manga para industrializar até de estados vizinhos.

O fornecimento da manga para as agroindústrias é formalizado através de contratos que costumam definir preço e volume a ser entregue. Caso haja necessidade de um volume ainda maior de matéria-prima, as processadoras complementam com compras no mercado *spot* (sem contratos).

As variedades mais processadas normalmente são as mais produzidas na região próxima à indústria. Entretanto, há variedades que não são aceitas, como a *bourbon*. Em São Paulo, a maior porcentagem de manga industrializada engloba as variedades *tommy atkins* e *palmer*, enquanto no norte

mineiro as principais são a *tommy atkins*, *palmer* e *ubá*. A indústria de suco não é tão exigente com os aspectos externos da fruta, como cor da casca e firmeza do fruto – com exceção da indústria de polpa, que exige frutos mais firmes. As características que proporcionam melhor produto são polpa mais amarelada, ótimo ponto de maturação e bom rendimento (obtido a partir de frutos com baixo teor de água).

A seleção do fornecedor é baseada no seu nível de tecnificação, que deve refletir na qualidade das suas frutas e na proximidade com a indústria. As despesas com transporte da roça até a indústria estão incluídas no valor descrito no contrato, ficando por conta dos produtores. No caso da região de Taquaritinga, as empresas pagam entre R\$ 0,28 e R\$ 0,30/kg para a *tommy atkins* e de R\$ 0,30 a R\$ 0,35/kg para a *palmer*.

O objetivo do produtor é obter fruta de boa qualidade apta para mercado *in natura*. Porém, de forma geral, o volume destinado à industrialização acaba sendo maior quando a safra é elevada, já que é gerado um excedente de produção. Entretanto, mesmo que a indústria remunere pouco o produtor, a alternativa favorece o escoamento do excesso de oferta ou até mesmo de frutas em estado de maturação mais avançado. Há casos, inclusive, em que mesmo os produtores mais distantes do centro industrial, que bancam maior despesa com o frete, realizam negócios com a processadora a fim de amenizar seus prejuízos. Sem essa alternativa, poderia surgir um mercado marginalizado – comercialização de frutos de péssima qualidade a baixo preço no mercado interno.

VALE A PENAR SER UM FORNECEDOR DA AGROINDÚSTRIA DE MANGA?

PONTOS FORTES, FRACOS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O FORNECEDOR DE MANGA PARA SUCOS

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ O produtor tem um canal de escoamento para as frutas inadequadas para o consumo *in natura*;
- ▶ Evita o aparecimento de mercados de fruta de baixa qualidade.

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ Preços mais baixos que os pagos pelo mercado de mesa;
- ▶ Restringe a maioria das compras às propriedades mais próximas da unidade.

FATORES INTERNOS

FATORES EXTERNOS

Oportunidades

- ▶ O consumo de frutas em geral deve aumentar no País;
- ▶ Além de sucos, a polpa da manga pode ser aproveitada para a indústria de cosméticos.

Ameaças

- ▶ Consumo de suco ainda limitado no País.
- ▶ A principal bebida à base dessa fruta comercializada no País é o néctar; praticamente não há a comercialização do suco 100% da fruta.

PRODUÇÃO DE SUCO DE UVA EM EXPANSÃO

A produção de suco de uva no Brasil está concentrada no estado do Rio Grande do Sul e vem crescendo tanto nesta região quanto em outras. Plantas industriais com menor escala de produção são encontradas também nos estados de Santa Catarina, Paraná, São Paulo e no Vale do São Francisco.

O estado do Rio Grande do Sul é responsável por mais de 90% da produção brasileira de suco de uva, segundo agentes do setor. No geral, a região é composta por pequenos produtores com média de 3 hectares em produção da fruta.

As uvas podem ser processadas tanto pelas indústrias privadas quanto pelas administradas em cooperativa. A principal diferença entre elas é quanto ao tipo de suco produzido – enquanto as indústrias privadas produzem suco concentrado, as cooperativas produzem suco integral.

Por ser, em sua maioria, fruticultura de pequeno porte, existem muitas cooperativas na região que esmagam a uva de seus próprios associados. As indústrias privadas, por sua vez, adquirem a fruta de produtores com quem firmam contratos. Há ainda, vinícolas na região, que produzem o suco de uva a partir de suas próprias parreiras.

Para a produção do suco de uva no Brasil, as variedades utilizadas são diferentes das comercializadas no formato *in natura*. Normalmente, são as americanas rústicas: isabel (híbrida), concord e bordô para suco tinto e niagara branca para suco branco.

A variedade rústica é utilizada para a produção de sucos e vinhos devido ao cultivo mais fácil que o das uvas de mesa. Essas variedades são mais utilizadas por conta do maior acúmulo de açúcar na baga, característica importante para a produção de suco e vinho.

As cooperativas, de modo geral, são mais exigentes com a qualidade das frutas que as indústrias – principalmente porque direcionam sua produção para o suco na forma integral. Assim, a fruta deve conter um teor mínimo de sólidos

solúveis, que é de 15 graus *brix* para a produção do suco se enquadrar na legislação brasileira.

As cooperativas só esmagam a fruta de seus cooperados; assim, cada fornecedor tem uma relação de exclusividade com sua cooperativa. A maior parte das cooperativas oferece suporte técnico aos seus cooperados, na tentativa de garantir um cultivo eficiente, que gere frutas dentro dos padrões de qualidade requeridos. No geral, segundo produtores, o preço pago pela uva, nestes casos, é em torno de 20% menor que o recebido no mercado *in natura*. O produtor é recompensado quanto ao teor de açúcar da sua uva, intensidade de cor e sanidade entre outros requisitos. Quanto ao frete, é negociado com a cooperativa, mas, na maioria das vezes, é o produtor quem arca com este custo.

No caso das indústrias privadas, são produzidos principalmente sucos concentrados (68 graus *brix*) que serão fornecidos a engarrafadoras de bebidas. Para se obter a fruta para o esmagamento, a indústria faz um acordo com produtores, sem exclusividade de fornecimento. Estes acordos costumam ser apenas para a safra corrente. Contudo, essas indústrias exigem menos que as cooperativas, tendo em vista o tipo de suco que produzem (concentrado).

Assim, a negociação não é feita por contrato fixo, porém os preços pagos pelas indústrias costumam acompanhar o preço mínimo estipulado pelo governo federal. Em média, nesta safra, o preço pago ao produtor pela uva é de R\$ 0,52/kg, segundo agentes, o mínimo estipulado pelo governo (Companhia Nacional de Abastecimento - Conab). Entre 2007 e 2010, este valor girava em torno de R\$ 0,46/kg, 13% abaixo do praticado neste ano. Em casos de boa qualidade da fruta – maior rendimento, quantidade de matéria corante, quantidade de açúcar (*brix*), sabor, aroma e sanidade, entre outras características, o produtor pode ser bonificado.■

Foto: Dinamis/Divulgação

VALE A PENAR SER UM FORNECEDOR DA AGROINDÚSTRIA DE UVA? PONTOS FORTES, FRACOS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O FORNECEDOR DE UVA

AJUDA

Pontos Fortes

- ▶ As variedades para suco exigem menores tratamentos culturais que as voltadas para o mercado de mesa;

ATRAPALHA

Pontos Fracos

- ▶ O preço pago pelas indústrias é baseado no preço mínimo estipulado pelo governo, o que representa margem reduzida de lucro.

FATORES INTERNOS

FATORES EXTERNOS

Oportunidades

- ▶ O suco de uva é o principal sabor comercializado no País no formato integral.

Ameaças

- ▶ Importação de suco de uva está aumentando a cada ano, acirrando a competição no setor.



Começa o transplante da safra de verão

SP e PR iniciam transplante de verão

As atividades de transplante de tomate da safra de verão 2011/12 iniciaram em julho nas regiões de Itapeva (SP) e Reserva (PR). Até o final de julho, 5% do total da temporada (78,9 milhões de pés) havia sido transplantado. Em agosto, Nova Friburgo (RJ) e Venda Nova do Imigrante (ES) também começam a atividade. O plantio deve se intensificar em setembro, com Caçador (SC), Urubici (SC) e Caxias do Sul (RS). Até o momento, está prevista manutenção da área em relação à temporada 2010/11, com exceção da região de Venda Nova, que inicialmente deverá reduzir sua área em 17%. O menor investimento nesta praça é decorrente da dificuldade de produtores em encontrar mão-de-obra rural na região.



