

Hortifruti ^{Brasil}

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 16 - Nº 170 - Agosto de 2017 - ISSN 1981-1837

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

www.cepea.esalq.usp.br/hortifruti



"Os HF's são caros para o consumidor e a remuneração do produtor é baixa"

Esse e outros possíveis mitos da comercialização são desvendados nesta edição



Agora a DuPont traz ainda mais proteção para a sua lavoura ir além.

Verimark® e Benevia® trazem um novo conceito na proteção da lavoura e no manejo de produção. O Programa permite controle eficiente das pragas mais importantes desde o início do ciclo, proporcionando plantas saudáveis e vigorosas.

Ambos possuem o ativo Ciantraniliprole que apresenta espectro cruzado com alta performance no controle das principais pragas mastigadoras* e sugadoras*.

Verimark® alvos

- ✓ **Traça-da-batata**
(*Phthorimaea operculella*)
- ✓ **Traça-das-crucíferas**
(*Plutella xylostella*)
- ✓ **Mosca-branca**
(*Bemisia tabaci*)
(*Bemisia tabaci* raça B)
- ✓ **Mosca-minadora**
(*Liriomyza huidobrensis*)
(*Liriomyza sativae*)
(*Liriomyza* spp)
- ✓ **Lagarta-mede-palmo**
(*Trichoplusia ni*)
- ✓ **Pulgão-verde**
(*Myzus persicae*)

Benevia® alvos

- ✓ **Broca-pequena-do-tomateiro**
(*Neoleucinodes elegantalis*)
- ✓ **Bicho-mineiro-do-café**
(*Leucoptera coffeella*)
- ✓ **Traça-das-crucíferas**
(*Plutella xylostella*)
- ✓ **Broca-da-vagem**
(*Etiella zinckenella*)
- ✓ **Broca-das-cucurbitáceas**
(*Diaphania nitidalis*)
- ✓ **Lagarta-mede-palmo**
(*Trichoplusia ni*)
- ✓ **Mosca-branca**
(*Bemisia tabaci*)
(*Bemisia tabaci* raça B)
- ✓ **Mosca-minadora**
(*Liriomyza huidobrensis*)
(*Liriomyza sativae*)
(*Liriomyza* spp)
- ✓ **Broca-do-café**
(*Hypothenemus hampei*)

Novos alvos

- ✓ **Lagarta-das-folhas**
(*Spodoptera eridania*)
- ✓ **Pulgão-do-algodoeiro**
(*Aphis gossypii*)
- ✓ **Pulgão verde**
(*Myzus persicae*)
- ✓ **Traça-da-batata**
(*Phthorimaea operculella*)
- ✓ **Lagarta-falsa-medideira**
(*Chrysodeixis includens*)
- ✓ **Lagarta Helicoverpa**
(*Helicoverpa armigera*)
- ✓ **Lagarta-da-soja**
(*Anticarsia gemmatilis*)
- ✓ **Mosca-branca**
(*Bemisia tabaci* raça B) - Ninfa
- ✓ **Traça-do-tomateiro**
(*Tuta absoluta*)

*Acesse a bula no site www.dupontagricola.com.br e saiba mais sobre os produtos.



Os LMRs e Tolerâncias de Importação para culturas tratadas com Verimark® e Benevia® podem estar pendentes em alguns países. Consulte seu exportador, importador ou a DuPont antes de aplicar Verimark® e Benevia® nas culturas de exportação. Cyazypyr® é a marca comercial do ingrediente ativo Ciantraniliprole. ATENÇÃO: Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO. Produto de uso agrícola. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos do produto.

DuPont™ Verimark®

inseticida

powered by
CYAZYPYR®

DuPont™ Benevia®

inseticida

powered by
CYAZYPYR®

Benefícios



Melhor estabelecimento da cultura



Plantas mais vigorosas que proporcionam melhores resultados



Uma só molécula com espectro cruzado no manejo das mais importantes pragas



Controla diversas fases do ciclo da praga resultando em alta performance



Maior proteção, ação sistêmica e translaminar



Ganhos adicionais em produtividade e qualidade



BENEVIA® | FOLIAR

DuPont™ Benevia® é um inseticida registrado para **30 culturas**. Possui formulação à base de óleo 100 OD - Dispersão de Óleo, para aplicações foliares.

VERIMARK® | SOLO

DuPont™ Verimark® é um inseticida registrado para **28 culturas**. Possui formulação 200 SC - Suspensão Concentrada, para aplicações via solo.

O aumento da produtividade e rentabilidade foram observados em campos experimentais, onde foram utilizados os produtos Verimark® e Benevia®, seguindo corretamente as informações de dosagem e aplicação. O aumento de produtividade e rentabilidade depende também de outros fatores, como condições de clima, solo, manejo, estabilidade do mercado, entre outros. Dados disponibilizados pela área de Pesquisa da DuPont. Consulte sobre a aprovação do cadastro estadual do produto Verimark®, em seu estado, para as diferentes culturas registradas. O produto Verimark® está liberado para comercialização no PR (com restrição na cultura do fumo para o alvo *Phthorimaea operculella*).

Para mais informações:

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



GESTÃO INTEGRADA DE FAZENDAS

O curso oferece ao aluno uma visão sistêmica para a integração de todos os setores envolvidos na gestão de uma fazenda.

Gestão de AgroMarketing

AGREGUE VALOR
A SUA CARREIRA

LIDERE OS ESFORÇOS
DE DESENVOLVIMENTO
DE MERCADO DA SUA EMPRESA

INSCREVA-SE EM  (19) 3375.4250
PECEGE.ORG.BR  (19) 99948.4769

EDITORIAL

PRODUTOR NÃO DEVE RECEBER MENOS DO QUE SEU CUSTO E, O CONSUMIDOR, PAGAR MAIS QUE O JUSTO



Mariana Santos (esq.), Bianca Pan, Marina Marangon e Isabela Santos são as autoras da matéria desta edição.

Nesta edição, discute-se o que é mito ou verdade a respeito da comercialização de frutas e hortaliças. Duas das cinco hipóteses são colocadas como verdade: uma delas é a interpretação de que altas margens de comercialização representam bons lucros ao varejo. Segundo o professor e coordenador científico do Cepea, Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros, entrevistado do *Fórum* desta edição, não se pode, no entanto, associar o tamanho da margem ao tamanho do lucro do supermercado. A margem corretamente calculada é, por exemplo, a diferença entre o preço de um quilo do produto no supermercado e o preço da quantidade correspondente comprada do produtor. Se a margem for suficiente para cobrir com sobra os custos de comercialização, o varejo terá lucros. O professor acrescenta que, em média, as margens devem cobrir os custos de comercialização. Caso contrário, os supermercados fechariam suas portas.

Outra questão discutida por Barros e também comentada na matéria de capa desta edição são as perdas. O professor considera que a proporção delas na comercialização é uma decisão técnico-econômica. Muitas vezes, tomar medidas contra as perdas pode resultar em margens de comercialização mais elevadas, por conta do custo/esforço do seu "combate".

Então, quais as saídas para o consumidor não pagar mais que o justo pelo hortifrúti e o produtor não receber menos do que seu custo? O professor Barros destaca que o caminho é ter técnicas acessíveis e disponíveis ao produtor e aos agentes de comercialização para compensar economicamente o desperdício. No caso da desvalorização do produto no campo, a matéria de capa desta edição mostra que, diante das características do mercado agrícola, as oscilações serão maiores nas lavouras do que nos demais elos de comercialização. Porém, a garantia de um ambiente equilibrado em termos de poder de barganha entre produtor e comprador, em especial o segmento varejista, pode limitar a queda do valor da matéria-prima. Para isso, a organização de produtores em associações e cooperativas é essencial.

Por Caroline Ribeiro



“Fruta nas Escolas”: Colégios da Nova Zelândia adotam estratégia de combate à obesidade infantil

Um programa alimentar implantado na Nova Zelândia promete levar frutas e hortaliças frescas a mais de 100 mil estudantes locais neste ano. O *Fruit in Schools* (Fruta nas Escolas) é um complemento ao Plano de Obesidade Infantil adotado pela administração pública, que torna o país um dos primeiros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) a adotar uma estratégia abrangente de combate ao problema. Em 2017, cerca de 540 escolas da Nova Zelândia participam do programa, recebendo frutas e hortaliças semanalmente, conforme a produção da época. Muitos professores, inclusive, aproveitaram a oportunidade para criar um suporte às aulas de matemática. No cardápio, estão disponíveis até 24 variedades de hortifrútiis – para que funcionários e estudantes consumam os produtos de sua preferência. Além disso, o objetivo é de que os adultos orientem as crianças a experimentar os alimentos que não conhecem, estimulando a alimentação saudável. A expectativa é de que mais de 20 milhões de porções sejam distribuídas até o fim deste ano.



Supermercado alemão lança produto que une esporte e consumo de fruta

Quem disse que o comércio de hortifrútiis não pode fugir do tradicional? A rede de supermercados alemã *Aldi* provou que, com uma pitada de criatividade, é possível aliar o consumo de frutas a um esporte bastante popular no país. Em comemoração ao início de um dos torneios de tênis mais antigos do mundo e de maior prestígio no Reino Unido, o *Wimbledon*, o supermercado lançou um produto exclusivo para as lojas da rede. Se trata de um tubo com quatro maçãs-verdes e frescas, para simbolizar bolas de tênis. O produto, que é edição limitada, começou a ser comercializado no fim de junho, dias antes da estreia do torneio – e será vendido até quando durarem os estoques. Em 2016, uma empresa da Espanha, a *Fruiti&tube* também se destacou no mercado hortifrutícola por sua criatividade, ao criar embalagens semelhantes, em formas de “tubo”, para comercializar frutas e hortaliças – como uma iniciativa de incentivar hábitos saudáveis e, conseqüentemente, o consumo de hortifrútiis.



Consumo de produtos frescos nos EUA aumenta 60% nos últimos 12 meses

Os consumidores estão, aos poucos, mudando seus hábitos alimentares, fator que beneficia o mercado de hortifrútiis. Nos Estados Unidos, por exemplo, a demanda por produtos frescos aumentou 60% nos últimos 12 meses, conforme o relatório *Fresh Trends 2017*, publicado pelo periódico *The Packer* – que promove, anualmente, estudos de consumo e tendências. A mudança, segundo a publicação, pode ser reflexo do maior acesso à informação, que tem incentivado a população a cuidar da saúde. Um dos resultados da pesquisa indica que oito em cada 10 entrevistados afirmaram ter mudado seus hábitos no último ano, no intuito de repensar os nutrientes consumidos, seja optando por comer mais em casa (42%) ou substituindo alimentos processados por frescos (30%). Veja o *ranking* das 20 frutas e hortaliças mais consumidas pelos norte-americanos em <http://tinyurl.com/ranking20-eua>.

HF Brasil por aí

Pesquisadoras realizam palestra de alface e melancia



Pesquisadoras do Cepea recebem técnicos a convite da Agristar.

No dia 19 de junho, as pesquisadoras do Cepea Fernanda Geraldini e Marina Marangon, e as analistas Carolina Sales e Mariana Coutinho participaram do ETEC (Encontro dos Técnicos) da Agristar, evento anual promovido pela empresa na cidade de Santo Antônio de Posse/SP. Na ocasião, foram ministradas palestras sobre o cenário atual e perspectivas para os mercados de alface e melancia para aproximadamente 120 técnicos.

Cepea e Universidade da Flórida se unem para discutir a citricultura

No dia 26 de junho, a HF Brasil recebeu a visita de Stephen H. Futch e Ariel Singerman, da Universidade da Flórida (EUA). Em encontro com as pesquisadoras do Cepea Margarete Boteon, Fernanda Geraldini e Sílvia Miranda, puderam trocar informações a respeito da citricultura do Brasil e dos Estados Unidos.



Sílvia Miranda (esq.), Margarete Boteon, Ariel Singerman, Stephen H. Futch e Fernanda Geraldini.

Sistemas Agroflorestais



Achei o tema interessante. Devemos buscar a diversificação das culturas, principalmente para pequenos produtores rurais. Acredito que o principal problema está em conciliar dois sistemas para que um não atrapalhe o outro, principalmente na questão de sombreamento em HFs.

Cristhiano Kopanski – Guarapuava/PA

Conheço a Fazenda da Toca em Itirapina (SP). Certamente o maior desafio do Sistema Agroflorestal é escolher as espé-

cies de interesse, pois algumas podem não responder bem a este sistema de cultivo.

Fabio Catelan – Paraíso/SP

Achei muito interessante o conceito de Sistema Agroflorestal, pois congrega dois importantes sistemas ecológicos e produtivos. Para o seu sucesso, são necessários coordenação e conhecimento de todos os sistemas.

Renato Antonio Vedoato – Limeira/SP

CAPA 08



Você sabe por qual razão os preços dos hortifrutícolas são muito mais elevados no varejo do que ao produtor? A Hortifruti Brasil desmistifica nesta edição!

FÓRUM 34

Geraldo Barros, professor doutor da Esalq/USP, explica por que as margens de comercialização são tão elevadas no setor de frutas e hortaliças.