Paty do Alferes e Sul de Minas encerram 1ª parte da safra

As regiões de Paty do Alferes (RJ) e Sul de Minas encerraram a colheita da 1ª parte da safra de inverno 2011 em agosto. No geral, a temporada da região fluminense teve preços elevados devido ao baixo volume colhido. O preço médio recebido pelo tomatocultor de Paty, de abril a julho, foi de R\$ 19,22/cx de 23 kg – ponderado pela quantidade colhida e pela classificação do fruto (1A ou 2A) –, gerando uma rentabilidade positiva de 27, em média. Em relação ao Sul de Minas, a temporada surpreendeu produtores da região, visto que os preços

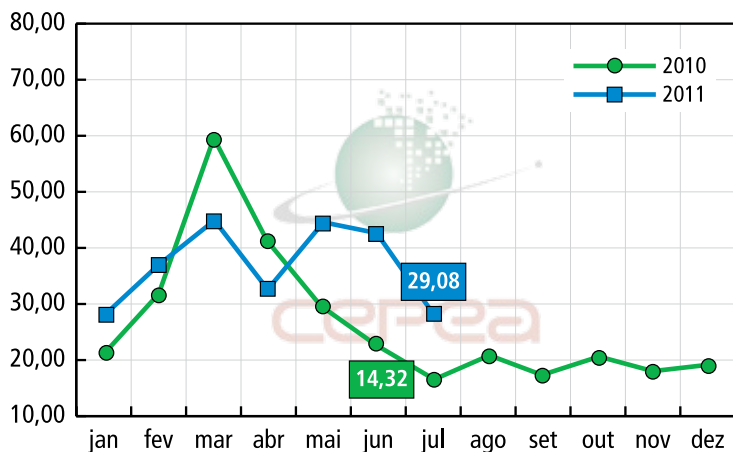
estiveram altos durante toda a safra – em torno de R\$ 30,00/cx de 23 kg. Já a produtividade foi baixa, com média de 220 cx/mil pés. A expectativa para a segunda parte da safra de inverno 2011 em ambas as regiões é de manutenção de área –3,5 milhões de pés em Paty e de 4 milhões de pés na praça mineira. Diferente do que foi estimado em julho, o pico de oferta de São José de Ubá (RJ), deve adiar para agosto, quando cerca de 1,44 milhões de pés serão colhidos. A temporada deve se encerrar em outubro. Esta mudança no calendário ocorreu na tentativa de evitar que a concentração de safra ocorresse junto com as demais regiões que produzem no período.

GO e SP entram em pico de colheita de rasteiro

A concentração de oferta de tomate rasteiro deverá ocorrer em agosto e setembro nas regiões de Goiás e São Paulo. Estima-se que a produtividade média das lavouras fique em torno de 85 t/ha, inferior à obtida em 2010, quando o clima favorável permitiu rendimento médio de 100 t/ha. Além disso, considerando as duas regiões, a área de plantio reduziu apenas 1,77%. A produção de tomate rasteiro nessas praças é voltada à indústria, a qual deve comprar a maior parte da produção, já que o volume colhido deve ser baixo. Porém, se os preços do tomate de mesa (estaqueado) subirem nos próximos meses, um pequeno volume de rasteiro pode ser destinado ao mercado de mesa.

Nordeste investe na produção de rasteiro

Em junho, produtores do Nordeste iniciaram o plantio de tomate rasteiro. A expectativa de agentes consultados pelo Cepea é de aumento nos investimentos em área este ano. No agreste de Pernambuco, estima-se área de 2 mil ha de tomate, aumento de 17% frente a 2010. Na Serra do Ibiapaba (CE), a área pode somar 900 hectares este ano, 28% maior que o no ano anterior. Em Irecê (BA), a área é estimada em 2,5 mil hectares, aumento de 13% frente a 2010. Apenas na Chapada Diamantina (BA) os investimentos devem se manter em 580 hectares.



Férias reduzem vendas e preço cai em julho

Preços médios de venda do tomate salada 2A longa vida no atacado de São Paulo - R\$/cx de 23 kg

Fonte: Cepea

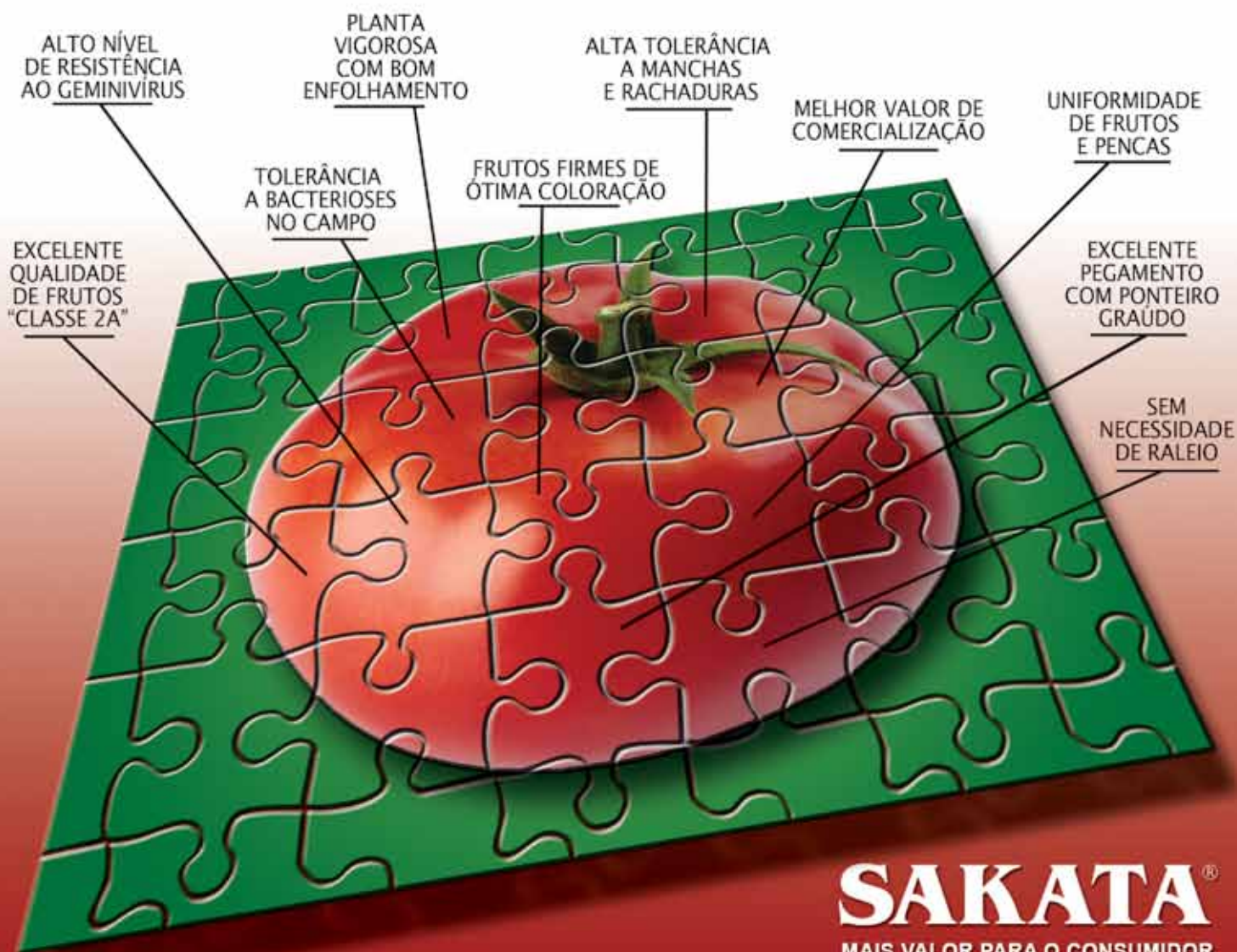




Esta é a solução do quebra-cabeças do Geminivírus

Pesquisado e desenvolvido pela SAKATA para as condições brasileiras de produção, o novo híbrido de tomate tipo salada IVETY é a solução para enfrentar o Geminivírus com lucratividade.

IVETY - A Solução Completa.



SAKATA®

MAIS VALOR PARA O CONSUMIDOR
MAIS VALOR PARA O PRODUTOR®



Vargem Grande do Sul intensifica colheita da safra de inverno em agosto

Área a ser ofertada em agosto deve ser menor que a de 2010

Vargem Grande do Sul (SP), principal região produtora da safra de inverno, deve intensificar a colheita de batata em agosto. Estima-se que 42% da área dessa região paulista seja ofertada no correr do mês, área ligeiramente superior à colhida em agosto de 2010. Já se considerada a área total de todas as regiões que ofertam em agosto, contudo, esta deve ser 7% inferior à do ano passado. Esse cenário está atrelado à safra de inverno de 2010 no Sul de Minas Gerais, quando produtores adiantaram a temporada. Além disso, em agosto do ano passado, o Sudoeste Paulista ainda estava ofertando 10% da área da temporada das secas. Quanto à produtividade em agosto, esta deve ser semelhante à verificada na safra de inverno de 2010. Assim, a expectativa de agentes consultados pelo Cepea é de que, em agosto, os preços se mantenham nos mesmos patamares observados no mesmo período do ano passado. Em julho, o preço médio pago ao produtor pela ágata especial, ponderado pelo calendário de colheita nas regiões que colhem a safra de inverno, foi de R\$ 18,42/sc de 50 kg, valor praticamente semelhante ao mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura.

Inicia plantio da safra das águas

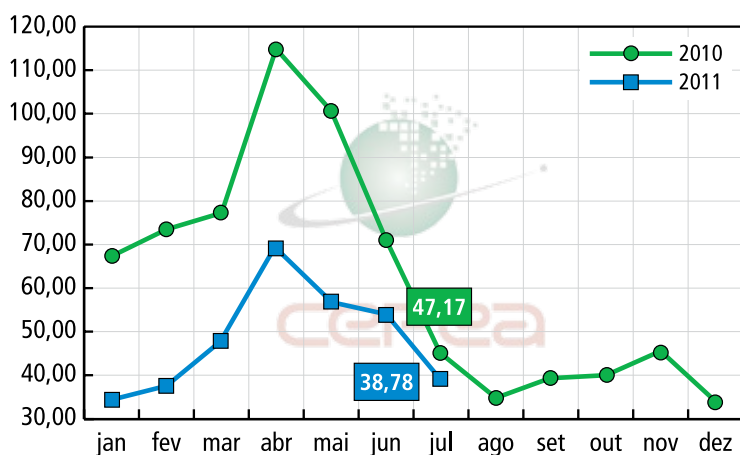
Em agosto, as praças paranaenses de Curitiba, Irati, Ponta Grossa, São Mateus do Sul e Guarapuava iniciam o plantio da safra das águas 2011/12. O

Sul de Minas também dará início aos preparativos da temporada. Neste mês, devem ser cultivados cerca de 9% da área total da temporada. Em setembro, as regiões paranaenses, com exceção de Guarapuava, devem finalizar o plantio, enquanto as praças de Água Doce (SC) e de Bom Jesus (RS) começam as atividades de campo – nesse período, cerca de 23% da área total da temporada das águas deve ser cultivada. Vale lembrar que essas estimativas podem variar conforme as condições climáticas nas regiões produtoras, já que chuvas em excesso podem limitar o plantio. A colheita da temporada das águas está prevista para iniciar em novembro.



Safra das secas finaliza com cenário positivo

As regiões que produziram a safra das secas de 2011, no geral, encerraram com resultado positivo. No Sudoeste Paulista e no Paraná, o preço médio pago ao produtor pela ágata especial, ponderado pelo calendário de colheita, foi de R\$ 31,97/sc de 50 kg, valor apenas 8,6% superior ao mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura, de R\$ 29,44/sc de 50 kg. Já no sul de Minas Gerais, o preço médio pago ao produtor ponderado pelo calendário foi de R\$ 35,27/sc de 50 kg, 25% superior ao mínimo, estimado em R\$ 28,14/sc de 50 kg. Esse melhor cenário verificado no Sul de Minas Gerais deve-se ao fato de a região ter concentrado a oferta entre os meses de maio e junho, quando os preços estavam em patamares mais altos. O Paraná e o Sudoeste Paulista, por outro lado, ofertaram uma parcela mais significativa que o Sul de Minas em julho, mês em que Vargem Grande do Sul entrou no mercado e derrubou as cotações. Além disso, as chuvas que atingiram o Sudoeste Paulista e o Paraná aumentaram os gastos com produtos fitossanitários. No Sul de Minas, não houve excesso de chuva durante o plantio e, dessa forma, os gastos com defensivos foram menores frente ao verificado nas outras duas regiões.



Vargem entra no mercado e preço cai em julho

Preços médios de venda da batata ágata no atacado de São Paulo - R\$ 38,78/sc de 50 kg

Fonte: Cepea

No 51º Congresso Brasileiro de Olericultura, realizado em Viçosa entre 25 e 29 de julho, a equipe Hortifruti/Cepea recebeu da Associação dos Bataticultores do Sul do Estado de Minas Gerais (Abasmig) homenagem de "Honra ao Mérito" pela "dedicação, profissionalismo e seriedade das informações em economia aplicada ao setor hortícola". Em nome de toda a equipe, apresento nossos sinceros agradecimentos. Recebemos a homenagem como um estímulo para fortalecermos nossa parceria com o setor.



Inicia safra paulista

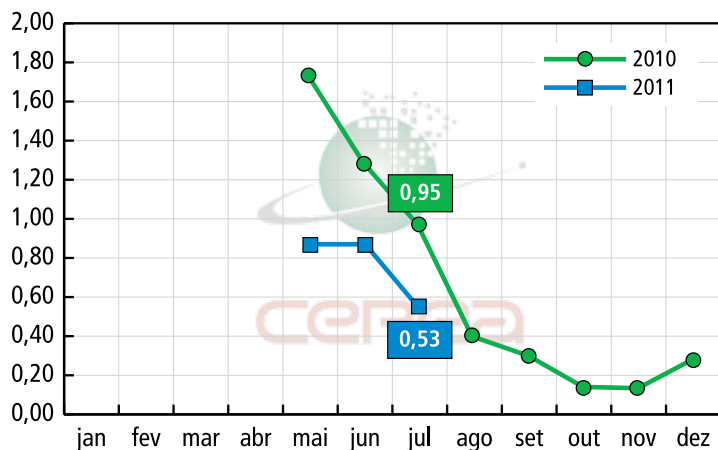
Temporada começa com menor oferta em SP

As regiões paulistas de Monte Alto e São José do Rio Pardo iniciaram a temporada 2011 no final de julho, com oferta de cerca de 3% do total da safra. Tipicamente, essas praças ofertam, em média, 5% neste período. O menor volume disponível em julho se deve às chuvas de fevereiro a abril, que atrasaram o plantio e deslocaram o calendário de colheita. Com o clima chuvoso, estima-se quebra de produtividade de até 30% para as primeiras lavouras colhidas em Monte Alto e São José do Rio Pardo. A área total cultivada neste ano nas duas regiões é cerca de 5% inferior à do ano passado, voltando, portanto, aos patamares da safra de 2009. A restrição da oferta de alguns tipos de semente híbrida e principalmente a baixa rentabilidade na safra anterior explicam a queda no cultivo. Entre setembro e outubro, a expectativa é de que essas praças ofertem cerca de 60% a 65% do total da safra. Normalmente, este pico ocorria em agosto, com a oferta de 40% do total da safra.



Geadas no Sul causam danos às lavouras

As geadas que ocorreram no Sul do País no final de junho e início de julho trouxeram prejuízos às lavouras de cebola. Em Irati (PR) e Ituporanga (SC), as lavouras recém-semeadas foram perdidas. Já as plantas que estavam em estágio mais avançado de desenvolvimento não tiveram grandes problemas,



de acordo com produtores locais. Em Leblon Régis (RS), região de maior altitude, o impacto da geada foi mais severo. As maiores perdas foram registradas nos canteiros de mudas, principalmente de crioulas que estavam recém-plantadas. As perdas nos canteiros podem reduzir em até 5% a área cultivada na região. Em São José do Norte (RS), não houve geadas – o clima foi favorável durante o desenvolvimento das mudas e permaneceu bom durante o transplante. De modo geral, no Sul do País, a semeadura direta encerrou no final de julho, e o transplante de mudas vai até o fim de agosto. A safra está prevista para iniciar no final de outubro, com a colheita das superprecoces. A expectativa para a temporada 2011/12 é de menor oferta frente à anterior, visto que, além da queda de 3,6% na área de cultivo, a produtividade, de modo geral, pode ser afetada, em função dos impactos de geadas e chuvas.

Importações reduzem 27% frente a 2010

As compras brasileiras de cebola da Argentina terminaram em julho, quando as regiões produtoras no Brasil já estavam produzindo volume suficiente para abastecer o mercado doméstico. De modo geral, neste ano, o volume importado foi 27% inferior ao registrado em 2010, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Entre março e julho, período de importação em 2011, a média das cotações na fronteira de Porto Xavier (RS) foi de R\$ 18,44/sc de 20 kg de caixa 3. Esse valor é 37% inferior ao praticado no mesmo período de 2010, quando a mesma caixa foi comercializada a R\$ 29,50, em média. Segundo importadores, a temporada de 2011 não foi boa para se trabalhar com cebola argentina, devido à maior oferta nacional. Além disso, esses agentes alegaram que os custos de transporte desde as lavouras na Argentina até a fronteira estavam mais altos, e os preços de comercialização no mercado brasileiro, baixos. Compradores comentam que, em algumas ocasiões, o preço de venda das caixas 2 e 4 estava abaixo do valor de compra e de despesas com transporte e comercialização. Dessa forma, o ganho dos importadores foi menor que no ano passado.



Aumenta oferta no Vale e preço cai

Preços médios recebidos por produtores do Vale do São Francisco pela cebola IPA-11 na roça - R\$/kg

Fonte: Cepea





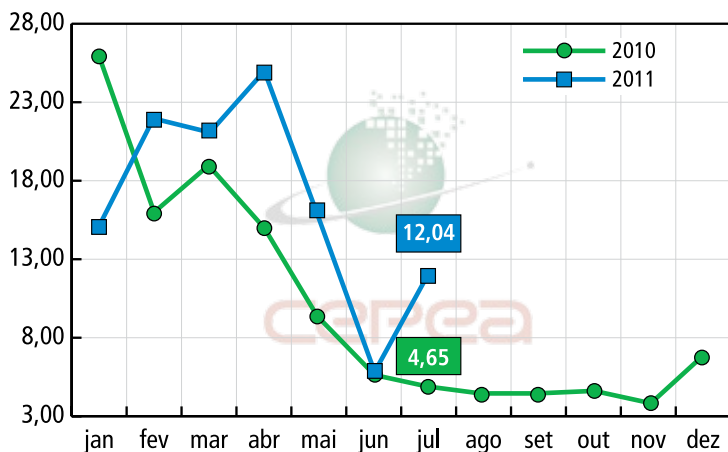
Baixa oferta de cenoura em MG eleva preço

A oferta de cenoura esteve bastante baixa entre o fim de julho e início de agosto nas regiões mineiras de São Gotardo, Santa Juliana e Uberaba. A menor disponibilidade se deve ao período de passagem da temporada de verão para a de inverno e, também, às chuvas que ocorreram em março, que atrasaram o plantio da raiz. A baixa oferta de cenoura, por sua vez, elevou seus preços nas últimas semanas. A média do valor pago ao produtor mineiro, de junho a julho, foi 65,4% superior à do mesmo período de 2010. De acordo com colaboradores mineiros, este "buraco" na oferta deve durar até o início da colheita da safra de inverno na maioria das regiões, que está previsto para meados de agosto. Com a entrada da nova temporada, as cotações podem voltar aos patamares considerados normais da safra de inverno, já que a expectativa é de produtividade elevada. Quanto à safra de verão 2010/11, especificamente, que foi encerrada em junho, o preço médio da cenoura em Minas Gerais, de janeiro a junho, foi de R\$ 17,46/cx de 29 kg, valor 70% superior ao mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura, considerando-se uma produtividade média de 45,25 t/ha.