HF BRASIL NA REDE



Hf www.hfbrasil.org.br





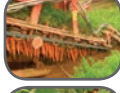








19 99128.1144

Hortifruti Brasil

@revistahortifrutibrasil

@hfbrasil

SEÇÕES

BATATA		16
CEBOLA		20
TOMATE		21
ALFACE		22
CENOURA		24
MELÃO		25
BANANA		26
MANGA		27
MELANCIA		28
CITROS		30
UVA		31
MAMÃO		32
MAÇÃ		33

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, Leticia Julião, Fernanda Geraldini Palmieri e Marina Marangon Moreira

Editora Executiva:

Daiana Braga MTb: 50.081

Diretora Financeira: Margarete Boteon

Jornalista Responsável:

Alessandra da Paz Mtb: 49.148

Revisão:

Daiana Braga, Bruna Sampaio, Caroline Ribeiro, Nádia Zanirato e Flávia Gutierrez

Equipe Técnica:

Beatriz Papa Casagrande, Bianca Pan dos Santos, Caio Vinícius Piton Torquato, Carolina Camargo Nogueira Sales, Caroline Ribeiro, Emanuel Pereira Lima Filho, Fernanda Geraldini Palmieri, Giulia Gobbo Rodrigues, Heitor Araujo Cintra Inacio, Henrique Sarmiento Aires, Isabela Fernanda Luiz, Isabela Silva dos Santos, Laís Ribeiro da Silva Marcomini, Laleska Rossi Moda, Lenise Andresa Molena, Lívia Rebeca Luz da Silva, Marcela Guastalli Barbieri, Mariana Coutinho Silva, Mariana Santos Camargo, Mariane Novais Olegário de Souza e Rogério Bosqueiro Junior

Apoio:

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

Diagramação Eletrônica/Arte:

Guia Rio Claro.Com Ltda
enfaserioclaro@gmail.com

Impressão:

www.graficamundo.com.br

Contato:

Av. Centenário, 1080

Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)

Tel: 19 3429-8808

Fax: 19 3429-8829

hfcepa@usp.br

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil

A revista Hortifruti Brasil pertence ao Cepea

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

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

ESCREVA PARA NÓS.

Envie suas opiniões, críticas e sugestões para:

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

Conheço quem produz em Sistema Agroflorestal. Acredito que o maior desafio seja o respeito pelo espaçamento técnico entre culturas e formas de irrigação e sombreamento. Vejo que o interesse por essa modalidade aumenta e a produção também. Portanto, há futuro no SAF.

Hamilton José Bernussi – Jundiá/SP

Dia do Agricultor (28 de julho)

Sou agricultor, já troquei noites de sono por horas de trabalho em cima de um trator. Já troquei um sapato limpo e da moda por uma botina suja. Já troquei roupas limpas por roupas sujas de terra e graxa. Já troquei finais de semanas e feriados pela lavoura. Já troquei festas para dormir e acordar cedo trabalhar. Mas tudo valeu e vale a pena, pois faço o que gosto.

Aldo Dal Bosco – Caçador/SC – depoimento via WhatsApp

Valorize seu pequeno na agricultura!



*Heloísa de Aguiar Canal -
Venda Nova do Imigrante*

Quer ver a foto do seu pequeno na revista? Então tire uma foto dele e mande para nós para o e-mail hfcepea@usp.br ou pelo WhatsApp (19) 99128.1144!

Hortifruti Brasil no WhatsApp



A **Hortifruti Brasil** está no WhatsApp! Neste aplicativo, você pode entrar em contato conosco e também nos enviar fotos para publicarmos na revista! Para isso, basta nos enviar fotos de sua produção, nome e região!

Veja o que nossos leitores nos enviaram!

19 **99128.1144** ✓

Celso de Castro - Marmelópolis (MG)



Francisco Dourado Junior - América Dourada



Gilberto Cardinot - Nova Friburgo (RJ)



“OS HFS SÃO CAROS PARA O CONSUMIDOR E A REMUNERAÇÃO DO PRODUTOR É BAIXA”

Esse e outros possíveis mitos da comercialização dos hortifrúti são desvendados nesta edição

A diferença expressiva entre o preço que o horticultor vende seus produtos e o que está exposto na gôndola do supermercado é a maior “pulga atrás da orelha” do produtor brasileiro de frutas e hortaliças. Assim, é quase uma convenção que os HF’s são caros ao consumidor e a remuneração ao produtor é baixa. Mas isso é mito ou verdade? Esse e outros quatro fatores a respeito da comercialização de hortifrúti são analisados nesta edição.

A proposta da **Hortifruti Brasil** é expor, por meio da teoria de comercialização, a dinâmica de compra e venda do segmento hortifrutícola nas duas pontas opostas da cadeia, produtor e varejo, e os principais custos dessa relação. Para isso, a diferença entre o preço no varejo e ao produtor (margem total) foi analisada, que é um dos fatores que afetam a margem total da cadeia de comercialização das frutas e hortaliças.



MARGEM TOTAL DE COMERCIALIZAÇÃO:

Diferença entre o preço no varejo e ao produtor multiplicado pelas perdas das frutas e hortaliças



MITO OU VERDADE ?



Para testar seus conhecimentos, confira os cinco fatos referentes à comercialização selecionados pela **Hortifruti Brasil** e responda abaixo se trata-se de mito ou verdade. Confira a resposta nas próximas páginas por meio da análise que a equipe fez a respeito de cada um.

1

Os hortifrúti custam muito para o consumidor e são pouco valorizados na lavoura

() MITO
() VERDADE

2

Quando a oferta aumenta, o preço cai mais ao produtor do que no varejo

() MITO
() VERDADE

3

O consumidor paga caro pelos HF's no varejo e pouco quando os adquire direto da roça

() MITO
() VERDADE

4

Os preços ao produtor variam muito mais do que no varejo

() MITO
() VERDADE

5

O produtor sempre fica com a menor parte da receita gerada na cadeia dos hortifrúti

() MITO
() VERDADE

NÃO ELEJA PRAGAS

ihara.com.br

Não deixe os insetos governarem sua lavoura. Confirme **ELEITTO**, o novo inseticida de **amplo espectro** com **ação de choque** e **longo residual**. Especialmente desenvolvido pela IHARA para a hortifruticultura, **ELEITTO** coloca sua produção em primeiro lugar.

impulsa



Pode ser aplicado via terrestre ou aérea em qualquer fase da cultura, inclusive na florada



Pode ser aplicado próximo à colheita



Multi-pragas



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. 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.

ELEITTO



**Agricultura
é a nossa vida**



MITO OU VERDADE 1:



“OS HORTIFRUTÍCOLAS CUSTAM MUITO PARA O CONSUMIDOR E SÃO POUCO VALORIZADOS NA LAVOURA”

De fato, os preços ao varejo são muito mais elevados do que os observados na roça. No entanto, não se trata de dar maior ou menor valor para o varejo ou para o produtor. Apesar de as frutas e hortaliças comercializadas na forma *in natura* apresentarem o mínimo de processamento desde o nível de produção até chegar às mesas das famílias, há diversos serviços adicionados neste processo, que implicam em custos de comercialização para a cadeia. Isto é, para que o consumidor consiga comprar seu produto, na forma, espaço e tempo desejados, há custos para que o produto esteja disponível na ponta final da cadeia.

Assim, quando comparadas as duas pontas opostas da cadeia de frutas e hortaliças frescas (produtor e consumidor, é importante destacar que os custos dos compradores não envolvem apenas a aquisição da matéria-prima; há uma série de serviços adicionados para levar o produto de uma ponta a outra, como: transporte, armazenamento, beneficiamento/processamento, classificação, embalagem, *marketing* etc., que acabam incluindo custos com mão de obra, frete, aluguel e/ou aquisição de benfeitorias e máquinas, impostos, seguros, financiamentos e assim por diante.

Além disso, as perdas são elevadas neste deslocamento da roça até o consumidor e, quanto mais perecível, manuseado e intermediado o produto é até o consumidor final, maior é a diferença de preços entre as duas pontas dessa cadeia.

Isso pode ser observado nos produtos importantes na cesta do consumidor, que também são analisados pela **Hortifruti Brasil**: batata, cebola, tomate, banana, laranja, maçã e uva (ver quadro na página ao lado). O cálculo da diferença dos preços ao varejo e ao produtor foi realizado confrontando-se os dados do varejo divulgados pelo Instituto de Economia Agrícola (IEA) na cidade de São Paulo, no período de janeiro de 2016 a fevereiro de 2017, e ao produtor coletados pelo Hortifruti/Cepea. As cotações no varejo são referentes à capital paulista, e para que a comparação fosse feita da melhor forma, as cotações ao produtor foram escolhidas de acordo com as regiões que têm maior participação no envio de produtos à capital.

No geral, o resultado é: quanto menos padronizado, maior é a diferença entre os valores ao produtor e no varejo. A cebola, por exemplo, foi comercializada (de janeiro/16 a

fevereiro/17) por quatro vezes a mais no varejo em relação ao valor da roça. A cebola da lavoura não é padronizada e não recebe beneficiamento; então, o comprador que assume essa responsabilidade adiciona todos os custos de beneficiamento (muitas vezes, também de armazenamento) e logística, além das perdas. O produto de menor diferença entre a produção e o varejo no período analisado foi a maçã. A razão é que o valor captado pelo Hortifruti/Cepea não é na lavoura, mas, sim, do produto já beneficiado na *packing house*. Portanto, quanto menos perecível, mais padronizado e com menos intermediários envolvidos, menor é a diferença entre os valores entre o produtor e ao varejo.

Produtores, cada vez mais, têm adicionado serviços (padronização, beneficiamento, logística e marca própria) para obter valor mais elevado pelo seu produto. No entanto, é importante analisar os custos de comercialização incorridos neste processo para avaliar a real lucratividade de se integrar cada vez mais à cadeia.

Com isso, a constatação de que o varejo tem grandes margens de lucro somente comparando-se a diferença de preços entre o segmento primário da cadeia e o final (varejo) é mais mito do que um fato! Apesar de ter maior estabilidade e menos riscos, (como o climático, por exemplo), o varejo assume também diversos custos ao comercializar frutas e hortaliças, pois a diferença de preços observada não representa somente os lucros, mas muitos custos e ineficiências incorridas em todas as etapas da cadeia.

Dentre essas ineficiências estão as perdas ao longo do processo de comercialização. Quanto maiores as perdas, menor é a quantidade que será disponibilizada ao consumidor final e, conseqüentemente, o HF não se valoriza como deveria. Assim, o consumidor paga mais por ele. Já o varejo tende a adquirir muito mais produtos para comercializar uma unidade.








Por falta de dados, não foram computadas as perdas físicas inerentes no processo de comercialização. Com a inclusão das perdas no processo, a diferença cai entre o produtor e o varejo, já que este último adquire um volume maior do que de fato vai vender. As principais redes de varejo do País entrevistadas pela **Hortifruti Brasil** para esta edição indicam que, só nas gôndolas, as perdas físicas dos HF's alcançam 10%.

No entanto, a cadeia como um todo pode ter perdas

VAREJO COBRA ATÉ 4 VEZES MAIS PELOS HF'S

Diferença entre o preço no varejo e ao produtor das principais frutas e hortaliças – janeiro/2016 a fevereiro/2017



CEBOLA		4 vezes	A cebola é vendida a um preço quase 4 vezes maior no varejo do que ao produtor.
BATATA		2,5 vezes	A batata vale quase 2,5 a mais no varejo!
TOMATE		3 vezes	O valor pago pelo consumidor de tomate é quase o triplo do que foi pago na roça.
BANANA		2 vezes	A banana vale quase o dobro nas gôndolas dos supermercados.
LARANJA		3,5 vezes	O preço da laranja no varejo é quase 3,5 superior ao preço ao produtor.
MAÇÃ		2 vezes	A maçã custa quase o dobro nos varejos em relação ao pago nas roças.
UVA		3 vezes	A uva é cotada nos supermercados quase 3 vezes acima do preço pago ao produtor.

Fonte: Cepea e Instituto de Economia Agrícola (IEA)

de cerca de 30% para legumes e hortaliças e de 35% para as frutas, segundo estimativas da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). Portanto, para levar um quilo de tomate até as mãos dos consumidores, por exemplo, a cadeia tem que custear a comercialização de 1,3 quilo. Isso significa que o preço é evidentemente mais caro ao consumidor e, depen-

dendo da oferta, pode desvalorizar o produto no campo.

A questão das perdas e sua relação com os custos e margem de comercialização foi abordada com mais profundidade no *Fórum* desta edição, com a entrevista com Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros professor e coordenador científico do Cepea/Esalq-USP.



MITO OU VERDADE 2:



QUANDO A OFERTA AUMENTA, O PREÇO CAI MAIS AO PRODUTOR DO QUE NO VAREJO

Esta é uma verdade que pode ser explicada também pelo que será indicado no mito 3 a respeito da dinâmica dos custos de comercialização. De modo geral, quando ocorre um aumento na oferta, há um conseqüente aumento dos custos de comercialização por conta da necessidade de transportar, armazenar, processar e beneficiar uma quantidade maior de frutas ou hortaliças, que acaba elevando os gastos. É importante ressaltar que os custos de comercialização não são fixos por unidade de venda; eles são mais elevados à medida que o comprador tem de escoar grandes volumes. Com isso, os custos dos intermediários (beneficiadores, atacadistas e varejistas) desta cadeia se elevam ainda mais quando há maior quanti-

dade a ser carregada. Isso faz com que o produto no destino final permaneça mais valorizado do que para o produtor, que acaba sendo um "tomador de preços" e tem de enfrentar uma estrutura mais concentrada de comercialização.

Assim, usualmente, um aumento de oferta de qualquer produto agrícola tende a aumentar a margem de comercialização do produto. O cenário oposto também acontece: qualquer aumento de demanda tende a reduzir a margem de comercialização do produto. Isso pode ser observado quando se avalia a sazonalidade de produção do produto. Quanto maior a oferta, a margem de comercialização total entre o produtor e o varejo aumenta – e vice-versa.



MITO OU VERDADE 3:



O CONSUMIDOR PAGA CARO PELOS HF'S NO VAREJO E POUCO QUANDO OS ADQUIRE DIRETO DA ROÇA

Quando o cliente observa que o preço pago ao produtor por aquele mesmo produto que ele está comprando no varejo é bem menor, logo surge uma questão: “será que se eu mesmo adquirisse estes produtos diretamente na roça seria mais vantajoso do que comprá-los no supermercado?”. Se a avaliação é somente preço e não outros quesitos importantes da relação direta produtor-consumidor (frescor, qualidade, denominação de origem do produto etc.), isso pode ser muito mais um mito do que uma real constatação.