RS inicia a safra de inverno

A maioria dos produtores de Caxias do Sul e de Antônio Prado (RS) iniciou a colheita de inver-



Cenoura valoriza em julho com escassez de oferta

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

no nas últimas semanas de julho. Essas praças, por terem temperaturas mais amenas frente às demais regiões durante grande parte do ano, possuem uma safra de inverno de maior duração, estendendo-se por aproximadamente nove meses. Neste ano, o início da safra de inverno do Rio Grande do Sul está com baixa oferta, devido, principalmente, à ocorrência de geadas nas primeiras semanas de julho, que atrasou o desenvolvimento da cenoura. A menor disponibilidade da raiz na região aumentou a média de preços, que passou de R\$ 9,96/cx em junho para R\$ 12,33 em julho, alta de 23,7% – no mesmo período de 2010, a elevação foi de apenas 6,5%. A baixa oferta de cenoura deve permanecer até o início de agosto, quando a colheita da safra de inverno deve ser normalizada. Segundo colaboradores do Cepea, as chuvas ocorridas em julho, que já acumulam 305 mm até o dia 28/07, conforme os números da Tempo Agora, vêm dificultando os trabalhos de campo. Assim, o clima deve ser fator determinante do volume e da qualidade da cenoura ofertada na região nesta temporada.

Safra de verão fecha no azul

A temporada de verão será finalizada em agosto nas principais regiões produtoras acompanhadas pelo Hortifruti/Cepea e o saldo deve ser positivo. De janeiro a junho deste ano, a produtividade média, considerando todas as praças, foi de 1.543 t/ha, contra 1.641 t/ha da safra de verão de 2010, queda de 6%. As únicas regiões que registraram aumento na produtividade foram as do Rio Grande do Sul, de 3,5%, e as da Bahia, de 4,3%. Já as lavouras de Goiás, Paraná e Minas Gerais tiveram queda no rendimento de 12%, 9% e 9%, respectivamente. Quanto aos preços da safra de verão, considerando-se todas as regiões pesquisadas pelo Cepea, a média da caixa "suja" de 29 kg no primeiro semestre deste ano foi de R\$ 16,25, aumento de 25% em relação ao mesmo período da safra passada. Essa média foi 120% acima do valor mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura, de R\$ 7,37/cx para uma produtividade média de 43,5 t/ha.



Fonte: Cepea





Exportações à UE devem aumentar nesta safra

Temporada de embarques ganha ritmo em agosto

A temporada de exportação de melão da safra 2011/12 do pólo produtor da Chapada do Apodi (RN)/Baixo Jaguaribe (CE) deve ser intensificada neste mês. Em julho, as atividades de colheita ainda foram lentas na região. Nesta safra, a expectativa de agentes do setor é de aumento nos embarques em relação às safras anteriores, podendo chegar aos mesmos patamares dos registrados na temporada 2009/10. Entre agosto/09 e março/10, o Brasil exportou 192 mil toneladas de melões, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Caso seja confirmado o maior volume, a receita total (US\$ FOB) em 2011/12 pode ser superior à da safra passada – os preços devem se manter estáveis, visto que boa parte dos contratos fechados apresenta cotações em dólar semelhantes às de 2010/11. Apesar desse cenário, exportadores estão receosos quanto à rentabilidade que será obtida na campanha que se inicia. Isso porque, nesta safra, haverá aumento das tarifas de transporte marítimo, o que deve elevar as despesas com exportação. Além disso, com o Real valorizado frente a outras moedas, o valor recebido pelo produtor/exportador em Real pode ser limitado. Entre janeiro e julho deste ano, o dólar teve média de R\$ 1,62, 9,5% abaixo do registrado no mesmo período de 2010. A média do euro foi de R\$ 2,28, 4% menor que no ano passado, na mesma comparação.

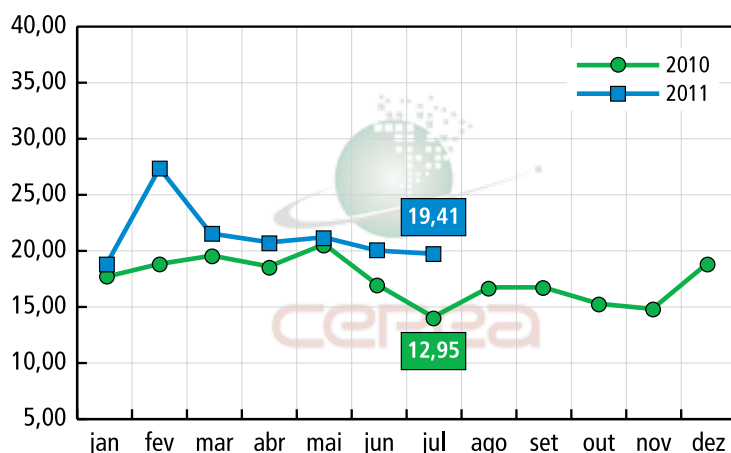
Vale concentra produção no segundo semestre

Tipicamente, o segundo semestre registra maior oferta de melão do Rio Grande do Norte/Ceará, com o início da safra nessa região. No entanto, no período que se inicia, boa parte dos produtores do Vale do São Francisco deve continuar com as atividades de colheita, diante da expectativa de clima firme e da rentabilidade satisfatória obtida no primeiro semestre deste ano. Essa boa rentabilidade está atrelada ao fato de que, ao contrário do ano passado, neste ano, houve entressafra no Rio Grande do Norte/Ceará, o que favoreceu o aumento dos preços recebidos por produtores do Vale. De janeiro a julho deste ano no Vale, o melão tipo 6-7 da região teve média de R\$ 19,41/cx de 13 kg, 25% acima dos valores praticados no mesmo período de 2010, quando a caixa foi comercializada a R\$ 15,48. De acordo com levantamentos do Cepea, de janeiro a julho/11, o valor recebido pela caixa da fruta no Vale esteve 39% acima do valor mínimo estipulado por produtores para cobrir os gastos com a cultura. Nos mesmos meses de 2010, o preço da caixa do melão esteve 21% acima do valor mínimo estimado por produtores.



Demanda aquece, mas oferta pode ser maior

A demanda por melão não deve ser suficiente para absorver a oferta da fruta no mercado doméstico em agosto. Em julho, a procura foi limitada devido ao clima frio e às férias escolares. Apesar da expectativa de mercado mais aquecido, neste mês, a região produtora do Rio Grande do Norte/Ceará deve disponibilizar volume mais elevado de melão ao mercado interno, e essa oferta deve ser maior que a registrada em agosto de 2010. No Vale do São Francisco, a disponibilidade pode ser menor que no primeiro semestre deste ano, mas a região ainda oferecerá bons volumes ao mercado em agosto. Deste modo, as cotações da fruta podem ser pressionadas neste mês. Em julho, o melão amarelo graúdo tipo 6-7 foi comercializado na Cegesp a R\$ 19,76/cx de 13 kg, em média, recuo de 10% em relação ao mês anterior.



Menor demanda pressiona cotações

Preços médios de venda do melão amarelo tipo 6-7 do Vale do São Francisco- R\$/cx de 13 kg



Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA MELÃO
Cadastre-se e receba preços semanais de melão.
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade



Pomares em dormência

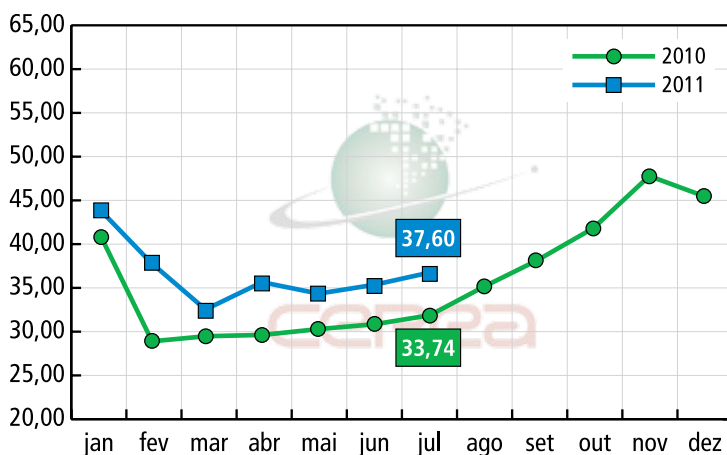


Frio deve favorecer macieiras no Sul

Os pomares das regiões produtoras de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul devem seguir em período de dormência até meados de agosto. Neste período, as macieiras necessitam de, no mínimo, de 500 a 600 horas de frio abaixo de 7,2°C para que a brotação seja satisfatória. Até o final de julho, as horas de frio acumuladas nas regiões de Fraiburgo (SC), São Joaquim (SC) e Vacaria (RS) foram, respectivamente, de 480, 579 e 503 horas. Neste ano, o frio está ainda mais rigoroso que em 2010, o que pode favorecer a brotação. Caso seja necessário, em agosto, os pomares podem receber aplicação de produtos para a quebra de dormência. Essa prática tem como objetivo favorecer a abertura de flores, que ocorre entre o final de setembro e início de outubro. Em setembro, com vistas a obter boa qualidade para a próxima safra, são intensificadas as aplicações de defensivos, o que se estende até o período de colheita (janeiro/12). No Brasil, são feitas de 20 a 25 aplicações por ano para prevenir, principalmente, a sarna da macieira, mancha da gala e algumas pragas, como mosca das frutas e grafolita.