Existe uma tendência de reaproximação de produtores com consumidores por meio da venda direta. Isso tem sido uma oportunidade de negócios para os que produzem em pequena escala, já que é possível embutir os ganhos e os custos, que seriam de responsabilidade dos intermediários nesse processo. No entanto, a venda direta é ainda um nicho de mercado. Atualmente, é importante destacar e avaliar o papel que a intermediação apresenta para direcionar todo o fluxo de demanda dos consumidores das regiões produtoras até os centros consumidores.

Já que os FLV's (Frutas, Legumes e Verduras) *in natura* nos supermercados não passam por praticamente nenhum processamento, a percepção é que não há custos embutidos. Os tomates vendidos nos supermercados, por exemplo, são iguais

aos que foram retirados nas lavouras; por isso, os consumidores têm a impressão de que não há serviços adicionados à esta hortaliça. Dependendo do manuseio que ocorreu na cadeia e do tempo de prateleira, é possível pensar que se pagou muito caro por uma mercadoria de qualidade inferior. Mas não é bem assim: há uma série de custos envolvidos em toda a transmissão do HF até as mesas das famílias.

Toma-se como exemplo uma família que vive na grande São Paulo. Ela precisaria se deslocar até as lavouras para adquirir as frutas, as verduras e os legumes necessários para a sua alimentação. Provavelmente, a família teria que sair da cidade e ir até pelo menos dois lugares diferentes, já que um só local geralmente não consegue suprir toda a cesta de hortifrúti do consumidor.




Com isso, o cliente precisaria dispender de tempo e dinheiro (encontrar fornecedores, gastar com combustível, pedágio, manutenção do carro) para garantir a compra de todos os alimentos necessários para a semana. Contudo, como são produtos bastante perecíveis, ele logo precisaria realizar outra viagem para “reabastecer” seu estoque de frutas e hortaliças.

De uma forma bastante simplificada, esse exemplo mostra que, na economia moderna, o consumidor geralmente não tem condições de “ir atrás” dos alimentos por conta própria.

PREÇO NA ROÇA

Varição dos preços¹ ao produtor



O preço da CEBOLA variou 	65% ao produtor	34% no varejo
O preço da BATATA variou 	49% ao produtor	28% no varejo
O preço do TOMATE variou 	38% ao produtor	17% no varejo

Fonte: Cepea e Instituto de Economia Agrícola (IEA)

Obs: A variação reflete o coeficiente de variação dos produtos.

¹ Coeficiente de variação: expressa a variabilidade dos dados excluindo sua ordem de grandeza.



MITO OU VERDADE 4:



OS PREÇOS AO PRODUTOR VARIAM MAIS DO QUE NO VAREJO

De modo geral, os preços oscilam mais nas lavouras do que no varejo, e isso pode ser constatado por meio da variação dos preços nesses dois níveis de mercado. Por meio de dados próprios e do Instituto de Economia Agrícola (IEA), a **Hortifruti Brasil** calculou a variação nos valores mensais de três hortaliças e quatro frutas de janeiro de 2016 a fevereiro de 2017. Dentre elas, destaca-se a cebola, que teve oscilação de 65% no preço ao produtor e de pouco mais da metade no varejo: 34%.

Isso ocorre porque o comportamento da variação dos preços agrícolas (e dos hortifrutícolas, em particular), é mais que proporcional à quantidade demandada, mas a mesma dimensão não é observada nos demais níveis de comercialização. Isto é, diante de um recuo na oferta de um determinado produto agrícola, é de se esperar um aumento nos preços nas lavouras mais que proporcional em relação aos demais elos da cadeia. O contrário também é verdadeiro: maior disponibilidade nas

lavouras deve pressionar os valores em maior proporção do que nos demais elos. Isso porque há muitos produtores comercializando para um número mais restrito de compradores, causando um efeito “funil”, no qual há concentração da comercialização do produto na cadeia de comercialização até chegar ao varejo.

No geral, as variações de custos de comercialização dos compradores não são diretamente proporcionais à variação dos preços da matéria-prima agrícola. Os custos de comercialização dependem de uma série de insumos usados na comercialização (mão de obra, combustível, aluguel etc.) que apresentam uma dinâmica de ajuste de valores diferente do “sobe e desce” do produto agrícola. Além disso, a demanda por produtos agrícolas é, em geral, mais inelástica do que para os demais segmentos da cadeia de comercialização, o que indica que aumentos de preço são proporcionalmente maiores que as reduções nas quantidades.







Existe a necessidade de outras etapas na comercialização tradicional (produtores – intermediários – atacados – varejos) para que o consumidor tenha acesso ao produto, uma vez que a produção e o consumo estão separados no espaço e no tempo. Portanto, todo o processo realizado pelos agentes da cadeia no transporte, armazenamento e transformação do produto são es-

senciais para que a mercadoria chegue ao destino final.

A comercialização envolve diversos custos (que não são poucos!) no processo de enviar frutas e hortaliças aos consumidores. Desta forma, o produto chega aos supermercados com valor bem acima do que foi pago ao produtor para cobrir os custos e os lucros dos comerciantes.

OSCILA MAIS

e no varejo entre janeiro/16 e fevereiro/17

		
O preço da BANANA variou 	42% ao produtor	16% no varejo
O preço da LARANJA variou 	31% ao produtor	8% no varejo
O preço da MAÇÃ variou 	7% ao produtor	10% no varejo
O preço da UVA variou 	26% ao produtor	12% no varejo



MITO OU VERDADE 5:



O PRODUTOR SEMPRE FICA COM A MENOR PARTE DA RECEITA GERADA NA CADEIA DOS HORTIFRÚTIS

A última constatação desta edição é, de modo geral, um fato. O preço recebido pelo produtor equivale à menor parcela do valor final comercializado pelo varejo. A **Hortifruti Brasil** comparou a participação do preço do produtor com a do valor final do varejo. No geral, mesmo para produtos padronizados e embalados, a parcela do segmento produtivo de FLV's dos produtos pesquisados nesta edição não passa de 50%. O restante desse percentual é compartilhado com os agentes de comercialização da cadeia.

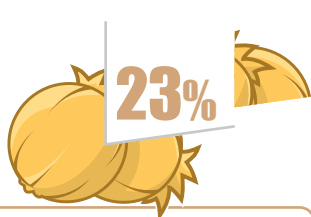
Esse comportamento é comum em praticamente qualquer perfil da cadeia, não só do setor hortifrutícola. A matéria-prima participa, hoje, com um baixo percentual quando se compara com toda a cadeia de valor gerada no processo de comercialização. Um dos fatores que in-

fluencia nisso é o chamado "Custo Brasil": o País é muito competitivo no campo, mas pouco na industrialização e logística, por conta dos altos custos e da baixa produtividade. Em parte, isso também afeta o setor de frutas e hortaliças frescas. O transporte, de modo geral, apresenta custos muito elevados e aquém das necessidades, principalmente porque a logística predominante é ainda sem a cadeia do frio.

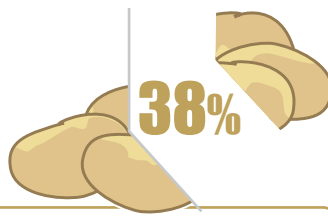
No entanto, a participação do produtor no preço final ao consumidor é variável ao longo do ano por conta da sazonalidade de produção. Ela sobe quando há falta de produto e se reduz quando há excesso de oferta. Além disso, quando o produto já é beneficiado, por exemplo, a participação do produtor no preço final se eleva.

QUAL É A REPRESENTATIVIDADE DO PREÇO FINAL AO PRODUTOR?

Participação (%) do preço ao produtor no valor do varejo de janeiro de 2016 a fevereiro de 2017



O produtor fica com **23%** do preço final da cebola.



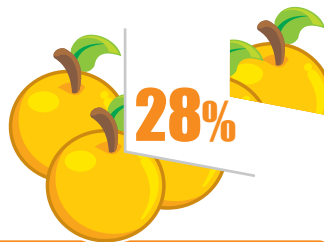
O preço ao produtor representa no varejo somente **38%** da batata.



O tomate na lavoura vale **35%** do preço final no varejo.



A banana nanica (primeira qualidade) representa **51%** do preço final do consumidor.



A laranja ao produtor vale **28%** do preço final no varejo.



O preço da maçã ao beneficiador representa **51%** do valor no varejo.



A uva niagara ao produtor equivale a **35%** do preço final do varejo.

Fonte: Cepea e Instituto de Economia Agrícola (IEA).

MARGEM, EM SI, NÃO É INDICATIVO DE LUCRO

A margem de comercialização analisada nesta edição expõe um item importante nas despesas do comprador de HF e que ainda era pouco abordado pela **Hortifruti Brasil**: os custos de comercialização. Eles impactam no valor final pago ao consumidor e, dependendo do nível de agregação do produto ao longo da cadeia de comercialização, diminuem o valor pago ao hortifruticultor.

É importante não confundir margem com lucro. As margens de comercialização incluem, além dos custos de comercialização, a rentabilidade dos agentes de comercialização envolvidos na cadeia de frutas e hortaliças frescas. Grandes margens de comercialização podem não ser um indicativo de grandes lucros no setor de FLV's. Elas podem representar uma série de custos e de ineficiência que fazem o produtor receber menos do que o custo do produto, e o consumidor acaba pagando mais do que vale, de fato, o produto. Assim, a margem

de comercialização é um conceito amplo e embute os dois conceitos (lucro e custos de comercialização).

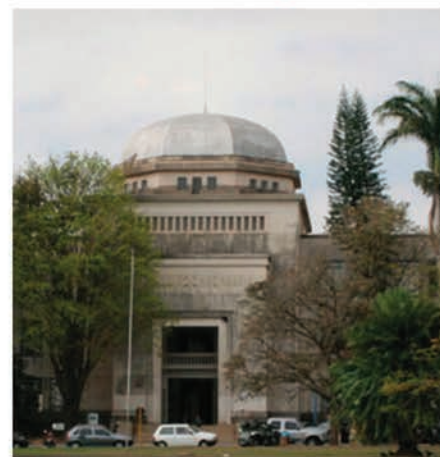
Apesar de os dados de margem serem bastante impactantes, dada sua elevada dimensão nos HF's, é importante que o produtor saiba se a sua cultura é rentável por meio de análise de preços e produtividade e que ele busque formas para melhorar sua rentabilidade.

Quando há redução ou aumento da margem de comercialização nem sempre resultará em maiores ganhos ou perdas aos agentes do setor. Nesta visão, mais do que se preocupar com a margem, o produtor deve se atentar às formas rentáveis de se sustentar nesta cadeia.

Além de discutir a dimensão do valor da margem de comercialização, o mais importante, tanto para produtores quanto para os demais agentes que compõem essa cadeia, é entender os custos e avaliar a real lucratividade de cada segmento que envolve a comercialização dos HF's. ■



Administração é coisa para Profissional.
Seja um de Nós!



Bacharelado em Administração ESALQ/USP
Um curso USP, com o diferencial ESALQ

Ingresso: 35 vagas pela Fuvest e 5 vagas pelo Enem. Período Diurno.



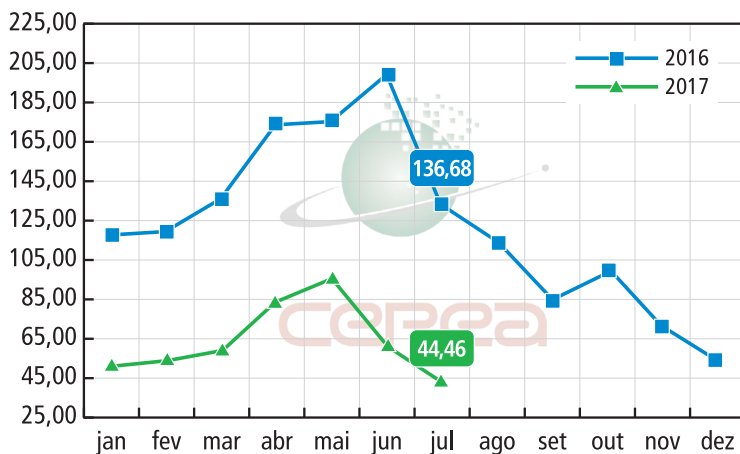
Safra de inverno ganha ritmo após fraco desempenho das secas

Vargem Grande do Sul intensifica temporada de inverno

A colheita de batata da safra de inverno em Vargem Grande do Sul (SP) deve ser intensificada em agosto, com pico em setembro. É esperado que 35% da área total cultivada na região seja ofertada neste mês. A expectativa é de redução nas dificuldades com a produção observadas em julho. Desta maneira, a produtividade tende a ser maior, aumentando a oferta no mercado e pressionando ainda mais as cotações, que já ficaram aquém do esperado em julho. O valor médio da batata ágata especial no mês passado ficou em R\$ 32,12/sc de 50 kg (ponderado pela classificação), valor que está abaixo das estimativas de custos de produção. Além da remuneração insatisfatória, as menores produtividade e qualidade prejudicaram ainda mais a rentabilidade na região de Vargem Grande do Sul. O plantio, que foi antecipado, ocorreu quando as temperaturas ainda estavam elevadas, prejudicando o desenvolvimento vegetativo das plantas. Este cenário somado aos dias nublados durante o enchimento dos tubérculos resultou em maior percentual de batatas de calibre pequeno. Houve, ainda, incidência de requeima em algumas lavouras. Juntos, todos esses fatores podem causar provável queda de 10% na produtividade geral da safra.

Safra das secas termina com rentabilidade negativa

A safra das secas 2017 está praticamente en-



Maior ritmo da safra de inverno pressiona cotações

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

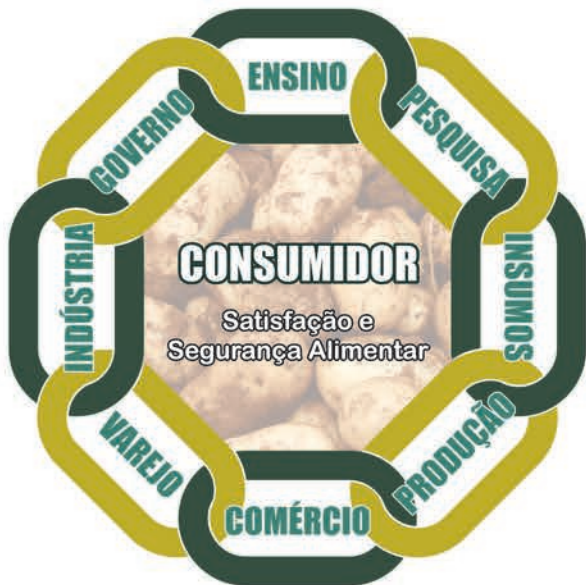
Fonte: Cepea

cerrada, restando 20% da produção total de batata para ser colhida na região do Sudoeste Paulista em agosto. Ao longo da temporada (maio a julho), a batata foi negociada na média de R\$ 43,53/sc de 50 kg, valor 10% menor que os custos de produção, estimados em R\$ 48,68/sc. Os preços baixos são resultado da elevada oferta unida à demanda fraca pelo tubérculo. Em junho, regiões como Água Doce (SC) e Sul de Minas relataram problemas com canela preta, devido ao clima quente e úmido. Apesar disso, o clima foi favorável de modo geral, contribuindo com bons resultados na produtividade na temporada das secas: a média de maio a julho foi de 34 t/ha, 65% maior que a do ano passado.

Batata processada ganha cada vez mais espaço

A área cultivada com batata destinada à indústria pode aumentar 11,8% em 2017 frente a 2016, alcançando a casa dos 20 mil hectares – essa área leva em consideração apenas a produção fechada em contrato. Esse aumento se deve à ampliação da capacidade de processamento da batata pré-frita congelada, em função de uma nova planta processadora em Perdizes (MG) desde o fim do ano passado, que tem a capacidade de produção de 150 mil toneladas de pré-frita ao ano. A expectativa é de que a área de cultivo de batata industrial continue em expansão em 2018. O crescimento se deve à tendência no aumento no consumo de batata pré-frita no Brasil. As taxas de importação do produto, proveniente da União Europeia, permitiram maior competitividade à indústria brasileira, pois as batatas importadas do bloco europeu chegam a preços bastante baixos no País. O fato de o Brasil não ter registro de nenhum produto anti-brotante impede o armazenamento dos tubérculos produzidos no inverno – que têm custos de produção menores – e limita a competitividade da indústria nacional. Entretanto, para serem processados durante o verão, os custos de produção aumentam consideravelmente, devido ao calor e às chuvas, cenário que é menos favorável à produção.





ENB 2017

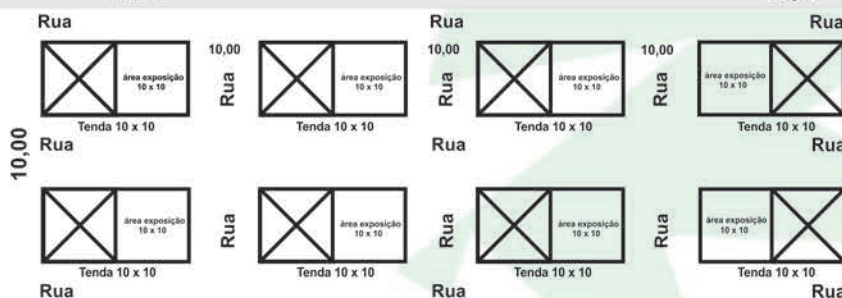
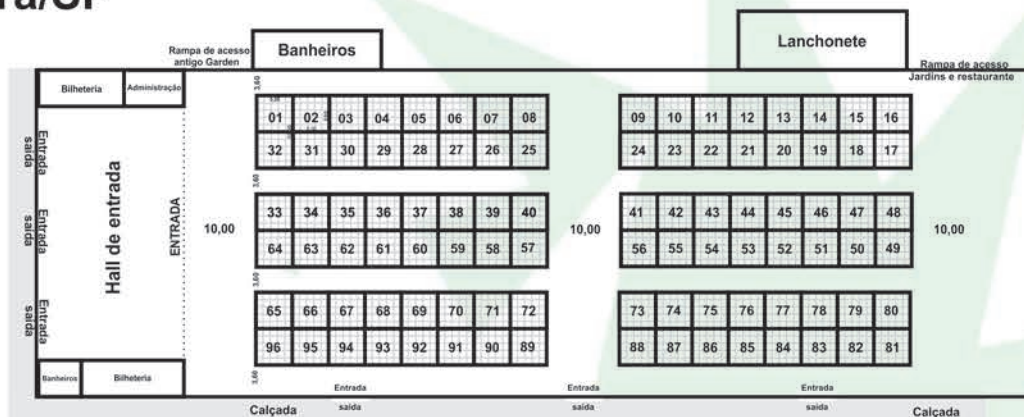
XV ENCONTRO NACIONAL DA BATATA VI ABBA BATATA SHOW

25 e 26 de Outubro de 2017
Holambra – São Paulo – Brasil

Objetivos:

Exposição de Insumos e Tecnologias destinadas à Cadeia Brasileira da Batata.
Comemoração: ABBA - 20 Anos.

Espaço Ypê
Holambra/SP



Informações/Adesões: enb2017@uol.com.br



Associação Brasileira da Batata

Tomate protegido
por muito tempo
em uma só aplicação.
Se você acha impossível,
está na hora
de conhecer Durivo.

**Aumente suas expectativas.
Com Durivo, você pode mais.**

Chegou Durivo, o inseticida da Syngenta que elimina as pragas em apenas uma aplicação no solo durante a fase do plantio. Assim, ele protege a sua lavoura e prepara o seu tomate para um crescimento saudável durante todo o seu ciclo de desenvolvimento. Se você quer aumentar suas expectativas com as colheitas, use Durivo.

**PRONTO
PARA USAR**

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

ATENÇÃO

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

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



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.syngenta.com.br



 **Durivo**[®]

syngenta.





foto: Hernandes Amorim - Irecê (BA)

Com menor área neste ano, preços podem ser mais atrativos

Pico de oferta em SP pode pressionar valores em agosto

O volume de cebolas ofertado pelas regiões produtoras de São Paulo deve aumentar em agosto. Em Monte Alto e São José do Rio Pardo, a colheita atinge seu pico, com previsão de volumes de 40% e 50%, respectivamente. Já em Irecê (BA) e no Vale do São Francisco (BA/PE), o volume de bulbos deve permanecer baixo até outubro, uma vez que os produtores dessas regiões têm evitado concentrar a colheita em agosto e setembro, quando a oferta costuma aumentar e os preços tendem a cair, como ocorreu na safra passada. Quanto aos preços, ao mesmo tempo em que a maior oferta paulista pode pressionar os valores, o menor volume fornecido pelo Nordeste e a redução de área na maioria das regiões produtoras – reflexo dos baixos patamares de preços na safra passada e da escassez de água –, devem limitar as quedas, sustentando cotações em patamares maiores que os de 2016. Em julho, os preços da cebola aumentaram expressivamente, por conta do baixo volume ofertado pelo Nordeste e do início da colheita em São Paulo. Em Cristalina (GO), a saca de 20 kg da caixa 3 beneficiada teve média de R\$ 27,60, alta de 31% frente à de junho.

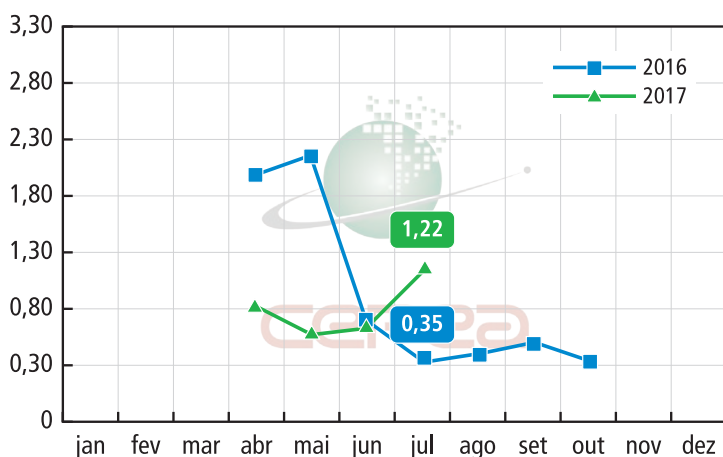
Colheita tem início em Mossoró

A praça de Mossoró (RN) deve iniciar a colheita de cebolas no final deste mês, devendo alcançar 5% da área até o dia 31. As atividades de semeio estão previstas para terminar em outubro,

e até o final de julho, 48% da safra havia sido implantada. Já a colheita está prevista para seguir até janeiro/18, assim como na temporada anterior. Quanto à área alocada para a cebola em 2017, a previsão é de redução de 40% frente à de 2016, totalizando 300 hectares. A menor área este ano está atrelada às chuvas insuficientes para abastecer os postos em Mossoró, uma vez que 100% da região é irrigada. Esse cenário deixou o solo salinizado, prejudicando o desenvolvimento dos bulbos. Como a cultura de cebola tem ciclo menor e demanda um maior volume de água, produtores vêm procurando diversificar as lavouras no Rio Grande do Norte. Além disso, as empresas fornecedoras de sementes estão receosas quanto ao fornecimento de grandes volumes, tendo em vista a descapitalização dos produtores da região.

Cenário é favorável às atividades de campo no Sul do País

Produtores de São José do Norte (RS) iniciaram o transplântio das cebolas em julho, com previsão de intensificação das atividades em agosto – até o final do mês, 65% das áreas devem ser transplantadas. Já em Ituporanga (SC), os trabalhos começaram no final de maio, devendo se estender até setembro. As chuvas ocorridas em maio levaram ao descarte de algumas mudas, mas as perdas não foram significativas, e a área plantada na praça catarinense deve se manter, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea. Em Irati (PR), produtores tiveram problemas com a falta de chuvas em julho, o que acarretou na necessidade de irrigações não previstas e no replântio de algumas áreas. Mesmo assim, a expectativa é de que as cebolas se desenvolvam bem até a colheita. Na praça de Lebon Régis (SC), o transplântio das mudas se iniciou entre junho e julho e pode seguir até setembro. Até o fechamento desta edição, não foram constatados problemas nas roças catarinenses, apesar das chuvas do final de maio e da ocorrência de geadas em julho. A expectativa é de que o andamento da temporada de cebolas seja satisfatório até a finalização do semeio.



Oferta reduzida no Nordeste eleva preço em julho

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



Fonte: Cepea



Acesse!
hfbrasil.org.br



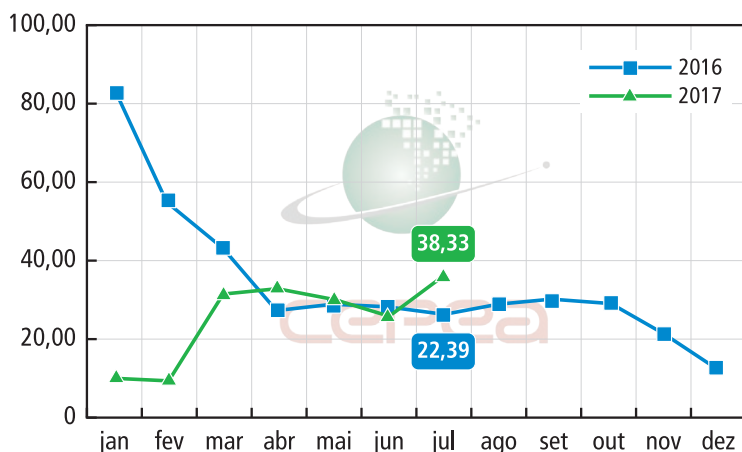
foto: Fabiano Luiz Susin - Caçador (SC)

Produtores se preparam para o transplante de verão

Safr de verão 2017/18 pode ser menor

O plantio de mudas de tomate da safra de verão 2017/18 deve se iniciar em agosto em Itapeva (SP), Venda Nova do Imigrante (ES), Nova Friburgo (RJ) e Reserva (PR). Já em Caxias do Sul (RS), Caçador e Urubici (SC) e Agreste Pernambucano, a atividade tem início em setembro. Com exceção de Itapeva, Caxias do Sul, Urubici, e Agreste Pernambucano, nas demais localidades, a área destinada ao tomate deve ser mantida. Nas lavouras paulistas, devido à baixa capitalização de produtores ao longo da temporada 2016/17, a área deve ser reduzida. Entre novembro/16 e fevereiro/17, o preço pago pela caixa de tomate ficou abaixo dos custos de produção em Itapeva, uma vez que a boa produtividade elevou a oferta. Além disso, a maturação acelerada concentrou a disponibilidade do tomate entre o início e o meio da safra (de dezembro/16 a fevereiro/17). A rentabilidade foi positiva ao tomaticultor somente de março a maio/17, com a diminuição no ritmo de colheita de verão 2016/17. No Agreste Pernambucano, por sua vez, a escassez de água continua sendo um fator determinante para a manutenção de área na região. Em todas as localidades, a concentração do transplante da safra de verão 2017/18 de tomate ocorre em outubro, quando 22% do volume total estimado deve ser levado a campo, sendo encerrado em janeiro.