Balança comercial pode ser negativa a partir de agosto

A balança comercial do setor de maçã foi positiva no primeiro semestre deste ano, ou seja, as



Julho registra preço maior que 2010

Preços médios de venda da maçã gala categoria 1 (calibres 80 - 110) no atacado de São Paulo - R\$/cx de 18 kg



Fonte: Cepepa

exportações superaram as importações da fruta. De janeiro a junho/11, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), o Brasil obteve receita de cerca de US\$ 36 milhões com os embarques, e gastou US\$ 28 milhões com as compras. Assim, o saldo esteve positivo em US\$ 8 milhões – dados da Secex. No entanto, este cenário pode ter alterações a partir de agosto. A expectativa é de que as importações superem as exportações no segundo semestre, visto que os embarques já foram encerrados e a compra de maçãs tem aumentado. As importações brasileiras estão em alta não apenas para a maçã, mas também para diversos produtos, devido à valorização do Real em relação a outras moedas. No caso da maçã, as taxas cambiais seguem ainda mais favoráveis aos importadores das frutas argentinas e chilenas. Isso porque o Real segue valorizado frente ao dólar e, o dólar, valorizado frente ao peso. Como consequência, o cenário é atrativo para o importador brasileiro, além do fato de a maçã chegar a preços competitivos no mercado doméstico. Em 2010, o peso foi cotado, em média, a R\$ 0,45, valor 16% inferior ao de 2009, quando o peso valia, em média, R\$ 0,54. Na parcial de 2011 (até julho), o peso foi cotado a R\$ 0,40, 13% menos que o do mesmo período de 2010.

Vendas lentas em julho, mas demanda pode aquecer em agosto

O mercado doméstico de maçãs deve aquecer em agosto. Junho e julho, tipicamente, são meses de vendas mais lentas por conta do clima frio e das férias escolares. Com o aumento das temperaturas, a expectativa é de que os preços da fruta no País comecem a reagir a partir deste mês. A aposta de agentes é de que, na média do segundo semestre, as cotações sejam cerca de 25% superiores às de julho. No segundo semestre de 2010, a maçã gala Cat 1 foi cotada a valores 31% maiores que os de junho daquele ano. Já para fuji (Cat 1), os preços estiveram 24,8% superiores, na mesma comparação. Em julho deste ano, em Vacaria (RS), a gala graúda Cat 1 (calibres de 80 a 110) foi comercializada a R\$ 33,57/cx de 18 kg, em média, alta de 6,6% em relação ao mês anterior.





"Orthocide é o nosso carro-chefe na proteção dos pomares. É tudo o que precisamos. Um produto extremamente confiável que nos acompanha há muitos anos."

Sr. André Luiz Werner, Agrônomo responsável Schio

 **ORTHOCLIDE**
500

ORTHOCLIDE. EXCELÊNCIA EM FRUTICULTURA NO MUNDO.

Como a maior empresa brasileira exportadora de maçãs, a Agropecuária Schio se consagrou com destaque no segmento de fruticultura. Com altíssimo padrão de qualidade e produtividade, a Schio investe continuamente em tecnologia para satisfazer tanto o mercado externo, quanto o interno.

Com mais de 20 anos de atuação, a Schio tem o compromisso de fornecer produtos selecionados, seja qual for o país, sempre dentro das normas e requisitos exigidos. É esse cuidado que faz da Schio referência mundial em importação e exportação de frutos.

Schio e Arysta LifeScience: parceria de confiança para oferecer os melhores frutos.


SCHIO
AGROPECUÁRIA

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 etiqueta. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



Arysta LifeScience

www.arystalifescience.com.br

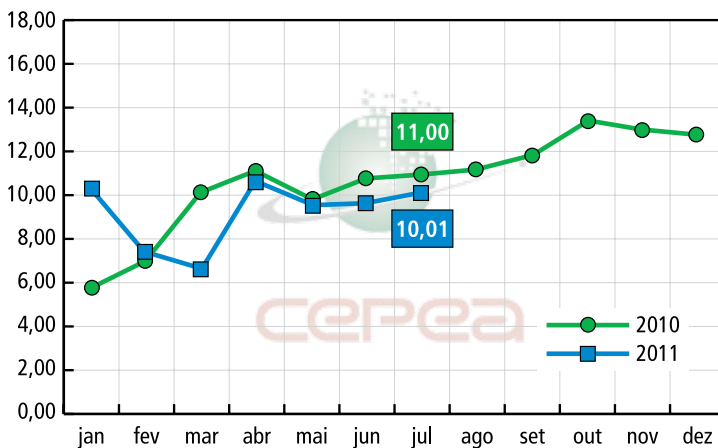


Menor oferta garante resultados positivos no 1º semestre

A oferta de banana nanica no mercado doméstico está baixa. Esse cenário vem mantendo os preços da variedade em patamares mais elevados. No primeiro trimestre deste ano, a safra de nanica do Vale do Ribeira (SP) teve quebra de 30%, devido a fortes vendavais. No norte de Santa Catarina, não houve pico de safra, conforme era esperado, por conta das baixas temperaturas verificadas durante as noites na região. Com isso, a variedade seguiu valorizada durante os três primeiros meses de 2011. Já em maio, a cotação caiu, pressionada pelo pico de safra em Bom Jesus da Lapa (BA). A partir de junho, a temperatura reduziu nas principais praças produtoras, desacelerando a maturação dos cachos e, dessa forma, voltando a diminuir a oferta da fruta. Assim, no primeiro semestre, a caixa de 22 kg da nanica foi negociada a R\$ 9,10 no Vale do Ribeira, valor 23% superior ao mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura no mesmo período. No norte catarinense, a variedade foi comercializada a R\$ 5,93/cx de 22 kg, 12% acima do mínimo. Para o segundo semestre, a expectativa é de que os resultados sigam positivos, uma vez que a oferta nacional de nanica não deve aumentar significativamente.

Baixa oferta de nanica mantém preços elevados

Demanda por banana deve ganhar ritmo em agosto



Preço da nanica sobe com pouca oferta no Vale do Ribeira

Preços médios recebidos por produtores do Vale do Ribeira pela nanica - R\$/cx de 22 kg



Clima frio reduz qualidade

O clima mais frio entre junho e julho, além de ter desacelerado o desenvolvimento dos cachos, reduziu a qualidade da banana do Vale do Ribeira (SP) e do norte de Santa Catarina. Os cachos que se desenvolveram sob baixas temperaturas têm apresentado *chilling* (escurecimento da casca). Vale ressaltar que, em julho, houve geadas nos bananais paulistas e catarinenses, intensificando a redução na qualidade, mas sem afetar a produtividade em ambas as praças. Como a oferta de banana no mercado doméstico está baixa, a redução na qualidade não refletiu em queda no valor da fruta. A estimativa é de que a qualidade seja recuperada apenas a partir de setembro, com a previsão de elevação das temperaturas.

Enchentes no Vale do Ribeira destroem plantações de banana

No dia 02 de agosto, enchentes invadiram os bananais do Vale do Ribeira (SP). Foi a segunda maior enchente ocorrida na região, desde a década de 70, segundo agentes locais. Com o alagamento, o abastecimento de banana ficou comprometido, uma vez que os bananais estavam imersos e, assim, os trabalhos de campo ficaram impossibilitados. Além da dificuldade de colheita, as plantas podem sofrer distúrbios fisiológicos, refletindo em queda na produção. De acordo com autoridades, estima-se que na cidade de Eldorado os danos tenham sido mais severos, sendo que uma grande parte da área destinada à bananicultura deverá ser replantada. Com relação às outras cidades da região, como Registro, Sete Barras, Jacupiranga e Cajati, até o fechamento desta edição não se têm os prejuízos contabilizados, mas poderá haver a necessidade de replantio nesses municípios.

Fonte: Cepea



Floradas abrem em São Paulo

Clima frio favorece abertura de flores em regiões paulistas

As baixas temperaturas, que vêm sendo registradas desde junho nas regiões produtoras de Monte Alto e Taquaritinga (SP), têm favorecido a indução das gemas e permitido floração mais uniforme nos pomares de manga dessas regiões. Caso não ocorram adversidades climáticas durante o período de desenvolvimento dos frutos, produtores paulistas esperam que a colheita de manga *tommy atkins* comece em novembro, devendo seguir até janeiro. Quanto à palmer, as atividades de campo devem iniciar em dezembro e terminar no final de março, visto que o ciclo dessa variedade é mais longo que o da *tommy*. Neste ano, a safra de *tommy* deve ser atrasada em relação à do ano passado, quando a colheita da fruta se iniciou em outubro. Esse atraso, no entanto, é favorável aos produtores locais, visto que reduz a concorrência com a *tommy* do Nordeste, ofertada com mais intensidade em outubro e novembro.

Aumento de oferta no NE deve reduzir cotações

Em agosto, o volume colhido de manga deve ter aumento expressivo nas regiões de Livramento de Nossa Senhora (BA) e Petrolina (PE)/Juazeiro (BA), no Vale do São Francisco. As atividades de campo nessas praças iniciaram em julho. Com as duas regiões entrando em produção na mesma época, as cotações da fruta no merca-

do interno podem ser pressionadas a partir deste mês. Contudo, em Livramento, a falta de água nos reservatórios locais tem limitado a irrigação, o que pode reduzir a produtividade. Outro fator que pode amenizar a queda de preços é a exportação, que deve aquecer no período de maior oferta.