Colheita de tomate industrial segue com força em todas as regiões



Preços se elevam após três meses de queda

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

Fonte: Cepea

O plantio das mudas de tomate rasteiro destinado à indústria foi finalizado em julho nas regiões produtoras de São Paulo e de Minas Gerais. Já em Goiás, por conta do “vazio sanitário”, plantou-se de fevereiro a junho. Por outro lado, na região do Agreste Pernambucano, praticamente não houve plantio de tomate para fins industriais, devido à baixa disponibilidade hídrica, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea. A colheita nas regiões mineiras e paulistas se iniciou em março e deve seguir até novembro. Já em Goiás, as atividades ocorrem desde junho e prosseguem até outubro. Apesar da produtividade não satisfatória no início da temporada, devido às chuvas na região goiana, a perspectiva é de que melhore no decorrer da safra, de acordo com agentes do setor. Produtores esperam que a produtividade média fique por volta de 80 toneladas/hectare em Goiás, visto que não deve ter problemas com falta de água para irrigação, como ocorreu em 2016.

Preço sobe com menor ritmo de colheita

Com a menor área colhida em julho, o preço da caixa de tomate aumentou, interrompendo a sequência de queda vista em dois meses consecutivos. Em julho, foram colhidos por volta de 17% da área de tomate referente à primeira parte da safra de inverno, enquanto no mês anterior houve pico de safra com 26% da área ofertada. As principais praças que disponibilizaram em julho foram Pará de Minas (MG), Mogi Guaçu (SP), Paty do Alferes, São José de Ubá e Itaocara (RJ), Venda Nova do Imigrante (ES) e Norte do Paraná. Assim, mesmo com a produtividade dentro do esperado, a redução no ritmo de colheita resultou em queda no volume ofertado e, conseqüentemente, em valorização do fruto. No atacado de São Paulo (Ceagesp), por exemplo, a alta foi de 65,7% no preço da caixa do tomate salada longa vida 2A em julho em comparação a junho, fechando o mês a R\$ 38,32/cx de 20 kg. Para agosto, a porcentagem de área colhida deve ser menor, com expectativa de melhores preços ao produtor.





foto: Marcelo Dalmagro - Batatais (SP)

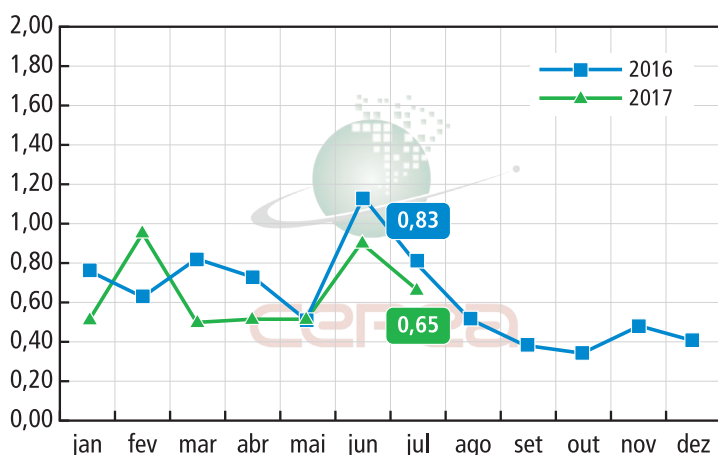
Com qualidade satisfatória, preços devem cair em agosto

Qualidade é satisfatória em SP

O clima seco e as temperaturas mais frias melhoraram a qualidade das folhosas nas regiões de Ibiúna e Mogi das Cruzes (SP). Aquelas de menor tamanho, que estavam sendo colhidas entre junho e início de julho, já voltaram ao porte padrão, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea. Se esse cenário permanecer, a expectativa é de que a qualidade não se altere até o final de agosto. Além disso, o clima favorável tem favorecido a produção, que não registra incidência de doenças. Desta forma, os descartes diminuíram e, como consequência, a quantidade colhida aumentou, cenário que pressionou as cotações da hortaliça em julho. A alface crespa em Mogi das Cruzes fechou julho com média de R\$ 16,05/cx com 20 unidades, queda de 10,38% em comparação a junho/17. A americana em Ibiúna foi cotada por R\$ 12,80/cx com 12 unidades, e a redução foi de cerca de 3%. Essa diminuição dos valores na região paulista tornou o cultivo de folhosas menos atrativo no período. As vendas de mudas, que estavam mais aquecidas em junho, ficaram menos volumosas a partir da segunda quinzena do mês passado, de acordo com viveiristas. A demanda por mudas deve continuar caindo em agosto, devido à expectativa de baixo consumo por causa do clima mais frio e ao maior volume de alfaces disponível no período.

Preços podem se manter baixos no RJ e em MG

Até o final do inverno, em setembro, a ex-



Qualidade melhora, mas preço reduz em julho

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

Fonte: Cepea

pectativa de colaboradores do Hortifruti/Cepea é de baixo consumo de folhosas, já que normalmente a procura se reduz em períodos mais frios. Assim, os preços podem se manter baixos em agosto. Na região de Teresópolis (RJ), as cotações começaram a cair principalmente em meados de julho, pois a demanda de compradores de SP pelas alfaces fluminenses diminuiu após o aumento da oferta paulista. A cotação média da alface crespa no mês passado foi de R\$ 7,52/cx com 18 unidades em Teresópolis, queda de cerca de 20% em relação a junho/17. Além disso, as férias escolares também contribuíram para a redução da procura. Na região de Mário Campos (MG), por sua vez, as baixas temperaturas controlaram a proliferação do tripes, inseto transmissor da virose vira-cabeça, o que melhorou a qualidade das alfaces. Com isso, a oferta na região mineira aumentou e os preços em julho também caíram. O valor da crespa se reduziu em aproximadamente 49% frente a junho, com cotação média de R\$ 7,96/cx com 20 unidades.

Vendas devem continuar baixas no atacado

O retorno das aulas em agosto deve aumentar levemente a demanda de folhosas no atacado, porém, as baixas temperaturas ainda devem dificultar o aquecimento do consumo. Em julho, as alfaces se desvalorizaram na Ceagesp, devido ao recesso escolar, que reduziu a procura por folhosas, e ao clima mais frio, que freou o consumo. Além disso, muitos consumidores viajam nesta época do ano e também a demanda por alfaces nas merendas escolares diminuiu, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea. Ao longo do mês passado, a qualidade e a produção das folhosas melhoraram, principalmente da variedade americana, que estava com problemas de formação nos últimos meses. Dessa forma, aumentou a oferta da hortaliça, cenário que contribuiu para a redução dos preços de todas as variedades. Mesmo com queda nos preços houve sobra de folhosas nos boxes da Ceagesp nas duas últimas semanas de julho. A alface americana saiu por R\$ 19,68/cx com 18 unidades no atacado de São Paulo, diminuição de 28,52% em julho/17 frente a junho/17.



Acesse!
hfbrasil.org.br

Couve-Flor para cultivar em todas estações.



Couve-Flor Inverno **SAVANA**

- Cabeça pesada
- Coloração branca
- Floretes pequenos
- Tolerância/Resistência: Xcc, DM

Couve-Flor Meia Estação **BELLA**

- Grande porte
- Coloração branca
- Tolerância a oscilação de temperatura
- Tolerância/Resistência: Xcc, DM



Couve-Flor Verão **SABRINA**

- Vigorosa
- Coloração branca
- Tolerância ao calor
- Tolerância/Resistência: Xcc



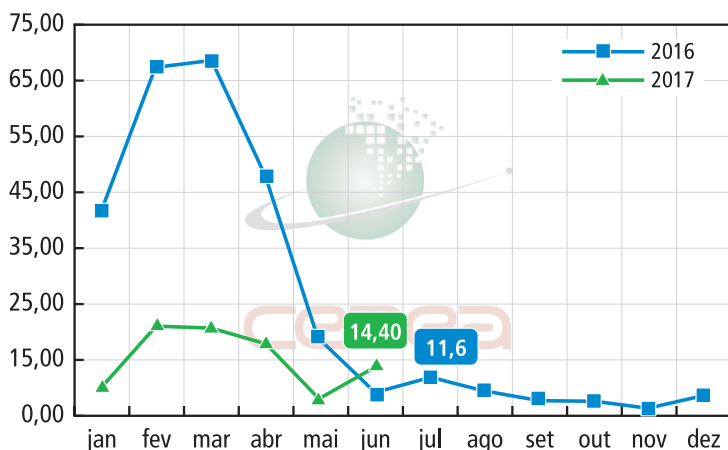
Rentabilidade da safra verão é limitada; temporada de inverno se inicia

Colheita da safra de inverno ganha ritmo

O volume de cenouras colhidas deve aumentar 10% de julho para agosto, já que as atividades da safra de inverno devem se intensificar neste mês nas regiões produtoras. Além disso, a produtividade das variedades de inverno, caso da cenoura, é maior nesta época do ano do que no verão, o que contribui para a elevação da oferta. A disponibilidade da raiz diminuiu no início do mês passado, devido ao fim da safra de verão – restavam apenas 5% da área plantada para ser colhida. Em julho foram colhidas 66 toneladas por hectare na média das regiões acompanhadas, e as cotações ao produtor tiveram média de R\$ 15,63 por caixa de cenoura “suja”, valor 15,5% maior que os custos de produção, que fecharam a R\$ 13,21/cx.

Preços oscilam, mas temporada de verão termina com baixa rentabilidade

A temporada de verão 2016/17 de cenouras terminou no fim de julho com preços próximos aos custos de produção. Entre dezembro/16 e julho/17, os valores da raiz “suja” foram de R\$ 15,40/cx, apenas 11% acima dos custos de produção, de R\$ 13,70/cx. Assim, a safra de verão foi marcada pela oscilação das cotações. Considerando toda a safra de verão (dezembro/16 a julho/17), a remuneração esteve acima dos custos entre fevereiro e abril e também em julho. Isso porque, no primeiro período, houve elevado número de descartes – por



Preço se recupera em julho com fim da safra de verão

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



Fonte: Cepea

conta da bifurcação na maioria das praças, “mela” em São Gotardo (MG) e lagartas de solo em Irecê (BA). Quanto a julho, restavam poucas áreas para serem colhidas e, como a safra de inverno se iniciou com atraso, as cotações também estiveram acima dos custos. Já nos meses iniciais da temporada (dezembro a janeiro) e no período entre maio e junho, a produtividade foi bastante elevada, pressionando os valores para patamares abaixo dos custos. Diante da menor remuneração e da demanda insuficiente para escoar toda a produção, produtores chegaram a gradear algumas áreas. Além disso, com a crise econômica no Brasil, o poder de compra do consumidor está enfraquecido, influenciando o mercado doméstico de cenouras.

Clima favorece qualidade da cenoura na BA

Apesar da expectativa de menor área em Irecê (BA), a produtividade de cenouras deve melhorar em agosto, refletindo as condições climáticas e fitossanitárias mais favoráveis à cultura. Além disso, com a alta dos preços em julho, e com a expectativa de que os valores sigam em patamares acima dos custos de produção durante o segundo semestre, produtores devem elevar os investimentos em tratamentos culturais. O mês de julho já foi marcado por mudanças no cenário produtivo da região. A queda das temperaturas favoreceu o desenvolvimento das raízes, que se recuperaram dos problemas ocasionados pelo clima quente nos primeiros meses do ano, como “mela” e lagarta de solo. Com isso, a qualidade das cenouras melhorou, apesar de ainda não ser a ideal, devido à escassez de água para irrigação na Bahia. Com isso, a taxa de descartes diminuiu, reduzindo o prejuízo dos agricultores. No mês passado, a produtividade das lavouras teve média de 35 t/ha. Com menor oferta e melhor qualidade, os preços fecharam a R\$ 15,35/cx de 20 kg em julho, o maior patamar desde março deste ano e 49,5% superior aos custos de produção. A demanda pelas cenouras baianas também aumentou por conta da menor oferta de outras praças.



Curta!

/Revista Hortifruti Brasil



foto: Grupo Whatsapp Melão e Melancia

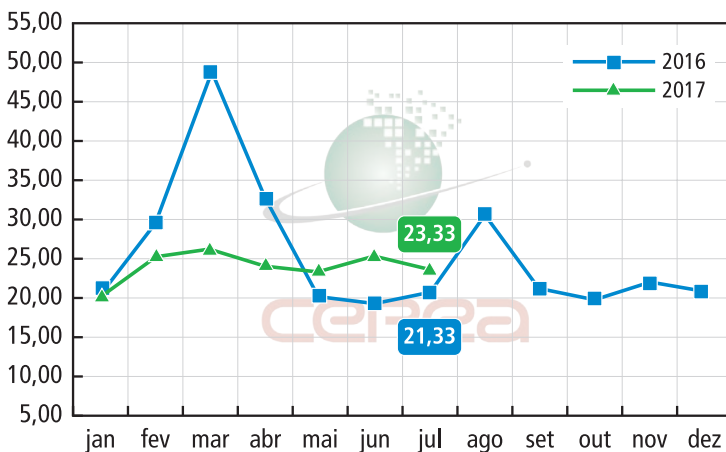
Exportações têm início em agosto

RN/CE começa a colher safra 2017/18

A colheita de melão da safra 2017/18 deve se intensificar em agosto no Rio Grande do Norte/Ceará, quando a praça também começa a exportar a fruta. Exportadores relatam que, neste ano, tem sido difícil fechar negócios com clientes europeus devido aos grandes volumes de melão na Europa nas últimas safras. Esse problema tem desanimado produtores quanto à rentabilidade da safra, resultando em alguns contratos para exportação ainda não fechados. No entanto, a quantidade de frutas permanece na maioria daqueles já firmados, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea. No início dos envios, a qualidade dos primeiros lotes pode limitar a comercialização internacional, visto que as chuvas entre junho e julho atrapalharam a produção no campo. Apesar dessas precipitações, ainda falta água na região, fato que, associado à salinização da água dos poços, pode afetar a produtividade, limitando os embarques potiguaras/cearenses. Nessa safra, as exportações do RN/CE devem corresponder a cerca de 75% das vendas de melão, proporção semelhante à da campanha passada. Assim, apesar da intensificação da colheita em agosto, os preços não devem ter forte recuo no mercado interno, já que um menor volume da fruta fica no País.

Inverno reduz demanda e preços caem

As temperaturas mais baixas nesta época do



Preço cai, mas é superior ao de julho/16

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

Fonte: Cepea

ano nas principais regiões consumidoras (Sul e Sudeste) reduzem a procura por melão no mercado, o que pressiona as cotações. Segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea, o clima tem grande impacto na comercialização de frutas consideradas refrescantes e, por isso, a demanda costuma diminuir no inverno. Assim, o melão amarelo tipos 6 e 7 foi comercializado por R\$ 23,33/cx de 13 kg na Ceagesp em julho, queda de 9% frente ao mês anterior.

Safra principal do Vale fecha com rentabilidade positiva

Produtores de melão do Vale do São Francisco (BA/PE) devem reduzir expressivamente a colheita em agosto, já que no Rio Grande do Norte/Ceará a atividade começa neste mês. Já a safra principal do Vale, que ocorreu entre abril e julho, fechou com rentabilidade unitária positiva. Esse resultado esteve atrelado ao baixo volume da fruta, devido à menor área e à maior qualidade, uma vez que não choveu significativamente durante a colheita. Com isso, os preços do melão amarelo embalado (dos tipos 6 e 7) estiveram 41% acima dos custos estimados por caixa de 13 kg para o período. Já o preço pago ao produtor pelo melão amarelo a granel teve média de R\$ 0,87/kg nesta safra, 43% acima das despesas.

Demanda enfraquecida limita altas na Espanha

A comercialização de melão voltou a perder força na Espanha na segunda quinzena de julho, segundo notícia do portal *Fresh Plaza*, e pode continuar enfraquecida em agosto. Na primeira quinzena do mês passado, uma onda de calor estimulou a demanda pela fruta na Europa, no entanto, as temperaturas caíram consideravelmente na segunda metade do mês, reduzindo a procura e resultando no acúmulo de frutas nas empresas exportadoras. Além disso, houve relatos de que a grande concorrência com os melões gália de Marrocos também afetou as vendas espanholas. Apesar das quedas em julho, os melões espanhóis tiveram as melhores remunerações na Europa.



Acesse!
hfbrasil.org.br



foto: cerumar.com.br

Mesmo com retorno das aulas, preços podem seguir baixos

Demanda pela nanica pode aumentar com o fim das férias

Com a volta às aulas em agosto, o mercado interno de banana pode se aquecer, e as vendas da nanica podem aumentar, já que esta é a variedade mais destinada às merendas. Porém, a disponibilidade também deve seguir elevada no período e, assim, é esperado que os preços sigam em baixos patamares. Em julho, por outro lado, a procura pela banana nanica diminuiu, devido às férias escolares. Esse cenário de queda na demanda e boa oferta nas regiões produtoras pressionou as cotações. Os preços da nanica, produzida em maior quantidade nos estados de São Paulo e Santa Catarina, chegaram a patamares bem baixos. Neste segundo semestre, a oferta deve continuar melhor distribuída ao longo dos meses se comparado a 2016. Assim, em determinados períodos de 2017, a procura pela fruta é o que tem ditado o comportamento das cotações.

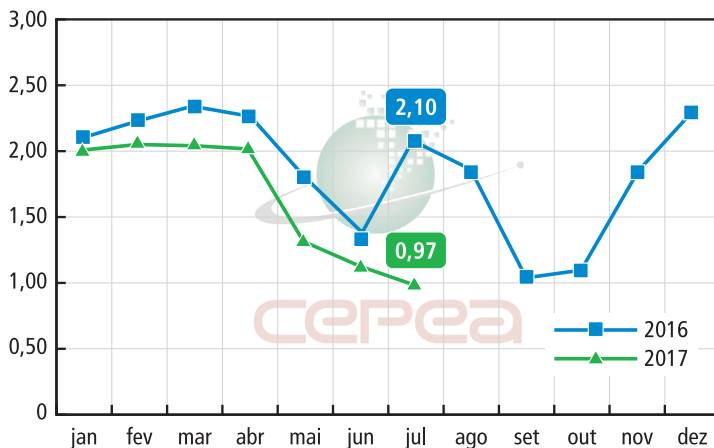
Oferta de prata anã deve permanecer alta

Se, por um lado, os bananais de Bom Jesus da Lapa (BA) devem ter menos cachos para serem colhidos em agosto, por outro, a oferta da variedade de prata anã pode seguir elevada em Minas Gerais. A disponibilidade no mercado interno estava em altos patamares em julho, devido à boa produção na região baiana, o que pressionou as cotações da fruta. A prata anã foi vendida a R\$ 0,95/kg em julho passado, 54% menor na comparação com o mes-

mo mês de 2016 em Bom Jesus da Lapa, quando a oferta da variedade estava baixa no País. Produtores do Norte de Minas também registraram aumento na produção, mas apenas no final do mês passado, e baixaram os valores na tentativa de garantir melhor ritmo de vendas e não haver sobras. A banana mineira foi comercializada a R\$ 1,03/kg, recuo de 52% na mesma comparação. Em julho do ano passado, a prata anã se valorizou expressivamente em todas as regiões produtoras com a redução na oferta, devido à crise hídrica que ainda afeta o Nordeste. A disponibilidade do produto deve diminuir no mercado interno apenas no final de setembro/17, de acordo com colaboradores do Hortifruti/Cepea, quando os bananais devem apresentar menor quantidade de cachos.

Mesmo com maior custo, rentabilidade deve ser positiva em SP

O Vale do Ribeira (SP) é a região produtora de banana consultada pelo Hortifruti/Cepea que apresenta maior área de média/alta tecnificação, com cerca de 25.000 hectares. Apesar de não apresentar novos registros de crescimento, manter esta área de produção tem se tornado mais caro a cada ano. Mas, mesmo que os custos de produção da prata e da nanica tenham aumentado nos últimos anos, segundo produtores, ainda é vantajoso investir na produção no Vale do Ribeira. A rentabilidade unitária na região tem sido positiva e os preços devem ficar acima dos custos na média de 2017. De janeiro a julho, os valores recebidos por produtores pela nanica e pela prata litoral estiveram 79% e 53%, respectivamente, acima dos gastos estimados por produtores para cobrir os custos de um quilo da fruta. Bananicultores do Vale do Ribeira têm gastos fixos que encarecem a produção, como pulverizações e trato cultural, que não precisam ser realizados com tanta frequência em outras localidades. Além disso, os cachos acabam sendo bastante impactados pelo inverno e exigem cuidado extra. Além destes, outros fatores também influenciam nos custos de produção, como o valor da terra e da mão de obra.



Preço da prata é 54% menor em jul/17 frente jul/16 na Bahia

Preços médios recebidos por produtores de Bom Jesus da Lapa (BA) pela prata-anã - R\$/kg

Fonte: Cepea





foto: Válber Ramos

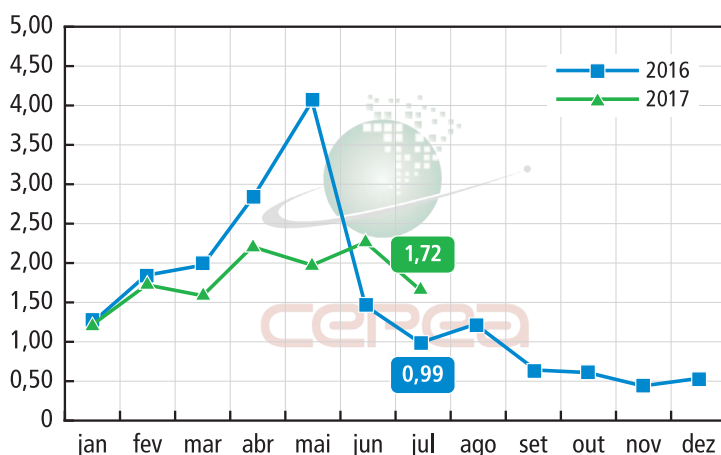
Clima favorece produção na Bahia, mas atrasa a de São Paulo

Chuvas localizadas auxiliam pomares de Livramento

O calendário de colheita de manga da região de Livramento de Nossa Senhora (BA) continua sendo influenciado pelas condições climáticas. Após grandes incertezas devido à seca e ao excesso de calor, mangicultores finalmente estão mais seguros com o andamento da safra. Até o mês passado, esperava-se que a água fosse suficiente para irrigar as plantas até meados de outubro, quando a temporada terminaria. Entretanto, após algumas semanas de chuvas localizadas na região, foi possível manter o nível pluviométrico do açude de Brumado para suprir as necessidades dos pomares de Livramento até dezembro. Além disso, o frio e a disponibilidade hídrica possibilitaram uma boa floração, que vão resultar em frutas até dezembro.

Clima inadequado atrasa floração em Monte Alto/Taquaritinga

A safra de manga em Monte Alto/Taquaritinga (SP) também pode ter alterações em seu calendário de oferta em 2017. Segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea, foi constatado atraso de até dois meses na floração dos pomares, visto que as condições climáticas estiveram inadequadas: geralmente, a floração ocorre em maio e junho, períodos secos e frios, porém, neste ano, choveu acima do normal para o período e o frio demorou mais para chegar. Desta maneira, a temporada 2017/18 pode começar mais tarde, em meados de novembro, caso as florações de julho tenham sucesso.



Apesar da queda em julho, preço da tommy continua superior ao de 2016

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

Fonte: Cepea

Com boa rentabilidade, manga anima produtores

A mangicultura tem sido uma atividade rentável para a maioria dos produtores brasileiros na parcial deste ano (até julho). No período, a diferença entre o preço e o custo médio da manga (rentabilidade) superou todas as demais frutas analisadas pelo Hortifruti/Cepea. Na região de Petrolina (PE)/Juazeiro (BA), por exemplo, apesar de os preços estarem menores em relação a 2016, a maior produtividade otimizou a receita dos mangicultores, principalmente devido às vendas para o exterior. Além disso, foi verificado redução no custo de produção em comparação aos mesmos meses do ano passado. Neste cenário, as cotações do Vale do São Francisco foram 204% e 199% superiores às despesas para a produção das mangas *tommy* e *palmer*, respectivamente.

Exportação aos EUA deve crescer em 2017

De janeiro a julho, a mangicultura brasileira recebeu US\$ 58,9 milhões em exportações à União Europeia, receita 7% superior à do mesmo período do ano anterior, segundo a Secex. As exportações de manga aos europeus devem continuar no segundo semestre. Entretanto, o destaque é para os Estados Unidos, que, principalmente a partir de meados de agosto, vão receber a *tommy* proveniente na maior parte do Vale do São Francisco (BA/PE). Quanto ao México, onde a safra de manga teve início em janeiro, pode haver grande redução do volume em setembro, limitando os envios aos EUA. Além disso, a falta de chuva afetou a temporada mexicana, reduzindo o desenvolvimento das frutas, que apresentam baixos calibre e grau de maturação. No Equador, por sua vez, além do aumento dos envios à China (que pode reduzir a pressão competitiva pelos EUA), precipitações constantes prejudicaram as florações nos pomares de *tommy*, sendo necessária a utilização de indutores florais – o que tende a atrasar a oferta no país. No Peru, as fortes chuvas do primeiro semestre resultaram em alto índice de doenças, prejudicando a floração.



Acesse!
hfbrasil.org.br

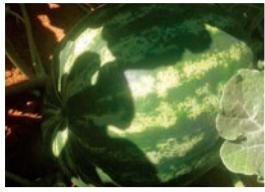


foto: Fabrício Gonçalves - Bom Jesus da Lapa (BA)

Agosto será de plantio em muitas regiões do País

Plantio na BA deve se iniciar neste mês

O semeio das melancias da safra 2017/18 em Teixeira de Freitas (BA) deve ser iniciado em agosto, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea, com as primeiras frutas colhidas em outubro. A área plantada está prevista em 3 mil hectares, estável em relação à de 2016/17, mas 25% inferior frente à 2015/16. Os principais motivos para a manutenção da área são, além da crise hídrica na região, os preços baixos da primeira parte da temporada 2016/17 (novembro/16 a janeiro/17). Apesar dos 210 mm de chuvas registrados em Itamaraju, segundo dados do Inmet, não foram suficientes para a normalização da situação hídrica na região baiana, visto que o nível das represas continua baixo. O plantio segue até fevereiro, com o reaproveitamento das áreas colhidas. Outras regiões que devem estar em período de plantio em agosto são Marília, Oscar Bressane, Itápolis e Presidente Prudente (SP), com intensificação dos trabalhos para a safra principal, e Arroio dos Ratos (RS). Já em Uruana (GO), as atividades estão próximas do encerramento.

Plantio se encerra em Marília e se intensifica em Itápolis e P. Prudente

O semeio da safra principal de melancia de Marília e Oscar Bressane (SP), iniciado em junho e intensificado em julho, se finaliza em agosto, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea. No entanto, a área plantada na região deve ser apro-

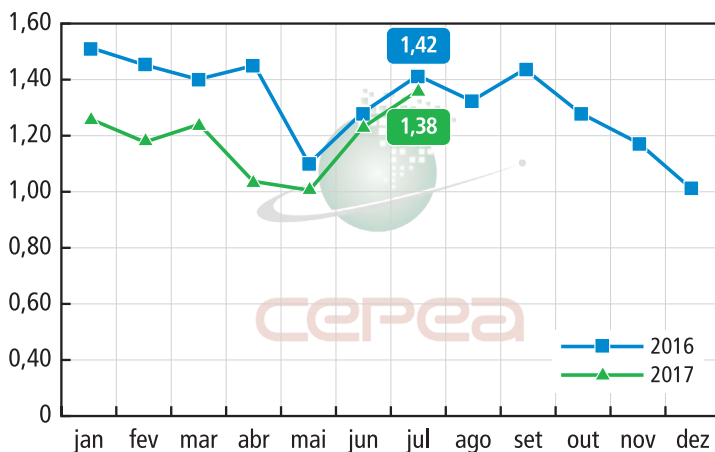
ximadamente 15% menor se comparada à última safra principal. Em julho, o clima em quase todo o estado de São Paulo foi seco, favorecendo o desenvolvimento das plantas. No entanto, produtores ainda esperam chuvas suficientes para um bom "enchimento" das melancias. Quanto à colheita, está prevista para ocorrer a partir da segunda quinzena de setembro até novembro em ambas as regiões. Em Itápolis e Presidente Prudente (SP), por outro lado, o plantio deve se intensificar em agosto e seguir até a primeira semana de outubro, com a colheita prevista a partir do final de outubro.

Exportações se iniciam em agosto

Produtores do Rio Grande do Norte e do Ceará devem iniciar as exportações de melancia em meados de agosto e seguir até pelo menos março de 2018. O volume enviado neste mês ainda será relativamente baixo e deve aumentar gradualmente. Na temporada de exportações 2016/17, os envios foram recordes: 70 mil toneladas entre agosto/16 e março/17, com receita de US\$ 33 milhões, de acordo com a Secex. A expectativa é de que o volume de melancia exportado siga firme, já que o número de contratos foi semelhante ao da temporada anterior, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea.

Preços podem recuar em agosto, depois das altas registradas em julho

As cotações da melancia estiveram em altos patamares nas regiões produtoras em julho, mas podem recuar em agosto com a intensificação da colheita em Goiás e no Tocantins. A valorização em julho ocorreu devido à oferta reduzida em Uruana (GO), Lagoa da Confusão e Formoso do Araguaia (TO), regiões em que o ritmo de plantio diminuiu em maio, já esperando um mercado lento no período, segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea. O preço médio no mês passado foi de R\$ 0,71/kg para a melancia graúda (>12 kg) em Uruana (GO), aumento de 36% em relação a junho e R\$ 0,60/kg em Lagoa da Confusão/Formoso do Araguaia.



Menor oferta impulsiona cotações em julho

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

Fonte: Cepea



Curta!

/Revista Hortifruti Brasil

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

Escolha Manchester, o híbrido
mais cultivado do Brasil.



Manchester

syngenta.



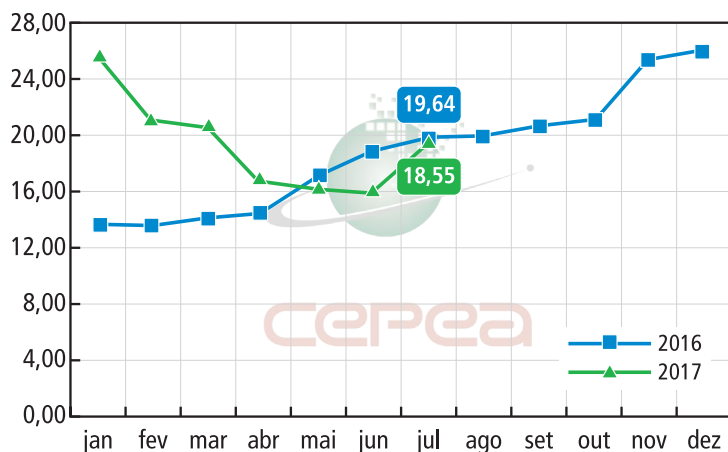
Preço dos cítricos deve se firmar

Colheita de precoces pode terminar no fim deste mês

A participação da laranja pera no processamento das grandes indústrias do estado de São Paulo segue aumentando, e a variedade representa a maioria das frutas processadas em agosto. Mesmo assim, segundo agentes industriais, a moagem de precoces ainda deve ser intensa neste mês. O objetivo é que a colheita termine em setembro para dar lugar à pera quase que com exclusividade. As compras no *spot* têm sido mais pontuais neste ano, devido aos elevados volumes contratados ainda em 2016 e às produções próprias. Até o início de agosto, o processamento ocorria em 11 unidades das grandes indústrias: Araraquara, Araras, Bebedouro, Catanduba, Colina, Conchal, Engenheiro Coelho, Itápolis, Matão (duas unidades) e Uchôa, com remunerações entre R\$ 16,00 e R\$ 18,00/cx. Nas pequenas processadoras, os preços também giravam em torno de R\$ 18,00/cx em julho.

Próximo trimestre pode ser de preços firmes para a tahiti

As cotações de lima ácida tahiti podem permanecer em bons patamares neste período de entressafra, conforme colaboradores do Hortifruti/Cepea. Com a falta de chuvas nesta época do ano, o desenvolvimento da fruta nas árvores se atrasa e a colheita se desacelera. Assim, segundo produtores, a oferta deve voltar a aumentar ape-



nas em novembro. Há dúvidas, porém, se os valores deste trimestre podem ser tão altos quanto os observados na safra de 2016 – em outubro do ano passado, a fruta atingiu patamar recorde nominal da série do Cepea, iniciada em 1996, a R\$ 80,14/cx de 27 kg. Contudo, vale lembrar que as cotações da temporada de 2016 se mantiveram atipicamente firmes em grande parte do ano, em decorrência da maior demanda industrial e da menor oferta. Já em 2017, o cenário tem se mostrado semelhante ao usual, com cotações mais baixas no primeiro semestre e aumento gradual a partir de junho, quando o volume tipicamente se reduz no estado.

Apesar da maior oferta, safra de poncã se encerra com bons preços

A temporada de tangerina poncã terminou em julho no estado de São Paulo. Como já era esperado por agentes do setor, a produção de 2017 foi maior que a de 2016, tanto em qualidade quanto em quantidade – reflexo do clima favorável durante o desenvolvimento dos frutos no segundo semestre do ano passado. Com os diferentes estágios das frutas nos pomares durante a safra, a colheita foi mais escalonada que em anos anteriores, estendendo-se por dois meses a mais frente à safra de 2016. Com a maior oferta, os valores nominais da variedade se mantiveram abaixo das médias do ano passado por três meses consecutivos (abril a junho). Já em julho, o volume de poncã foi controlado e as cotações se elevaram, tanto por conta da finalização da safra quanto pelas perdas ocasionadas pelas chuvas de maio e junho. Assim, em julho, a tangerina poncã teve média de R\$ 25,15/cx de 27 kg, na árvore, alta de 51% em relação à de junho/17 e de 9,5% frente ao mesmo período de 2016. Vale lembrar, contudo, que as cotações estiveram elevadas durante toda a safra anterior, já que não houve pico de colheita e o volume ofertado foi menor.

Preço volta a subir na indústria

Preços médios recebidos por produtores paulistas pela laranja pera e tardias - R\$/cx de 40,8 kg, colhida e posta na indústria

Fonte: Cepea



Acesse!
hfbrasil.org.br



foto: José Carlos Vieira Domingues - São Miguel Arcanjo (SP)

Safra única de Jales está a todo vapor

Colheita aquecida aumenta oferta de niagara em agosto

A colheita de uva da safra 2017 em Jales (SP) deve se intensificar em agosto – a atividade teve início para a niagara (rústica) no final de junho. A expectativa de viticultores é de que a atividade se estenda até meados de outubro para todas as variedades de uva, sendo que alguns lotes pontuais podem ser colhidos em novembro. As variedades finas começaram a ser colhidas na primeira quinzena de julho, quando também houve aumento do volume ofertado da variedade rústica, que representa maior parte da área plantada na localidade paulista. Neste ano, a região de Jales, excepcionalmente, antecipou o início da colheita em poucas semanas, coincidindo com Pirapora (MG). Esse cenário somado à colheita tardia de Porto Feliz (SP) refletiram em cotações menores para os viticultores em julho. A média dos preços da uva niagara no mês passado foi de R\$ 3,00/kg em Jales, 24,6% inferior à de julho/16. Em agosto, apesar da previsão de maior oferta, as cotações podem se sustentar com o aquecimento do mercado.

Podas devem seguir calendário típico em São Miguel Arcanjo

Produtores de São Miguel Arcanjo (SP) começaram a se programar para as atividades de poda da safra 2017/18. Segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea, a expectativa é de que as podas da variedade niagara (que corresponde a 70% da área total), ocorram em agosto – pouquíssimos lotes foram podados

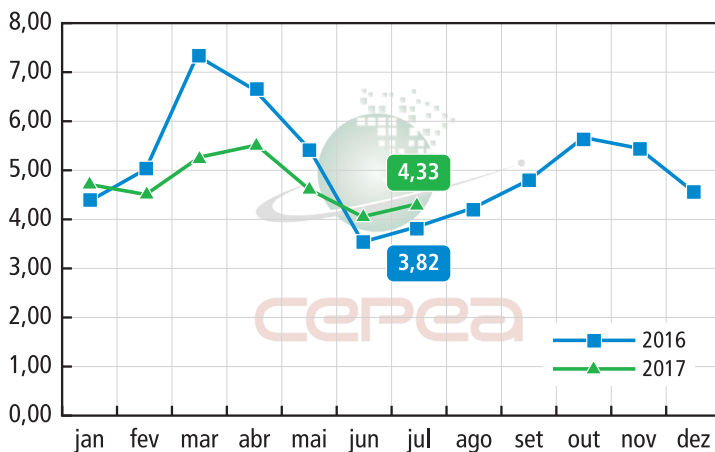
na última quinzena de julho. As uvas finas também têm a maioria das podas em agosto, se estendendo até setembro. A colheita na região paulista é esperada para meados de dezembro até março de 2018. De acordo com agências meteorológicas, o inverno de 2017 no Sudeste não deve ser tão intenso e prolongado como o de 2016. Assim, o calendário típico da região não será alterado, como ocorreu na safra passada. Porém, produtores seguem atentos ao clima no período de podas.

Safra temporã se encerra em Marialva

Com a finalização da safra temporã de Marialva (PR) no início de julho, parte dos produtores já deu início às podas para a campanha de final de ano. O clima, fator sempre preocupante na região pode ser favorável à atividade, caso o inverno não seja tão rigoroso na região paranaense e siga sem chuvas – até o fechamento desta edição, não tinha ocorrido geada nas regiões produtoras de uva acompanhadas pelo Hortifruti/Cepea. Mas, caso o frio seja extremo, os ramos já podados que estiverem em brotação podem ser prejudicados. Quanto à safra finalizada (temporã), as cotações da variedade Itália de abril a junho ficaram na média de R\$ 2,49/kg, valor aproximadamente 41% inferior ao da campanha de meio de ano de 2016.

Novas variedades aquecem exportações

Como as exportações de uvas frescas estiveram aquecidas no primeiro semestre de 2017, a expectativa para os próximos meses segue positiva. De janeiro a julho, o Brasil exportou 5,24 mil toneladas de uva, conforme a Secex, volume 191,3% superior ao de mesmo período do ano passado. A receita obtida com os envios foi de aproximadamente US\$ 12,15 milhões, alta de 166% na mesma comparação. Além do aumento da demanda mundial pelas novas variedades, produtores do Vale do São Francisco (BA/PE) têm investido nessas uvas, consolidando o cultivo de algumas delas, o que pode garantir maior qualidade para exportação.



Preço em julho supera o de julho/16

Preços médios da uva Itália embalada recebidos por produtores do Vale do São Francisco - R\$/kg

Fonte: Cepea





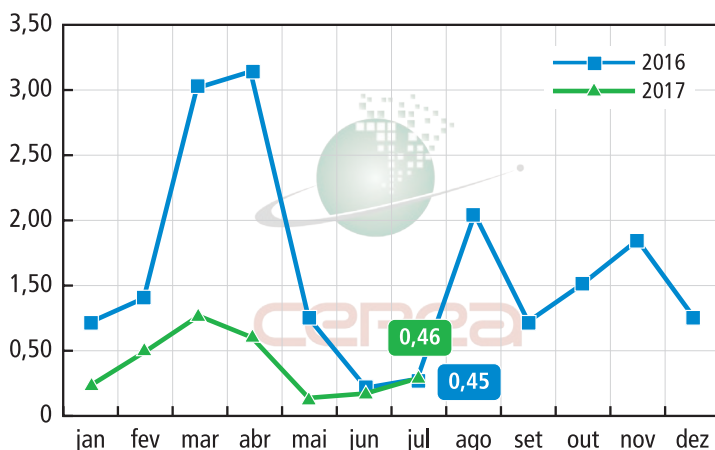
foto: Sávio Cazelli Torezani - Pinheiros (ES)

Com sobras, oferta aumenta na primeira quinzena de agosto

Demanda enfraquecida pode pressionar cotações

Apesar de não existir expectativa de grandes aumentos na oferta de mamão para agosto, produtores têm receio de que a demanda enfraquecida continue como limitante aos preços neste mês. Especialmente na primeira quinzena, o volume de mamão disponível deve se elevar um pouco nas principais regiões produtoras, o que pode resultar na desvalorização da fruta no mercado interno. A provável maior disponibilidade está atrelada à demanda enfraquecida em julho, que resultou em sobras de mamão nos boxes e nas roças. Em julho, o clima frio e chuvas nas regiões produtoras afetaram a qualidade, atrasaram a maturação e reduziram o número de mamões colhidos. No entanto, o volume de negócios durante o mês foi baixo, limitando as altas dos preços e a rentabilidade do produtor. Assim, as cotações do mamão havaí tipo 12-18 do Espírito Santo estiveram apenas 38% abaixo do valor mínimo estimado pelos produtores para cobrir os custos de produção em julho. Os preços, no entanto, foram 41% menores que os de junho, fechando o mês a R\$ 0,38/kg. Segundo colaboradores do Hortifruti/Cepea, a significativa elevação dos preços em junho acabou atrapalhando o mercado de mamão em julho, visto que reduziu a demanda pela fruta.

Área nacional deve diminuir 9,3% em 2017



A área alocada à cultura de mamão no Brasil em 2017 deve diminuir de forma significativa por mais um ano, totalizando, segundo estimativas do Hortifruti/Cepea, 12.520 hectares, recuo de 9,3% em relação à de 2016. Dentre as regiões acompanhadas, a redução mais expressiva, de 15%, deve ocorrer no Norte do Espírito Santo, seguida pelo Sul da Bahia (-11%) e pelo Rio Grande do Norte (-9%). Já no Norte de Minas e no Oeste da Bahia, a previsão inicial é de manutenção no primeiro semestre, sendo que na região baiana, a área pode aumentar em 11% em relação a 2016, visto que há intenção de novos investimentos no segundo semestre. O principal motivo para a redução da área de mamão no Brasil continua sendo a crise hídrica no semiárido do País, que tem limitado a disponibilidade de água para irrigação. Apesar de o regime de chuvas estar mais regular neste ano, as precipitações seguem abaixo da média, não revertendo os problemas hídricos locais e desestimulando novos plantios. Além disso, a rentabilidade com a cultura foi limitada nos primeiros meses deste ano, desanimando produtores.

Verão europeu pode limitar demanda por frutas brasileiras

Estações do ano opostas nos hemisférios Sul e Norte costumam representar boas oportunidades de negócios para agricultores brasileiros. Porém, o verão europeu, que se estende de junho a setembro, resulta em queda nas exportações de mamão. Com o clima mais propício ao cultivo nesta época do ano, os países europeus começam a produzir mais frutas e o consumidor passa a dar preferência à produção regional. Em junho e julho, as exportações mensais médias brasileiras de mamão ao bloco europeu caíram 13% frente à média dos cinco primeiros meses de 2017. Já em comparação com a média do mesmo período do ano passado, o volume aumentou 18%, somando 3,42 mil toneladas em julho, e US\$ 3,58 milhões em receita, montante 14% maior na mesma comparação, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex).



Formosa se valoriza no ES

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

Fonte: Cepea



Acesse!
hfbrasil.org.br



foto: Matheus Borsatti - Caxias do Sul (RS)

Brotação pode ter início em parte dos pomares em agosto

Frio de julho não foi suficiente para recuperar as UFs

A quebra de dormência das macieiras deve ser realizada dentro do período planejado, entre o final de agosto e setembro, de acordo com colaboradores do Hortifruti/Cepea. Até julho, as horas e Unidades de Frio (UF) ainda não eram suficientes para uma brotação uniforme. Nem mesmo a forte massa de ar frio em meados do mês, que trouxe temperaturas recordes até então, conseguiu recuperar as UFs, que ficaram abaixo da média histórica, com exceção de São Joaquim e Bom Retiro (SC), de acordo com o Ciram/Epagri. Já as horas de frio, até 1º de agosto, superaram a média histórica para várias localidades. De modo geral, o inverno deste ano deve ser menos intenso, o que dificulta as atividades de campo da estação. Neste cenário, a necessidade de aplicação de produtos para induzir o processo de brotação pode ser maior, como foi realizado para a queda das folhas. A próxima temporada, por sua vez, pode ser prejudicada pelo atraso na campanha atual (2016/17) na região de São Joaquim, pois quando os pomares já deviam estar em dormência, ainda haviam frutas a serem colhidas. No entanto, ainda é cedo para a confirmação de expectativas de brotação nas duas regiões de Santa Catarina, que devem vir apenas após a floração e polinização, em outubro. Quanto às podas, foram realizadas com maior intensidade em julho nas regiões produtoras do Sul do País, sobretudo nas variedades precoces e gala. A prática deve continuar até outubro, com a poda verde e seca,

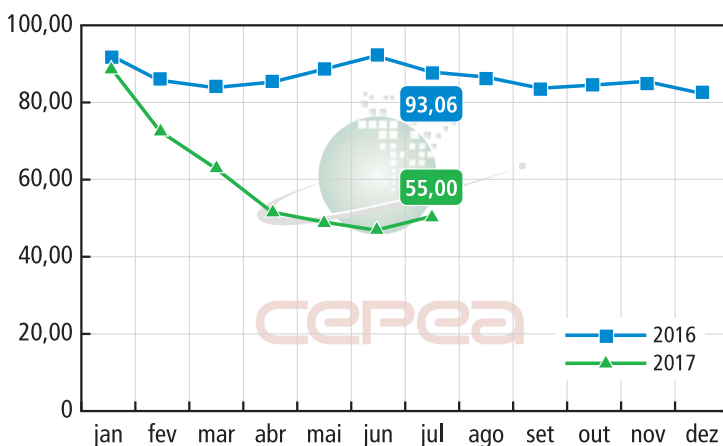
que retira as áreas improdutivas das plantas. Para a fuji, entretanto, o processo está atrasado, visto que as folhas ainda não tinham caído totalmente em algumas propriedades até o final de julho.

Oferta mais controlada e boa qualidade podem favorecer as vendas

Em agosto, ao mesmo tempo em que pequenos produtores de maçã devem deixar de ofertar no mercado interno, os grandes produtores podem reduzir com força as exportações, direcionando a maior parte do volume ao Brasil. Apesar disso, a tendência é de disponibilidade mais controlada e de boa qualidade – a comercialização de fuji “de rapa” foi finalizada em julho e, a partir de agosto, todas as frutas ofertadas devem ser de câmaras com atmosfera controlada. Desta forma, a expectativa é de valorização, principalmente para a gala. A gala já se valorizou 5,9% em julho, registrando média de R\$ 48,47/cx de 18 kg na região de Fraiburgo (SC).

Balança comercial pode ser deficitária a partir de agosto

A balança comercial da maçã deve voltar a ser negativa nos próximos meses, já que as exportações da fruta perdem ritmo de agosto até o final do ano. O valor das vendas externas de maçã até julho, contudo, havia superado o das importações da fruta fresca, e o saldo foi positivo para a balança comercial no período. Nos primeiros sete meses do ano, os envios resultaram em US\$ 41,6 milhões, valor 11,2% acima do gasto com as compras, que foi de US\$ 37,4 milhões. Para os próximos períodos, as importações devem ser mais retraídas na comparação com 2016. Com a quebra de safra europeia, a fruta estrangeira deve ter preços pouco atrativos aos importadores brasileiros, dificultando o repasse ao consumidor. Além disso, o Chile, maior fornecedor de maçãs do Brasil, pode focar em outros mercados. Alguns colaboradores do Hortifruti/Cepea afirmaram, ainda, que não pretendem importar para que a fruta estrangeira não seja concorrente da interna, principalmente na Cat 1.



Preço da gala tem primeira alta no ano

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

Fonte: Cepea





ENTREVISTA:

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros

“O COMBATE ÀS PERDAS É UMA DECISÃO TÉCNICO-ECONÔMICA”

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros é doutor em Economia pela Universidade do Estado da Carolina do Norte e tem pós-doutorado pela Universidade de Minnesotta, ambas nos Estados Unidos. É professor da Esalq/USP, coordenador científico do Cepea e autor de um dos mais importantes livros sobre comercialização de produtos agropecuários: "Economia da Comercialização Agrícola".

Hortifruti Brasil: Qual explicação de as margens de comercialização serem tão elevadas no setor de frutas e hortaliças in natura? O elevado percentual de perdas durante a comercialização pode influenciar esse cenário?

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros: As frutas e hortaliças apresentam alta perecibilidade e fragilidade. Assim, seus custos de comercialização e, logo, as margens, tendem a ser elevados em razão dos cuidados e da rapidez necessários a essas culturas. O grau de perdas resulta das características do produto, da tecnologia utilizada na comercialização e, também, do cálculo econômico dos agentes de comercialização. Um produto mais caro tende a receber mais cuidados na comercialização. No caso de produtos mais baratos, pode ser tolerado um índice de perdas maior. Deve-se ter certo cuidado ao associar superficialmente a ocorrência de perdas à ineficiência. Em geral, produtores e agentes de comercialização tomam a decisão melhor para si, tendo em conta preços e custos. Esses últimos dependem essencialmente da tecnologia disponível para o combate das perdas. Para reduzi-las, o caminho é a inovação tecnológica: técnicas mais eficientes de preservação da quantidade da qualidade dos produtos precisam tornar-se disponíveis e acessíveis ao produtor e aos agentes de comercialização.

HF Brasil: Pode-se dizer, então, que o maior prejudicado por perdas tão elevadas é o consumidor, que paga mais caro pelo produto?

Barros: As perdas podem ocorrer tanto dentro como fora da porteira. Em qualquer caso, quando as perdas aumentam, o preço ao consumidor vai subir. Ou seja, o consumidor é o maior prejudicado: vai comprar menor quantidade de produto a preços maiores. As perdas dentro da porteira – devido a efeitos climáticos ou de pragas e doenças – nem sempre ocorrem com a mesma intensidade para todos os produtores. Mesmo que apenas uma parte dos produtores tenha registrado perdas, o valor do produto vai subir para todos os agricultores.

HF Brasil: Por que há oscilação maior nos preços ao produtor do que no varejo no setor de frutas e hortaliças in natura? Isso

tem a ver com o menor poder de barganha que os agricultores apresentam com os compradores?

Barros: Isso ocorre porque a oferta de produtos agropecuários costuma variar bastante em razão de sua dependência das condições climáticas e da ocorrência de pragas e doenças no campo. O preço pago pela matéria-prima é apenas uma parte na composição do preço ao varejo; a outra é formada pelos custos de comercialização. Estes custos não têm grandes oscilações; ademais, suas variações são pouco frequentes e pouco vinculadas ao que se passa no mercado de um produto agropecuario específico. Os componentes dos custos de comercialização são, por exemplo: salários, combustíveis, energia elétrica, impostos, dentre outros. Em um ano de safra pequena, a cotação da matéria-prima tende a subir, mas os preços dos itens de custo de comercialização não são afetados na mesma proporção, podendo registrar alguma queda por causa da menor demanda por transporte, armazenamento etc. Na maioria dos casos, o agente de comercialização, como o supermercado, tem maior poder de barganha do que os produtores, principalmente se esses não estão organizados em associações ou cooperativas.

HF Brasil: Em seu livro, o senhor observa que há um movimento contrário dos custos de comercialização em relação à oferta agrícola. O aumento da oferta não proporcionaria um aumento de escala para os insumos de comercialização?

Barros: Quando ocorre um aumento significativo de safra de um ou mais produtos, pode haver um acirramento na disputa para a realização das atividades de transporte, armazenamento etc., o que pode aumentar os custos dessas atividades. Nesse caso, o preço ao produtor vai cair não somente porque a maior oferta reduz o valor ao consumidor, mas também porque os custos de comercialização aumentaram. É claro que o contrário pode ocorrer se no momento houver ociosidade no sistema de comercialização, ou houver economia de escala nesse sistema. Aí, então, os custos podem cair devido à maior utilização da capacidade existente. Nessas condições, quando a safra aumenta, os preços ao consumidor caem, mas o reflexo ao produtor é suavizado.■

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



TUCAPÉ / ICM São Paulo

A força da natureza a favor da qualidade.

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

Serenade.
Eficiência sem carência.

ATENÇÃO

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

CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRONÔMICO



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



Bayer CropScience

Se é Bayer, é bom

Soluções BASF para hortifrúti

Mais qualidade e produtividade
para o cultivo da batata.

Cabrio® Top

Fungicida

ez1



0800 0192 500

facebook.com/BASFAgroBrasil

www.agro.basf.com.br

Aplicue somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Incluir outros métodos de controle dentro do programa do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Uso exclusivamente agrícola. Registro MAPA: Acrobat® MZ nº 02605, Cabrio® Top nº 01303, Cantus® nº 07503, Caramba® 90 nº 01601, Forum® nº 01395, Forum® Plus nº 03502, Heat® nº 01013, Herbadox® 400 EC nº 015907, Imunit® nº 08806, Nomolt® 150 nº 01393, Orkestra® SC nº 08813, Pirate® nº 05898, Polyram® DF nº 01603, Regent® Duo nº 12411 e Tutor® nº 02908.

ATENÇÃO Este produto é perigoso a 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.



Conheça o portfólio BASF para a batata:

Fungicidas	Orkestra® SC*	Inseticidas	Pirate®
	Cabrio® Top*		Regent® Duo
	Cantus®*		Nomolt® 150
	Forum®		Imunit®
	Forum® Plus		
	Tutor®		
Herbicidas	Polyram® DF	Heat®	
	Caramba® 90	Herbadox® 400 EC	
	Acrobat® MZ		

*Mais qualidade, produtividade e rentabilidade - Benefícios AgCelence®.

BASF
We create chemistry

TOMATE SALADETE

PARMA F1

Sua lavoura merece.



SEMENTES QUE FAZEM A DIFERENÇA

Mala Direta Postal

Básica

0000/2012 - DR/XXYY

Cliente

...CORREIOS...

IMPRESSO

Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ

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

Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829

e-mail: hfcepea@usp.br



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

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

TOMATE SALADETE

PARMA F1

- Resistência ao F3, TYLCV (geminivírus), TSWV (vira-cabeça) e a nematoides
- Bom tamanho de fruto
- Alta produtividade
- Planta de crescimento indeterminado



**ACESSE NOSSO SITE
E CONHEÇA A
LINHA COMPLETA.**

AGRISTAR
CONFIANÇA NO AMANHÃ

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

Tel.: 24 2222-9000 - Fax: 24 2222-2270
www.agristar.com.br :: info@agristar.com.br