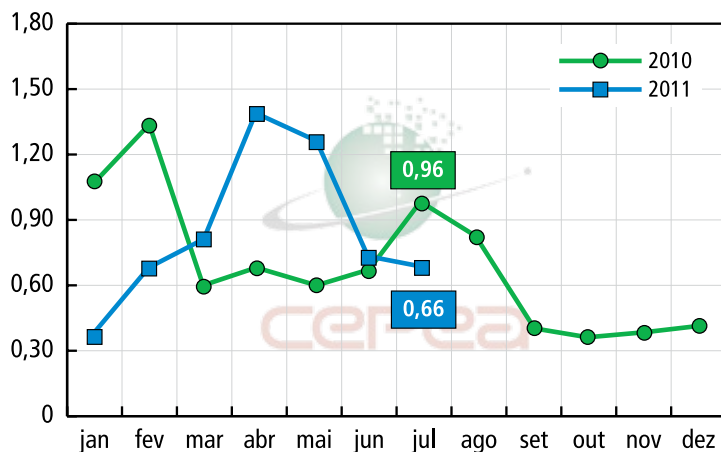


Exportações diminuem, mas receita aumenta

O volume de manga exportado de janeiro a junho deste ano pelo Brasil foi de 32 mil toneladas, redução de 28% frente ao do mesmo período de 2010, quando os embarques somaram 38,3 mil toneladas. Os dados são da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). O menor volume enviado deve-se à baixa oferta da fruta no primeiro semestre, sobretudo do principal exportador, Vale do São Francisco. Por sua vez, essa menor quantidade de manga no Vale ocorreu devido ao atraso nas induções florais em função do calor excessivo no primeiro semestre deste ano. Apesar do menor volume embarcado, a receita adquirida entre janeiro e junho foi 3% maior que a do ano passado, pois a fruta brasileira esteve valorizada no exterior. Para o segundo semestre de 2011, o volume exportado deve ser mais significativo, visto que a oferta será maior no Vale do São Francisco.

México pode encerrar embarques aos EUA em agosto

O volume de manga embarcada pelo México aos Estados Unidos vem reduzindo gradativamente desde o final de junho. Agentes têm expectativa de que as exportações encerrem até o final de agosto e sejam retomadas apenas em março do ano que vem. Entre 25 a 29 de julho, o México enviou cerca de 1,5 milhão de caixas de manga, redução de 21,4% frente à semana anterior, segundo o *National Mango Board*. Nesse cenário, a partir deste mês, as exportações do Brasil aos Estados Unidos podem ser favorecidas, devido à maior oferta do Vale do São Francisco.



Maior oferta desvaloriza *tommy* no Vale
Preços médios recebidos por produtores de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) pela *tommy atkins* - R\$/kg

Fonte: Cepea





Oferta de mamão deve aumentar a partir de agosto

Clima mais quente pode elevar oferta

O volume de mamão deve aumentar na maioria das regiões produtoras entre o final de agosto e início de setembro, devido às temperaturas mais elevadas. Os meses de agosto e setembro devem ter clima mais quente devido ao final do inverno, fazendo com que as frutas que ficaram verdes no pé durante o inverno amadureçam mais rapidamente. Em julho, a maturação esteve mais lenta nas roças, diminuindo ligeiramente a oferta da fruta no período. Com a previsão de aumento da disponibilidade nos próximos meses, os preços podem recuar. O retorno das aulas, no entanto, deve favorecer as vendas, limitando a queda nos valores. As baixas cotações do mamão verificadas desde setembro do ano passado vêm inibindo os investimentos nas lavouras, sobretudo nas do sul da Bahia e do Espírito Santo.



Frio reduz qualidade no ES e BA

As temperaturas mais baixas, que vêm sendo registradas desde junho no Espírito Santo e no sul da Bahia, causaram mancha fisiológica nas frutas dessas regiões. O sol intenso durante o dia e o frio à noite levaram à maturação menos uniforme do mamão. Além disso, a baixa rentabilidade obtida por produtores desde setembro/10 resultou em menores tratamentos culturais nas lavouras de ambas as praças. Assim, houve ocorrência de doenças como a pinta-preta, a

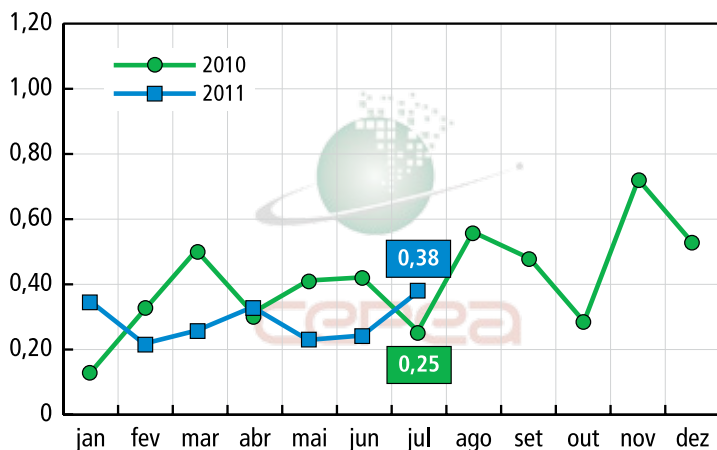
antracnose e a mancha “chocolate”, que aparecem geralmente no verão. Em setembro, a previsão é que a mancha fisiológica ocorra com menor intensidade, em função do clima, que pode ser mais quente devido à proximidade do início da primavera. Por outro lado, as elevadas temperaturas também podem aumentar a incidência de doenças fúngicas e, se produtores continuarem deixando de realizar os tratamentos culturais nas lavouras, o número de problemas na qualidade da fruta deve ser mais elevado.

Baixa rentabilidade limita investimentos

No Espírito Santo, as áreas mais antigas de mamão havaí não foram substituídas neste primeiro semestre de 2011. Isso porque produtores tiveram baixa rentabilidade nos últimos meses. De modo geral, mamoneiros ainda não tiveram retorno dos investimentos realizados no primeiro semestre do ano passado. O preço do mamão havaí continua abaixo do valor mínimo estabelecido por produtores para cobrir os gastos com a cultura, situação verificada desde setembro de 2010. De janeiro a julho, o preço médio da variedade foi de R\$ 0,22/kg no Espírito Santo, 40% abaixo do valor mínimo estimado para cobrir os gastos. Até o final deste ano, não há perspectivas de melhora no mercado de mamão, pois, com o clima quente a partir de setembro, a oferta deve aumentar, pressionando as cotações.

Clima chuvoso e frio diminui oferta no RN

O volume de mamão colhido no Rio Grande do Norte teve redução em julho devido ao clima frio e chuvoso. As precipitações prejudicaram a qualidade da fruta, causando a mancha “chocolate”, que se intensifica com o clima mais úmido. Desta forma, mesmo com alguns problemas na qualidade do mamão, a menor oferta elevou ligeiramente as cotações. O havaí potiguar foi negociado a R\$ 0,70/kg em julho, alta de 2% frente ao mês anterior. A previsão para setembro é de clima mais seco, fator que deverá elevar a disponibilidade de mamão no estado.



Menor oferta valoriza formosa em julho
Preços médios recebidos por produtores do Espírito Santo pelo mamão formosa - R\$/kg

Fonte: Cepea





Maior oferta de uva em agosto

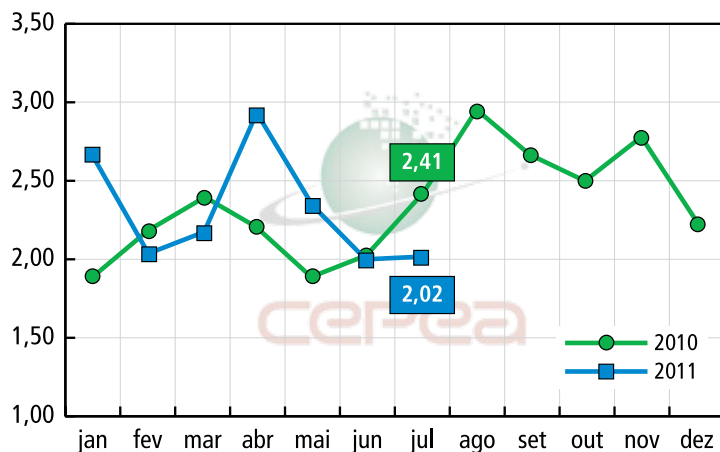
Aumenta oferta do Vale no mercado nacional

O Vale do São Francisco deve aumentar a oferta de uvas sem sementes ao mercado nacional em agosto. A disponibilidade deve seguir de forma escalonada até o final do ano, mas com maior volume frente ao mesmo período de 2010, por conta da menor quantidade destinada às exportações. Segundo produtores, no segundo semestre, 50% da oferta deve ser destinada ao mercado nacional, sendo que, no mesmo período de 2010, 40% da produção foi destinada ao Brasil. Quanto aos preços, de junho a julho, a uva sem sementes foi negociada a valores considerados satisfatórios, devido à baixa oferta no Nordeste e à diminuição das importações da fruta do Chile e da Argentina. Como forma de aproveitar esses patamares de preços, alguns produtores chegaram a vender a fruta com o brix abaixo do ideal. Em julho, a *thompson* e a *crimson* tiveram médias de R\$ 6,14/kg e de R\$ 4,98/kg, respectivamente, valores 115% e 74,5% acima do mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura. As exportações devem iniciar em setembro e, por enquanto, a produtividade está boa, com média de 27 t/ha de uvas sem sementes.



Jales e Pirapora aceleram colheita

Com o início do pico de safra, a colheita tanto de uvas finas quanto de rústicas (niagara) deve ser intensificada em Jales (SP) e em Pirapora (MG)



Com maior oferta, preço fica abaixo de 2010

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



Fonte: Cepea

em agosto. O maior volume de uva, por sua vez, deve pressionar as cotações da fruta. Além disso, o Vale do São Francisco também deve disponibilizar maior quantidade de uvas com semente no período. A temporada em Jales e em Pirapora começou no final de junho com a variedade rústica. Devido à baixa oferta, os preços estavam altos em julho – nesse mês, a média da niagara foi de R\$ 3,19/kg em Jales e de R\$ 4,24/kg em Pirapora. Estima-se que a produtividade seja boa nesta safra, com média de 30 t/ha para as uvas finas e de 25 t/ha para a rústica em Jales e em Pirapora.

Importação cresce quase 35%

De janeiro a junho, a importação brasileira de uva totalizou 29,8 mil toneladas, volume 34% superior ao do mesmo período de 2010, segundo a Secex. Deste total, 63% das uvas foram provenientes do Chile e o restante, da Argentina. As principais variedades importadas foram: *red globe*, *crimson* e *thompson*. O aumento de uvas importadas deve-se, principalmente, à baixa oferta da uva nacional e à valorização do Real. No segundo semestre, as importações devem ocorrer em menor intensidade, já que boa parte das regiões brasileiras produtoras de uva devem começar a colheita.

Colheita na Califórnia intensifica em agosto

Em 2011, a produção de uvas de mesa da Califórnia (EUA) deve aumentar 9% frente à de 2010, totalizando 1,1 milhão de toneladas, de acordo com o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA). A safra californiana iniciou em julho, com cerca de 10 dias de atraso, por conta do clima frio e úmido. Com a concentração de oferta em agosto, os preços da uva devem cair. A exportação de uva da Califórnia ao México deve aumentar neste ano, devido à eliminação da tarifa de até 45% imposta aos Estados Unidos pelo país mexicano em 2009, que reduziu 73% das exportações entre 2009 e 2010, segundo o *Fresh Plaza*. Esse cenário pode aumentar o espaço para a fruta de outros países, como o Brasil, no mercado norte-americano.

SEÇÃO ELETRÔNICA UVA
Cadastre-se e receba preços semanais de uva.
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade



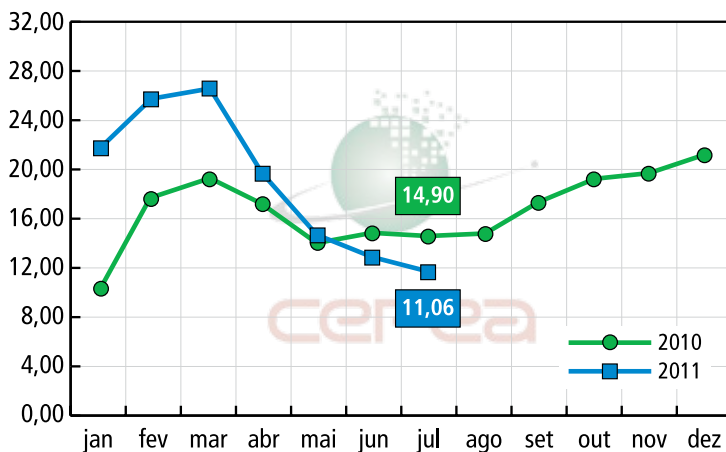
Alta no preço internacional eleva receita com exportações do Brasil

Receita com exportação de suco sobe 36% na safra 2010/11

No ano-safra encerrado em junho, todos os tipos de suco de laranja exportados por empresas brasileiras tiveram aumento de receita recebida em dólar. Segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), de julho/10 a junho/11, sucos de laranja proporcionaram receita cambial de US\$ 2,1 bilhões, 36% superior à obtida na temporada anterior. Esse aumento pode ser considerado uma recuperação, visto que, na temporada anterior (2009/10), houve diminuição no montante recebido. O ganho ocorreu principalmente devido à valorização do suco no mercado internacional. O preço médio do suco de laranja concentrado e congelado (FCOJ) subiu expressivos 37% (em dólar) em relação à temporada anterior e o de suco de laranja não concentrado (NFC) aumentou 7%. Na safra 2010/11, ainda que a demanda externa pelo produto brasileiro estivesse aquecida, o volume embarcado foi limitado pela baixa oferta de suco de laranja no País. A produção da fruta da temporada passada teve forte quebra, totalizando apenas 292,7 milhões de caixas, de acordo com dados da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab).

Safra 2010/11 da Flórida fecha em 139 milhões de caixas

Em julho, o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) divulgou o último relatório referente à safra 2010/11 da Flórida, indican-



Pelo 4º mês consecutivo, preços da pêra recuam

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



Preço da tahiti começa a reagir

Depois de quase quatro meses de elevada oferta de lima ácida tahiti no estado de São Paulo, a expectativa é que, em agosto, ocorra redução no volume de frutas disponíveis. Dessa forma, após ligeira reação nos preços em julho, os valores pagos pela fruta podem subir ainda mais. Para o segundo semestre, produtores acreditam em menor oferta de tahiti frente ao mesmo período do ano passado. Isso porque, com o atraso do pico de safra, as árvores estavam ainda carregadas de frutas entre os meses de abril e junho deste ano. Assim, a floração que deveria ocorrer naquele período, dando origem aos frutos colhidos no segundo semestre, abriram de forma pontual. Vale ressaltar que o crescimento dos frutos e abertura de novas floradas são altamente dependentes do clima daqui para frente.

Inicia safra de murcote, mas poncã limita vendas

A comercialização de tangor murcote deve ser mais aquecida a partir de agosto, com o encerramento da safra de poncã. A colheita da murcote foi intensificada no final de junho, já que o calibre da fruta estava satisfatório. Alguns produtores também destinaram a fruta para processamento industrial, mesmo ainda não estando com a maturação ideal em todas as propriedades. Para esta safra, espera-se que o volume de murcote no estado de São Paulo seja semelhante ou até mesmo um pouco superior ao da temporada 2010/11. De acordo com produtores, a produtividade deve ser maior em alguns pomares, assim como ocorreu para a laranja na atual safra (2011/12).



Fonte: Cepea





ENTREVISTA: Oscar Ló

“AS PESSOAS ESTÃO CRIANDO HÁBITOS DE CONSUMO MAIS SAUDÁVEIS”

Oscar Ló é formado em Direito e Economia pela Universidade de Caxias do Sul (UCS); tem pós-graduação em Gestão Cooperativista pela Univates, de Lageados (RS). Atualmente, exerce o cargo de presidente da Cooperativa Vinícola Garibaldi, situada em Garibaldi (RS).

Hortifruti Brasil: Segundo estimativas da Abir (Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não-Alcoólicas), as vendas de suco no Brasil devem crescer 19% de 2010 para 2012. O senhor concorda com esta estimativa? Acredita que há espaço para tal crescimento deste setor no Brasil?

Oscar Ló: Acredito que sim. As pessoas estão criando hábitos de consumo mais saudáveis, estão se tornando mais exigentes e buscam produtos naturais. Devido a esta educação da população, acredito que teremos espaço para este crescimento do consumo de suco.

“Em nosso ramo de trabalho com suco integral, não sofremos com as importações. Pelo contrário, o mundo elogia os sucos de uva elaborados em nosso País”

HF Brasil: As importações brasileiras de sucos têm crescido, conforme mostram números da Secex. O que estaria motivando esse comércio: falta de matéria-prima para processamento no Brasil? Oferta de suco insuficiente para suprir a demanda interna? Ou, então, o produto importado registra preços mais competitivos do que o brasileiro?

Ló: Em nosso ramo de trabalho com suco integral, não sofremos com as importações. Pelo contrário, o mundo elogia os sucos de uva elaborados em nosso País.

HF Brasil: Como é a relação das cooperativas com os produtores de uva? Quais são as exigências quanto à qualidade da fruta? Há bonificação caso a fruta apresente qualidade superior à exigida?

Ló: A relação é um compromisso de ambos os lados: a cooperativa se compromete em receber toda a produção do associado e vice-versa. A remuneração obedece aos critérios da qualidade e sanidade da fruta. Este pagamento parte de uma tabela que define um valor mínimo para a fruta, que aumenta de acordo com o estado da matéria-prima. Chegamos a remunerar 17% a mais que a média do mercado na safra de 2010.

HF Brasil: A cooperativa está aberta a novos fornecedores/cooperados ou já possui um grupo fechado? Quais são os pré-requisitos para ser um cooperado da vinícola?

Ló: Sim, a cooperativa está aberta para novos fornecedores. Quanto aos requisitos para entrar na cooperativa, além de ser um produtor rural e apresentar uma matéria-prima de qualidade, a admissão na cooperativa ocorrerá de acordo com a demanda de mercado. Acredito que nas demais cooperativas vinícolas a forma de adesão ao sistema seja semelhante.

HF Brasil: Os fornecedores da vinícola que preside estão localizados somente no Rio Grande do Sul ou há também produtores de outros estados? Quem fica responsável pelo custeio de frete?

Ló: Os 350 associados da cooperativa estão situados em 10 municípios da Serra Gaúcha (RS); não trazemos matéria-prima de outros estados ou regiões. Esses associados contam com uma área total de 800 hectares de vinhas cultivadas e, neste ano, produziram 16,5 milhões de quilos da fruta que foi processada na cooperativa e destinada à elaboração de vinhos, sucos e espumantes. Quanto ao frete da matéria-prima, fica por conta do associado, já que todos estão situados nas proximidades da empresa e a maioria possui veículo próprio para o transporte.



ENTREVISTA: Rogério Rangel

“A CARGILL ACREDITA NO MERCADO DE ATOMATADOS E TEM REALIZADO INVESTIMENTOS EXPRESSIVOS NESTE SETOR”

Rogério Rangel é formado em engenharia agrônoma pela Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ/USP), com especialização em Marketing pela Escola de Negócios, do Instituto de Administração e Gerência (IAG/PUC-RJ). Rogério Rangel é diretor agrícola da Cargill Foods.

Hortifruti Brasil: O segmento de atomatados tem se beneficiado com a ampliação da renda do consumidor? É um mercado promissor?

Rogério Rangel: A Cargill acredita no mercado de atomatados e tem realizado investimentos expressivos no setor.

“Temos uma experiente equipe técnica para apoiar os produtores na utilização das melhores tecnologias para a produção de tomate”

HF Brasil: Quanto à negociação via contrato, qual é a base para serem definidos os preços? O frete é incluso?

Rangel: Os contratos entre a empresa e os produtores são anuais e determinam os direitos e obrigações de cada uma das partes. Fatores como padrão de qualidade, preço, época de plantio e colheita são detalhados neste contrato. O preço da tonelada de tomate leva em consideração o custo de produção, a produtividade estimada e as culturas alternativas disponíveis para esta mesma época. Em nosso caso, o frete está incluso no preço, ou seja, é responsabilidade do produtor entregar o to-

mate na fábrica.

HF Brasil: Analisando os dados da Secex, verificamos importações equivalentes a US\$ 7,4 milhões em 2010 e a US\$ 4,5 milhões no primeiro semestre deste ano. Por que as processadoras não ampliam o número de fornecedores e/ou o volume contratado para que seja reduzida a necessidade de importação?

Rangel: As importações ocorrem, na maior parte dos casos, para suprir eventuais reduções de volumes na safra por problemas climáticos. A Cargill acredita muito na agricultura brasileira e tem como objetivo ampliar a boa relação que mantém com os produtores de tomate.

HF Brasil: Que tipo de suporte a empresa oferece aos produtores? Há espaço para produtores que não são tradicionais no setor se tornarem fornecedores?

Rangel: A relação entre a indústria processadora de tomate e os produtores varia de acordo com a empresa. Nossa empresa financia os insumos necessários para a produção de tomate e coloca uma experiente equipe técnica para apoiar os produtores na utilização das melhores tecnologias para a produção de tomate.

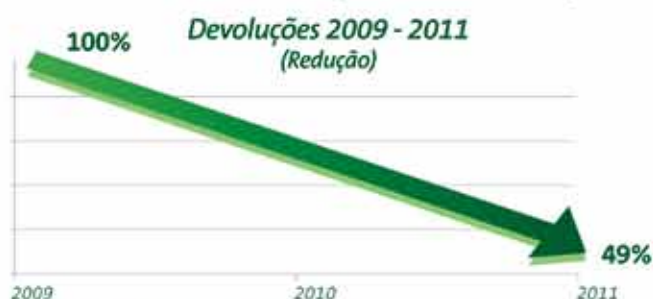
Hf Brasil: Tem sido forte o movimento de aquisições de empresas do setor por gigantes do ramo de alimentos. A Cargill adquiriu a Unilever e a Heinz, a Quero. Quais as conseqüências para o produtor caso haja concentração do mercado?

Rangel: Não ocorre concentração de mercado, pois Cargill e Heinz não atuavam no mercado de tomate no Brasil. ■

Quem semeia qualidade sempre colhe ótimos resultados.



Boa avaliação reflete a formação de melhores fornecedores, reconhecidos com o 1º Prêmio Qualidade Desde a Origem.



49%* de redução no total das devoluções de 2009 a 2011.

Isso significa menor ruptura e produtos de maior qualidade aos nossos consumidores com o Programa Qualidade desde a Origem.



*Fonte: pesquisa de status do programa, realizada pela PARIPASSU em junho de 2011.

Qualidade Desde a Origem é um programa pioneiro no varejo mundial. Um compromisso do Grupo Pão de Açúcar de oferecer aos clientes o melhor em qualidade, sabor e frescor aos produtos de hortifruti vendidos em nossas lojas. Para garantir isso, **acompanhamos cada etapa de produção**, começando pela qualificação do produtor, controle de defensivos agrícolas, distribuição, armazenamento e exposição nas lojas. Tudo para levar à mesa do consumidor alimentos sempre fresquinhos e saudáveis.



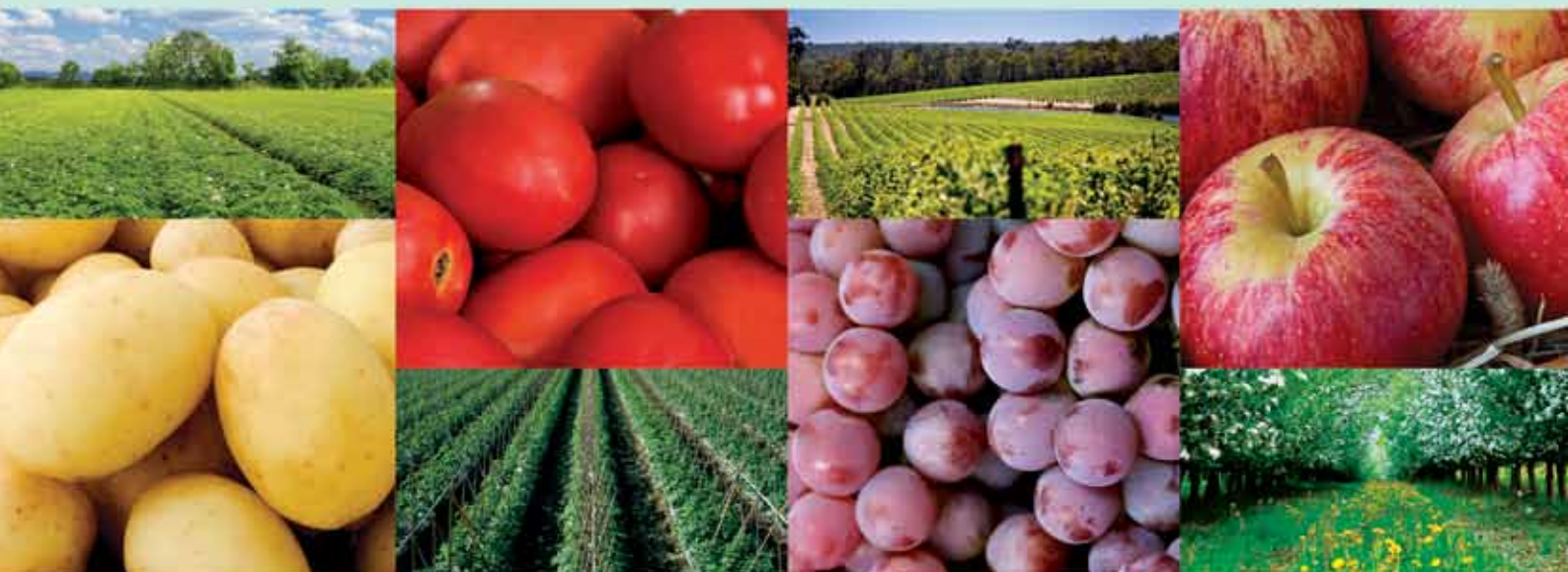
Acesse direto pelo celular

Para fazer parte do nosso grupo de fornecedores, faça seu cadastro pelo site: www.qualidadedesdeorigem.com.br



TRADICIONALMENTE INOVADOR

O único com Tecnologia NT



Eco-Cultivar.org.br

[1] - Marca Registrada de Dow AgroSciences

Dow AgroSciences



Dithane* NT é o fungicida que acompanha a velocidade das mudanças!

- Tradicionalmente inovador é usado por gerações no controle preventivo de diversas doenças da cultura da Batata, Maçã, Tomate e Uva.
- Dithane* NT tem maior aderência – resiste à lavagem pelas águas da chuva.
- Dithane* NT é proteção também para mais de 30 culturas.

ATENÇÃO

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

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



atidade sustentável
Dow AgroSciences

Dow AgroSciences
HORTIFRUTI



Tomate híbrido
DOMINADOR F1
Segurança e Rentabilidade
para sua lavoura.



PARA USO DOS CORREIOS	
1 <input type="checkbox"/> Mudou-se	2 <input type="checkbox"/> Falecido
3 <input type="checkbox"/> Desconhecido	4 <input type="checkbox"/> Ausente
5 <input type="checkbox"/> Recusado	6 <input type="checkbox"/> Não procurado
7 <input type="checkbox"/> Endereço incompleto	8 <input type="checkbox"/> Não existe o número
9 <input type="checkbox"/> _____	10 <input type="checkbox"/> CEP incorreto
Reintegrado ao Serviço Postal em ____/____/____	
Em ____/____/____ Responsável _____	

Uma publicação do **CEPEA USP/ESALQ**
Av. Centenário, 1080 CEP: 13416-000 Piracicaba (SP)
Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829
e-mail: hfrasil@esalq.usp.br

Impresso Especial
FEALQ
CORREIOS



IMPRESSO



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

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

AVOstudio

Tomate híbrido

DOMINADOR F1

- Alta resistência ao TYLCV (Geminivírus)
- Excelente sanidade de plantas
- Frutos uniformes
- Resistências: Fol: O, 1, For, Mi, Mj, ToMV, TYLCV, Va e Vd

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

www.AGRISTAR.com.br

Tel.: 24 2222-9000

Uma publicação do CEPEA – ESALQ/USP
Av. Centenário, 1080 CEP: 13416-000 Piracicaba (SP)
tel: (19) 3429 - 8808 Fax: 19 3429 - 8829
E-mail: hfbrasil@esalq.usp.br
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil