

Hortifruti Brasil

Uma publicação do CEPEA - USPI/ESALQ
Ano 2 - Nº 16 - Agosto de 2003

A UNIÃO **PEDE** MAIS **FORÇA**

A nova estrutura do associativismo é recente e requer mais participação dos produtores no setor hortícola.



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

Fórum de Idéias

Os ex-membros daquela que foi a maior cooperativa agrícola do Brasil respondem:
Por que a Cooperativa Agrícola de Cotia não deu certo?

Yasuo Osaki



**Qualidade
não tem a ver
com sorte.**



**Tem a
ver com Atitude.**

ATITUDE
100%
DU PONT

A qualidade da sua lavoura de tomate não pode depender da sorte.

Adote a Atitude 100%:

Atitude 100% preventiva. Atitude 100% consciente.
Atitude 100% DuPont.

Atitude 100% é o programa de tratamento integrado da DuPont para a prevenção contra os inimigos que atacam sua produtividade.

Consulte sua revenda e seu representante DuPont.

**Prevenir doenças
e pragas é uma
questão de
Atitude 100%.**

Midas BR
Exclusividade DuPont

Rumo
Exclusividade DuPont

Curzate
Exclusividade DuPont

Equation
Exclusividade DuPont

Kocide WDG
FUNGICIDA | BACTERICIDA
DUALACTIVO

DU PONT

*Os milagres da ciência**

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

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receituário agrônômico.



0800 701-0109

Tele DuPont
AGRICOLA
0800-707-5517
Ligação gratuita de todo o Brasil



Renata B. Lacombe e Marina Matthiesen*

Será que falta uma FORÇA CENTRALIZADORA?

Dez anos depois da extinção da Cooperativa Agrícola de Cotia (CAC), a Hortifruti Brasil retomou o tema para recuperar um pouco a história do setor hortícola e analisar como os produtores estão se organizando em entidades de classe atualmente.

Pelas 131 entrevistas com os leitores da Hortifruti Brasil e com os ex-funcionários e produtores que trabalharam na CAC, conclui-se que o espírito de cooperação inspirado no *Kyozon Kyoei* (prosperidade mútua através da coexistência) ainda permanece no setor hortícola, ainda que estruturado de outra forma. Hoje, as organizações são mais regionais e focalizadas nos interesses dos produtores e exportadores locais. Esse novo modelo é analisado na *Matéria de Capa* desta edição (p.10), que traz um panorama geral da união do setor hortícola.

A nova estrutura do associativismo supre em parte algumas funções antes exercidas pela CAC, como a comercialização dos produtos, insumos e assistência técnica. O fato das novas organizações apresentarem estruturas menores facilita a administração e a coordenação dos interesses do grupo. Con-

tudo, os benefícios mais amplos, como pesquisa, crédito e industrialização - ações que dependem de uma estrutura central e com elevado poder econômico - acabam perdendo com a regionalização das organizações.

Falta, então, um poder centralizador para facilitar a coordenação entre as organizações regionais de produtores e tornar o setor mais representativo nos interesses econômicos nacionais. A CAC, nos seus 64 anos de história, mostrou como o espírito cooperativista pode chegar tão longe, desbravando cerrados, implantando a fruticultura no sertão nordestino e agregando valor à agricultura através das agroindústrias. Leia mais sobre ela no *Fórum de Idéias* (p.20). O modelo da CAC é ideal, mas sua gestão e o cenário econômico nos anos 80 e 90 causaram a sua extinção. Ainda assim, o exemplo de soberania ficou de exemplo a um setor em que a união pede mais participação.

* Marina e Renata, estudantes de agronomia, organizaram o estudo sobre a estrutura do associativismo no setor hortícola para elaborar a matéria de capa desta edição.

ÍNDICE

Capa 10

A UNIÃO PEDE MAIS FORÇA

Unido o setor hortícola é. Mas, de que forma? Por quê? Será que os resultados obtidos com a união têm agradado?



Fórum de Idéias 20 POR QUE A CAC NÃO DEU CERTO?

O fim da maior Cooperativa agrícola existente no Brasil completa dez anos. Afinal, o que deu errado nessa união? Ninguém melhor que os próprios ex-cooperados para responder essa questão...

Seções

Seção Cartas	4
Cebola Começa a safra paulista	5
Batata Mercado abastecido no segundo semestre	6
Tomate Agosto amargo	8
Mamão Oferta deve cair	14
Melão Otimismo na Chapada do Apodi	15
Manga Exportações animadas	16
Uva Seca na Itália anima exportações	17
Banana Oferta deve aumentar	18
Citros Tahiti começa a reagir	19

Frutifio
Produtividade lá em cima

Frutifio é o arame ideal para a fruticultura, principalmente videiras, kiwis, melões e maracujazeiros. Pode ser utilizado também em plataformas com telas para secagem de café. É maleável e tem tripla camada de zinco, o que torna o Frutifio altamente resistente e de grande durabilidade. Frutifio. A colheita é perfeita, o arame não.

Arames de Qualidade
BELGO
Belgo Bekaert Arames S.A.
0800-313100
www.belgobekaert.com.br



Cartas

CORRIGINDO E RETRIBUINDO

Por uma falha interna, a carta enviada pelo sr. Airton Arikita, da Hayashi Batatas, parabenizando a revista pelo seu primeiro aniversário acabou não sendo publicada. A Hortifruti Brasil lamenta o erro e agradece a Hayashi Batatas, que tem colaborado com nossas pesquisas, além de nos enviar fotos maravilhosas da produção e do beneficiamento de batata.

Segue a carta enviada a nossa equipe em maio deste ano...

Rendemos nossas congratulações à equipe Hortifruti Brasil pelos relevantes serviços prestados ao nosso segmento de produção, pois desde o início temos acompanhado o projeto da CEPEA – USP/ESALQ, através das publicações, as quais, vale evidenciar a constante evolução implementada ao longo do tempo. As matérias abordadas com objetividade e devidos conteúdos técnicos e mercadológicos têm nos proporcionado relevantes subsídios para tomadas de decisões. Conscientes do privilégio de continuarmos contando com esse importante trabalho, parabenizamos toda equipe Hortifruti Brasil.

Airton Arikita

Hayashi Batatas – Goiás/Bahia

Fotos Fórum

As fotos em preto e branco, publicadas no *Fórum de Idéias* (p. 20), foram extraídas do livro "CAC, o cooperativismo que deu certo", de Dráuzio Leme Padilha (1989).



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

ERRAMOS

Na seção *Tomate*, da edição de julho (p. 5), a região que registrou aumento da área plantada foi São José de Ubá, no Rio de Janeiro e não Ubá, cidade mineira.

O nome correto de uma das autoras da matéria de capa *Os hortifrutis que curam* é Carolina Dalla Costa.

EXPEDIENTE

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

Editor Científico:
Geraldo Sant' Ana de Camargo Barros

Editora Executiva:
Margarete Boteon

Editora Econômica:
Mirian Rumenos Piedade Bacchi

Editora Assistente:
Ana Júlia Vidal

Diretor Financeiro:
Sergio De Zen

Jornalista Responsável:
Ana Paula da Silva - MTB: 27368

Revisão:
Mariana B. Perozzi Gameiro

Equipe Técnica:
Aline Vitti, Aline Barrozo Ferro, Ana Júlia Vidal, Carolina Dalla Costa, Cinthia A. Vicentini, Eveline Zerio, Ilonka M. Eijsink, Isis N. Sardella, João Paulo B. Deleo, Maria Luiza Nachreiner, Mateus Holtz C. Barros, Marina L. Mathiesen, Margarete Boteon, Mauro Osaki, Renata Elise G. Sebastiani, Renata F. Cintra, Renata B. Lacombe e Thiago L. D. S. Barros.

Apoio:
FEALQ
Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

Diagramação Eletrônica/Arte:
Thiago Luiz Dias Siqueira Barros

Fotolitos:
Nautilus Estúdio Gráfico
Fone: (19) 3422-4220
nautilus@merconet.com.br

Impressão:
MPC Artes Gráficas
Fone: (19) 3451-5600
mpc@mpcgrafica.com.br

Tiragem:
6.500 exemplares

Contato:
C. Postal 132 - 13400-970 Piracicaba, SP
Tel: 19 3429-8809
Fax: 19 3429-8829
hfbrasil@esalq.usp.br
http://cepea.esalq.usp.br

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

**Cross
link**

HORTI - FRUTI - FLÔRES

Rubigan

Fungicida sistêmico
Curativo - Pirimidina
(Sarna e Oídio)

DICARZOL

Inseticida-acaricida
(Thrips palmi)

Imidan

Inseticida fosfeto
(Mosca e Mariposa oriental)

Botran

Fungicida diclorana
(Podridão do Pêssego)

auxigro

Primer metabólico

Tel./fax: (11) 4195-0265 - www.crosslink.com.br / crosslink@crosslink.com.br

Foto: Sakata Sudamerica



Começa a safra paulista

A cebola do estado deve estar com maior calibre, o que não é bom para o setor.

Cebola maior em SP

As regiões paulistas de Monte Alto e São José do Rio Pardo iniciaram a colheita de cebola no final de julho e devem intensificá-la em agosto e setembro. A área de plantio se manteve estável em relação à do ano passado, contrariando as expectativas de redução decorrente do desânimo dos produtores com os baixos preços obtidos em 2002. Entre as variedades cultivadas, a mercedes registrou a maior queda de produtividade, devido à morte de parte das plantas. Com isso, as que sobram passam a competir menos por água e nutrientes, o que proporciona a produção de cebolas de maior calibre (tipo 4). Esse tipo de bulbo é, porém, menos demandado pelos consumidores. Assim, a margem de lucro de certos produtores pode cair neste mês. A expectativa de alguns agentes é que os preços não reajam significativamente em agosto, dada a entrada das cebolas nordestina e mineira no mercado interno. Mesmo em menor volume, essa oferta inviabiliza as negociações do bulbo paulista.

Cai oferta nordestina

A safra de Irecê (BA) terminou em julho, mas a quase totalidade da colheita concentrou-se no primeiro semestre, tendo em vista a expectativa de quebra de produção em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul. Nos próximos meses, os produtores locais devem ofertar apenas um pequeno volume destinado à comercialização regional. Com o desânimo de muitos produtores devido aos baixos preços praticados neste ano, alguns agen-

tes devem diminuir a área de plantio neste semestre. O Vale do São Francisco continua ofertando, porém, em ritmo mais lento em agosto, já que muitos produtores dessa região estão no final da safra. A colheita deve ser novamente intensificada a partir de outubro, com a safra de plantio e repasse. O mercado nordestino foi prejudicado pelas safras paulista e mineira, já que o excedente da produção é comercializado também no Sudeste. Com isso, houve uma maior oferta no mercado local, pressionando nova queda dos preços no final de julho.

São Gotardo intensifica colheita

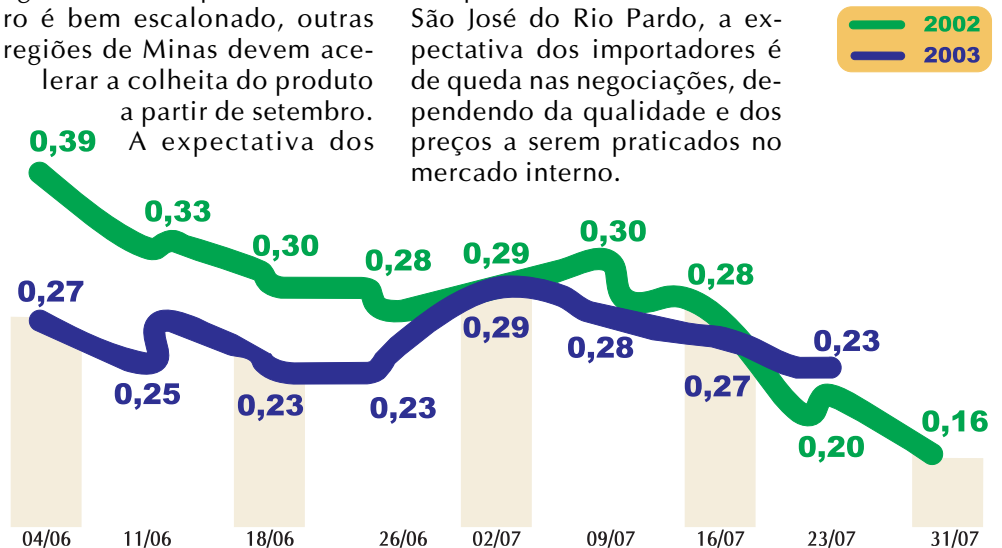
A região de São Gotardo (MG) intensificou a colheita de cebola no final de julho e, segundo agentes, deve ofertar em grande quantidade em agosto. Como o plantio mineiro é bem escalonado, outras regiões de Minas devem acelerar a colheita do produto a partir de setembro.

A expectativa dos

produtores do estado é de melhor produção que no primeiro semestre, quando o plantio antecipado foi prejudicado pelas chuvas, que ocasionaram algumas bacterioses.

Importações caem 70% em junho

As importações recuaram antes do previsto neste ano, em função da antecipação da oferta nordestina. Os baixos preços do produto nacional inviabilizam cada vez mais a importação de cebola do país vizinho, que passa a render uma estreita margem de lucro. No mês de junho, as compras de cebola argentina caíram cerca de 70% em relação a maio, segundo dados da Secex, em função do início das safras paulista e mineira. Mesmo assim, o volume importado foi cerca de 50% maior que em junho de 2002. Com a entrada das safras paulistas de Monte Alto e São José do Rio Pardo, a expectativa dos importadores é de queda nas negociações, dependendo da qualidade e dos preços a serem praticados no mercado interno.



Aumento da oferta pressiona preços
Preços médios recebidos pelos produtores nordestinos pela cebola Ipa - R\$/sc de 20kg
Fonte: Cepea

Mercado segue abastecido



A maior oferta mineira, principalmente, pode dificultar a reação dos preços

Agosto com muita oferta
Em agosto, as regiões do sul de Minas Gerais e de Vargem Grande do Sul deverão intensificar a colheita da batata da safra de inverno, que se iniciou em julho. Isso deve garantir uma grande oferta nas diversas praças de comercialização do país, o que pode dificultar a valorização do produto. Além disso, alguns municípios do Paraná, como Contenda, também iniciaram os trabalhos de campo. Os produtores paranaenses acreditam que as intensas chuvas registradas em julho podem afetar a produtividade das lavouras. Entretanto, até meados de julho, essa expectativa não foi confirmada. Os bataticultores de Brasília e região também ofertam um maior volume a partir de agosto, estendendo o pico de safra local até o final de setembro. O sudoeste paulista, por outro lado, encerrou a colheita no mês passado. Os produtores acreditam que a safra foi satisfatória, embora os preços recebidos pelos produtores tenham ficado abaixo da expectativa,

em função da retração das vendas no atacado e no varejo. É importante ressaltar que, em setembro, o sudoeste de São Paulo volta ao mercado para ofertar a batata da safra das águas.

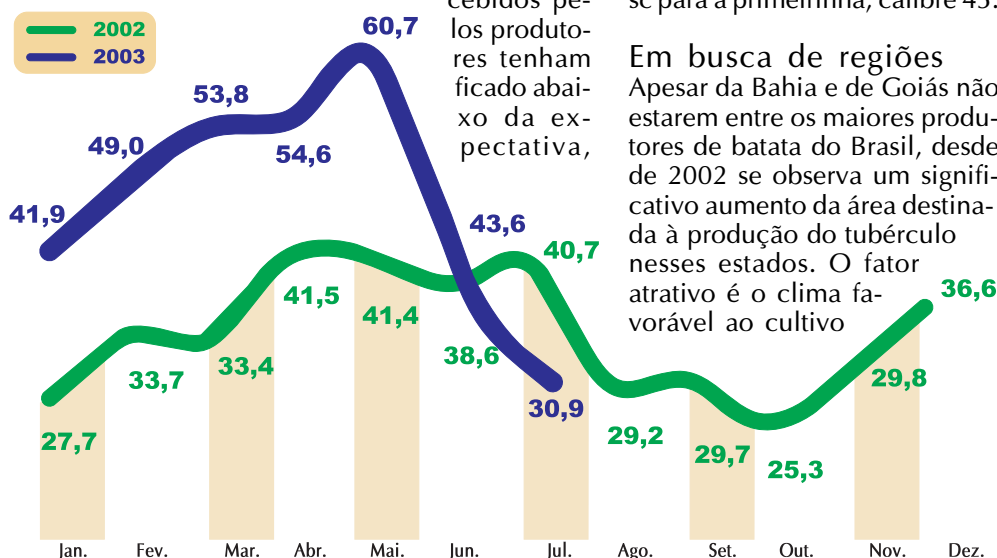
Aumentam contratos

O número de contratos firmados entre bataticultores e a indústria continua crescendo significativamente neste ano, sobretudo no estado do Paraná. Os produtores alegam que a indústria proporciona maior segurança na negociação, garantindo o pagamento. Os preços também são travados a um valor acima do custo de produção. As dificuldades nas vendas e o aumento da inadimplência nos últimos meses, no mercado doméstico, têm estimulado os produtores a buscar maior segurança e rentabilidade no setor industrial. Em julho, o valor da saca da variedade atlântica negociada com a indústria foi fixado na média de R\$ 32,00/sc para a especial e em R\$ 18,00/sc para a primeirinha, calibre 45.

Em busca de regiões

Apesar da Bahia e de Goiás não estarem entre os maiores produtores de batata do Brasil, desde de 2002 se observa um significativo aumento da área destinada à produção do tubérculo nesses estados. O fator atrativo é o clima favorável ao cultivo

do produto. As baixas temperaturas durante a madrugada, ligadas à altitude das regiões produtoras, inibem o aparecimento de pragas e doenças relacionadas ao excesso de calor no solo. A presença de grandes produtores altamente qualificados é o principal fator que faz com que esses estados apresentem tamanha relevância no setor, apesar da área de produção ainda ser inferior às das regiões produtoras mais tradicionais. Na Chapada Diamantina (BA), por exemplo, cinco grupos de bataticultores dominam a área de cultivo do produto, que totaliza cerca de 3.500 hectares neste ano, área 25% acima da de 2002. Além do clima, outro fator que estimula o plantio na Bahia é a prática comum de irrigação, que proporciona qualidade e produtividade maior em todas as épocas do ano. Ela é feita por uma represa com cerca de 23 quilômetros de espelho d'água. Mesmo assim, já se observam, na região baiana, alguns problemas relacionados à disponibilidade hídrica. As terras próximas a essa represa estão todas ocupadas e não há interesse nas áreas afastadas, dada a dificuldade de se aplicar um sistema eficiente e rentável de irrigação. No estado de Goiás, os municípios de Cristalina e a área metropolitana de Brasília também estão se destacando no plantio de batata. Além da presença de grandes grupos, os produtores mineiros e até paranaenses estão arrendando terras no estado goiano para iniciar a produção do tubérculo. Os bataticultores, de modo geral, buscam terras novas, onde o cultivo ocorra de forma mais produtiva. Estima-se que cerca de 3.600 hectares estão sendo cultivados Brasília/Cristalina (GO) neste ano, área cerca de 5% a mais que em 2002.



Preços caem na safra da seca

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

Fonte: Cepea

Tempo bom
o tempo todo



Contra a Requeima e o Míldio

GalbenTM

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 pessoas de idade.

Consulte sempre um Especialista Agrônomo



Venda sob receita de agrônomo

Produto de Uso Agrícola

Com ação de contato e sistêmica, GalbenTM é o fungicida da Sipcam Agro que protege sua lavoura contra a requeima e o míldio, atuando **dentro e fora** dos tecidos da planta. É muito mais proteção.

SIPCAM
AGRO

www.sipcam.com.br



Agosto amargo

A oferta deve ser grande e o consumo só costuma melhorar em s

Médias de preços (R\$/cx) nas principais regiões produtoras			
Regiões	Julho/02	Julho/03*	Variação
Araguari (MG)	15,15	8,48	- 44%
Mogi-Guaçu (SP)	17,41	10,21	- 41%
Goianápolis (GO)	14,78	7,59	- 48%
São Jose de Ubá (RJ)	17,01	9,55	- 44%

*média acumulada até o dia 25/07 Fonte: Cepea

Cenário difícil em agosto

Para agosto, as perspectivas são pouco otimistas, uma vez que a oferta de tomate deve permanecer alta no mercado. Apesar do fim do pico de safras de Araguari (MG) e de Goianápolis (GO), previsto para este mês, o aquecimento da colheita em roças de Mogi-Guaçu (SP) e nas lavouras cariocas deverá contribuir para que a oferta mantenha-se no patamar do final de julho, ou até mesmo venha a aumentar. As temperaturas também costumam subir neste mês, podendo acelerar a colheita. Além disso, as lavouras do interior de Minas Gerais, como as de Pará-de-Minas, também devem continuar ofertando grandes volumes. Vale lembrar que o tomate produzido no Rio de Janeiro (RJ) vem sendo enviado para as ceasas cariocas e paulistas, contribuindo para a manutenção da oferta nesses grandes centros compradores nos últimos meses. O fator positivo para o mercado é a

retomada das aulas, que costuma ajudar no escoamento do produto. Contudo, grande parte dos agentes acredita que a demanda só melhore a partir de setembro, como normalmente ocorre.

Preços baixos em julho

Contrariando as expectativas do mercado, os preços do tomate permaneceram baixos em julho. Nem assim o consumo aumentou. A queda do poder aquisitivo do consumidor brasileiro e o aumento do desemprego têm prejudicado as vendas dos hortícolas em geral. Além disso, as temperaturas não caíram muito com a chegada do inverno, dificultando o controle da oferta. Muitos produtores tiveram que descartar uma boa quantidade de tomate maduro. Durante a segunda quinzena do mês, o preço médio de venda do salada AA longa vida registrou os menores patamares registrados desde o início do ano na Ceagesp, em média mensal de R\$ 12,58/cx de 23kg, frente aos R\$ 19,17 do mesmo período de 2002. Nas principais lavouras, os preços recebidos pelos produtores permaneceram inferiores ao custo de produção. Em algumas roças, o produto chegou a ser comercializado a R\$ 3,00/cx 23kg. Esse cenário de preços baixos e dificuldade de ven-

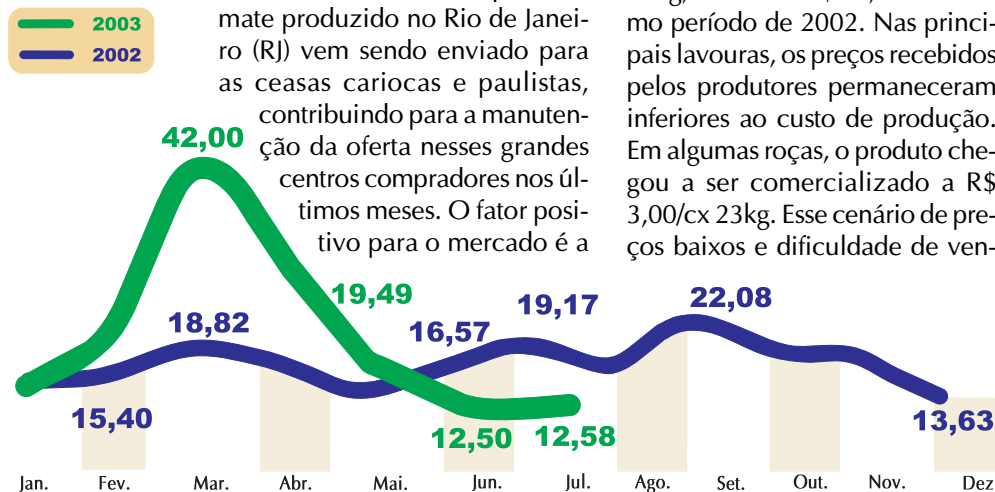
da deve desestimular o plantio para a próxima safra, já que os custos de produção continuam altos. Cabe lembrar que a área plantada já está menor neste ano em relação à do anterior.

Doenças podem aumentar

A manutenção dos preços dos insumos agrícolas em patamares elevados - ainda que o dólar, moeda utilizada na cotação desses produtos, tenha oscilado em níveis mais baixos nos últimos meses - e os baixos preços praticados no mercado podem influenciar na redução da área plantada para a próxima safra e também aumentar os problemas fitossanitários nas lavouras de tomate. Em julho, alguns produtores, principalmente de Araguari (MG), já relataram estar enfrentando problemas com a mosca branca, transmissora do vírus mosaico. As condições climáticas (seca e calor) contribuíram com o surgimento do problema.

Argentina aparece timidamente

Em julho, compradores argentinos voltaram a carregar tomate no interior paulista e mineiro, ainda que em volume pouco representativo. Os preços negociados estiveram cerca de R\$ 1,00 a R\$ 2,00 mais altos do que a média praticada no mercado interno no período. Para agosto, os agentes esperam que esses compradores aumentem a procura pelo tomate brasileiro, estimulados pelos preços mais baixos. Antes da crise que se abateu sobre aquele país, a Argentina costumava ser um tradicional comprador de tomate brasileiro no inverno, já que o frio impede a produção local.



Vendas caem e derrubam preços

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

Fonte: Cepea

CONHEÇA OS DESTAQUES 2003



HH-F1
Verde

Mais sabor,
padrão de mercado



HH-F1
Sandy

Mais precoce,
maior produtividade



HH-F1
Thyá

Produtividade e tolerância ao gombulvírus



Luana

Plantas grandes, qualidade de cabeças



HH-F1
Carolino

Tolerância a
doenças foliares,
excelente qualidade de raiz



HH-F1
Sarah

Mais precocidade e resistência
a temperaturas altas



HH-F1
Martha R

Alta produtividade
e resistência a fitofora
(Phytophthora
capsici)



Mayara

Precoce, uniforme, para
mercado fresco e processamento



HH-F1
Ferrari

Uniformidade e
excelente coloração
de raiz



Folha Larga

Alta vigor e maior rendimento



HH-F1
Rubia R

Alta qualidade e
pagamento de frutos,
resistência a PVY
(estirpe PI-2).



Lídia

Plantas grandes, 10 dias
mais precoce que as outras do grupo

Acesse o nosso site www.sakata.com.br

SAKATA
Solução para o seu cultivo

SIMPÓSIO

TOMATE

Atualidades & Tendências

Piracicaba, 10 e 11 de setembro

Principais tópicos:

- * Situação e Demanda Nutrição
- * Adubação e e Fertirrigação
- * Sementes e Melhoramento Genético
- * Mosca-branca x Geminivírus
- * Bioestimulantes
- * Substratos
- * Tomate Orgânico
- * Nova Fronteiras Agrícolas
- * Mercado e Comercialização
- * Padronização e Packing House

Dias: 10 e 11 de setembro de 2003

Local: ESALQ/USP - Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz"

Realização: GELQ - Grupo de Estudos "Luiz de Queiroz"

Inscrições: R\$ 120,00 - Estudantes: R\$ 60,00

Vagas: 250 participantes

Informações: 19-3417-2104/2138, com Silvia

E-mail: gelq2004@esalq.usp.br

Apoio:
ESALQ
Hortifruti Brasil
Horticeres
SEMINIS

A união PEDE mais

Unir-se pode ser uma ação difícil de se efetivar, especialmente quando se trata de negócios. A união envolve confiança, compromisso e responsabilidade, valores que nem todos assumiriam se não existisse um outro fator: o interesse comum.

No setor hortícola, o conjunto desses interesses é amplo. Vai desde o aumento do poder de barganha para a compra de in-

quisa realizada pela **Hortifruti Brasil** revela que a união está sim por trás da força do setor hortícola, embora muito ainda tenha que ser feito nesse sentido.

Foram ouvidos 131 produtores de tomate, cebola, batata, uva, citros, mamão, melão, banana e manga, leitores da **Hortifruti Brasil**, na segunda semana de julho. Dentre eles, 59% declararam fazer parte de alguma orga-

nização associativista, embora uma grande parcela tenha dito não estar totalmente satisfeita com as atividades dessas entidades. Aproximadamente 43% dos entrevistados declararam-se insatisfeitos com as cooperativas a que estão ligados e 48%, com os sindicatos dos quais fazem parte. A pesquisa identificou que as formas mais simples de organização ainda são as que fazem mais sucesso: 70% dos entrevistados estavam satisfeitos com as associações e 60%, com os *pools*.

Vale ressaltar que os dados do levantamento não refletem o mapa exato do associativismo no setor, e tampouco um ranking de eficiência das diversas organizações, mas apenas uma caracterização das formas de união, apontada pela parcela consultada. De qualquer forma, os resultados das entrevistas mostram que o setor hortícola ainda tem muito a evoluir em termos de ações coletivas, até porque a

maioria das organizações citadas foi criada na década de 90.

ASSOCIAÇÕES e COOPERATIVAS

Elas UNEM o setor.

Associações e Cooperativas são as principais formas de organização dos horticultores, conforme apontou a pesquisa. Pouco mais de 30% dos entrevistados declararam-se associados e 21%, cooperados. Difícilmente o produtor que faz parte de uma associação pertence a outras entidades de classe. Se um produtor é membro de uma cooperativa, raramente também faz parte de sindicato, associação ou pool. Em geral, as formas de associativismo desempenham papéis similares ou, às vezes, complementares.

A principal diferença entre cooperativas e associações está no número de participantes. Bastam apenas duas pessoas para formar uma associação, enquanto uma cooperativa requer, no mínimo, vinte integrantes.

Uma forma simples de união não significa, no entanto, menor eficiência. Tanto as associações quanto as cooperativas podem realizar atividades similares, como a compra de insumos e a venda da produção de seus membros.

Com relação aos sindicatos rurais, os produtores relacionam mais suas atividades às de um escritório contábil e de assessoria legal, bem como aos de prestação de assistência social - como convênios médico e odontológico - do que à uma entidade de representação de classe propriamente.

Outro tipo de associativismo

A maioria está organizada em associações

Formas de organização entre os entrevistados

Organização	%
Associação	33%
Cooperativa	21%
Sindicato	12%
Associação + Sindicato	11%
Associação + Cooperativa	9%
Pool	6%
Sindicato + Cooperativa	6%
Associação + Sindicato + Cooperativa	1%
Total	100%

Fonte: Cepea/Hortifruti Brasil

sumos até a mesa de negociação com a indústria. Juntos, os produtores aumentam suas garantias de venda e suas chances de conseguir crédito bancário. Deve ser levada em consideração ainda a difusão de tecnologia que as diversas organizações promovem, através de assistência técnica, cursos, palestras e convênios com entidades de pesquisa. Além disso, a representação de classe aumenta o reconhecimento do grupo no meio agrícola.

É de olho nesses benefícios que o setor hortícola tem se organizado em cooperativas, associações, sindicatos ou *pools* (do inglês, *reunir idéias ou recursos*). Uma pes-

FORÇA



59% dos entrevistados declararam pertencer à alguma entidade de classe. O nível de organização varia nos diferentes setores.

é o *pool*. Recente no Brasil e de nome pouco difundido, ele caracteriza a união menos formal de produtores - sem estatuto, ao contrário das cooperativas e associações - para compra de defensivos e fertilizantes e/ou venda da produção. Há muitos casos efetivos de produtores que se juntam em *pool*, mas desconhecem essa nomenclatura.

Não há uma forma ideal de organização. Muitas vezes, dependendo do objetivo dos produtores, é preferível unir-se com poucos amigos a pertencer a uma grande cooperativa. No setor hortícola brasileiro, há exemplos de produtores que se reúnem entre membros das famílias para vender, como em determinados *pools* de citros, até cooperativas com cerca de 14 mil cooperados que comercializam insumos. Em ambos os casos, o principal é que os interesses dos produtores sejam garantidos.

De todos os tipos de associativismo pesquisados, a maior satisfação do produtor foi revelada com as associações. Eles ressaltam que a assistência

técnica e organização de cursos e palestras são de grande auxílio, além do que, as associações representam juridicamente o setor. A principal reclamação sobre esse tipo de agrupamento é a falta de empenho dos próprios associados.

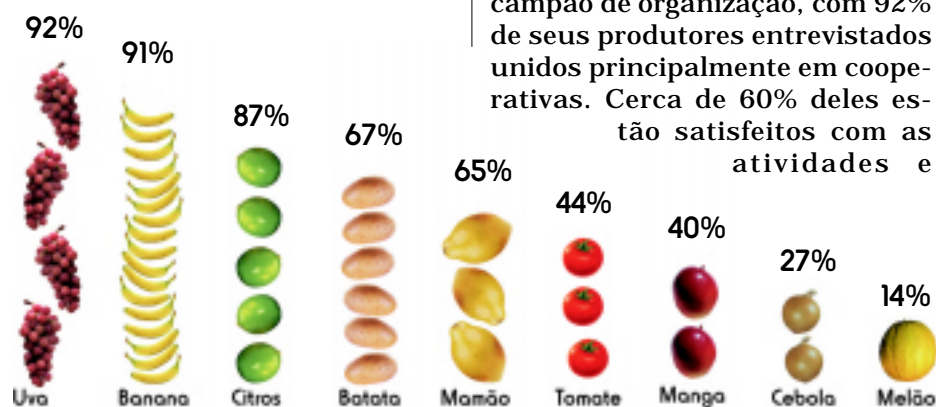
As cooperativas vêm em segundo lugar quando se trata de satisfação dos membros. Os produtores apontam como principais vantagens a facilidade para comprar insumos a preços menores e com prazo maior de pagamento e também a maior facilidade para a obtenção de crédito.

Os serviços prestados pelos sindicatos são os que menos agradam, mesmo porque vários produtores desconhecem todas as funções que o sindicato pode exercer. A maioria dos entrevistados reclama, por exemplo, do atraso do repasse das informações trabalhistas, definidas pelo Ministério.

O setor frutícola é

MAIS ORGANIZADO?

O setor vitícola (uva) foi o campeão de organização, com 92% de seus produtores entrevistados unidos principalmente em cooperativas. Cerca de 60% deles estão satisfeitos com as atividades e



Nível de organização por setor

* Percentual dos entrevistados, ordenados por setor, que declaram fazer parte de alguma entidade de classe

Principais funções das organizações destacadas pelos entrevistados

ASSOCIAÇÕES

Apoio (técnico, comercial) aos produtores, promoção do produto e organização de cursos e eventos. No caso dos bataticultores, apóiam pesquisas em parcerias com órgãos governamentais e universidades

COOPERATIVAS

Boa parte vende insumos. Poucas comercializam a produção. Oferecem também apoio técnico e facilitam o acesso ao crédito.

SINDICATOS

Prestam serviços de escritório (contabilidade, folha de pagamento e impostos). Também oferecem apoio judicial.

POOLS

O objetivo é aumentar o poder de barganha dos produtores durante a venda da produção ou compra de insumos. Muito comum no setor citrícola.

serviços dessas entidades. As principais vantagens apontadas pelos produtores de uva em relação às cooperativas foram as melhores condições para a aquisição de insumos e a facilidade para a obtenção de crédito e, em alguns casos, ainda o auxílio no beneficiamento do produto.

Dos setores pesquisados, o segundo mais unido é o bananicultor, que tem como principal forma de organização a associação. O nível de satisfação desses produtores é similar ao de uva (cerca de 67%). Segundo os entrevistados, os principais benefícios que se obtém ao pertencer a uma associação são: assistência técnica, representatividade da classe, acesso a crédito e difusão de tecnologia.

O setor citrícola ficou em terceiro lugar e, nesse caso, mais uma vez o cooperativismo prevaleceu. Entretanto, diferente dos demais setores, apenas 25% dos produtores de citros declararam estar contentes com seus serviços. Para a maioria dos entrevistados, o desempenho das cooperativas na área de comercialização e representação dos interesses da classe é baixo. Entretanto, ser cooperado ainda é vantajoso para o produtor de citros, por garantir maior acesso a crédito - esse setor possui uma cooperativa de crédito - e disponibilizar uma grande diversidade de insumos exclusivos para a cultura.

Esse é o setor que tem adotado os *pools* como a forma de união. Nota-se que, nesse caso, os produtores se juntam apenas para vender a produção, e não para comprar defensivos e fertilizantes. A satisfação dos seus integrantes tem sido elevada, por volta de 60%. O principal atrativo é o reforço do poder de barganha ao vender a fruta para a indústria de suco de laranja.

Outro exemplo de organização a ser destacado no setor citrícola é o Fundo de Defesa da Citri-

cultura (Fundecitrus). O Fundecitrus é uma instituição mantida por produtores e pelas fábricas de suco. Criada em 1977 para controlar o cancro cítrico e para gerar pesquisas no setor, mantém seu esforço na defesa fitossanitária dos pomares.

Após os viticultores, bananicultores e citricultores, no

“A maioria das organizações do setor é recente. Fortalecê-las requer uma participação mais efetiva dos membros”

“ranking de união”, estão os bataticultores. Nesse setor, a associação apreço como a principal forma de organização, alcançando 89% de satisfação dos associados ouvidos pela **Hortifruti Brasil**. Para eles, as principais vantagens de serem associados são: o trabalho de representação de classe, as informações fornecidas e a proximidade com entidades de pesquisa.

Após os bataticultores, vêm os produtores de mamão. Mais uma vez, a principal forma de organização são as associações, apresentando um alto nível de satisfação, principalmente pelos cursos e eventos oferecidos, além da facilidade para a obtenção de crédito e auxílio em questões burocráticas relacionadas à exportação.

Os produtores de tomate, por sua vez, estão organizados, em sua maioria, em sindicatos, principalmente nos estados de São Paulo e Minas Gerais, onde se concentrou a amostra pesquisada desses agentes. Apesar da maioria se declarar pouco satisfeita com os serviços prestados pelos sindicatos, as atividades

relacionadas à área trabalhista, legislativa e administrativa não deixam de representar vantagem aos membros. Segundo os entrevistados, a falta de união no setor tomaticultor deve-se à instabilidade do preço e da oferta do produto no mercado, que acaba gerando uma competição acirrada entre os agentes.

As associações e cooperativas aparecem igualmente importantes no caso dos produtores de manga. Essas entidades dão apoio técnico e atuam sobretudo na comercialização das safras.

Enfim, os produtores menos representados em organizações associativistas foram os de cebola (27% dos entrevistados) e de melão (14%). Verificou-se, entre os produtores de cebola, que alguns fazem parte de cooperativas e associações que abrangem vários produtos, como grãos e citros. No caso do melão, o baixo “índice de união” está ligado à elevada escala produtiva das empresas do setor, que acabam não precisando de representação de classe para ter força nas negociações.

A pesquisa da **Hortifruti Brasil** deixou claro que o setor hortícola é organizado, mas o fortalecimento das entidades associativistas depende da participação mais efetiva dos seus membros. Esse envolvimento consciente dinamizaria em muito o trabalho das entidades e, conseqüentemente, os resultados obtidos pelos produtores.

1.500

3.323

3.780

14.000

Exemplos de organizações do setor hortícola

Numa união, não é o tamanho que importa, mas a garantia dos interesses comuns.



Número de associados

Organização (Fundação)

Atividades principais

10

SICVALE (1999)

comercialização de frutas

25

CAP (1994)

assistência, comercialização e venda de insumos

30

ROMANINI (1994)

venda de laranja para indústria

40

AVIRJAL (1994)

comercialização e venda de insumos de uva

50

ABBA (1997)

assistência, pesquisa e promoção de batata

60

CAJ (1994)

assistência, comercialização e venda de insumos

75

APRUCENE (1992)

treinamento, pesquisa e promoção de mamão

90

ABAVAR (1996)

representação de classe e promoção de banana

140

ABBGE (1992)

pesquisa e importação de batata/semte

200

ABASMIG (1990)

assistência, pesquisa e eventos

414

ASBANCO (1994)

assistência, venda de insumos

1.000

Sind. Rural Mogi (1964)

curios, assistência administrativa e legal

1.130

AIBA (1990)

informações, crédito e infraestrutura

VALLEXPORT (1988)

informações, cursos

ABANORTE (1993)

representação de classe e promoção de banana

INTEGRADA (1996)

assistência e informação

COOPERCITRUS (1996)

cooperativa de crédito e venda de insumos

Oferta deve cair

A reação dos preços vai depender do consumo

Preços reagiram à baixa oferta

No final de julho, a produção de mamão das variedades havaí e formosa começou a cair nas roças do Espírito Santo e das regiões sul e oeste da Bahia. Essa queda deveu-se à chegada do "pescoço" nas roças capixabas e às baixas temperaturas nas regiões produtoras da Bahia, que acabaram fazendo com que o mamão ficasse mais tempo no pé até atingir o ponto de colheita. A menor oferta acabou impulsionando os preços do mamão havaí no período, o que deixou os produtores mais esperançosos para o mês de agosto.

Oferta deve diminuir Segundo produtores, a menor oferta nas roças capixabas e baianas deverá continuar no mês de agosto, principalmente no Espírito Santo, onde as produções de algumas lavouras foram praticamente zeradas no final de julho. Os produtores estão esperando uma maior produção somente para o mês de setembro, alegando que o "pescoço" que chegou em julho deverá se esten-

der por um período de 30 dias. Desse modo, espera-se que agosto seja um mês de oferta escassa e possível reação dos preços. Porém, se a demanda pelo produto não aumentar, a valorização pode não ocorrer.

Desânimo, prejuízo e esperança

Os produtores de mamão estão enfrentando um período crítico no mercado, se deparando com preços baixos e demanda cada vez mais retráida. Desanimados e às vezes revoltados, alguns produtores chegaram a jogar mamão no lixo em julho, quando o preço praticado no mercado foi inferior ao custo de produção. Ainda assim, há expectativa de reação dos preços para o segundo semestre do ano.

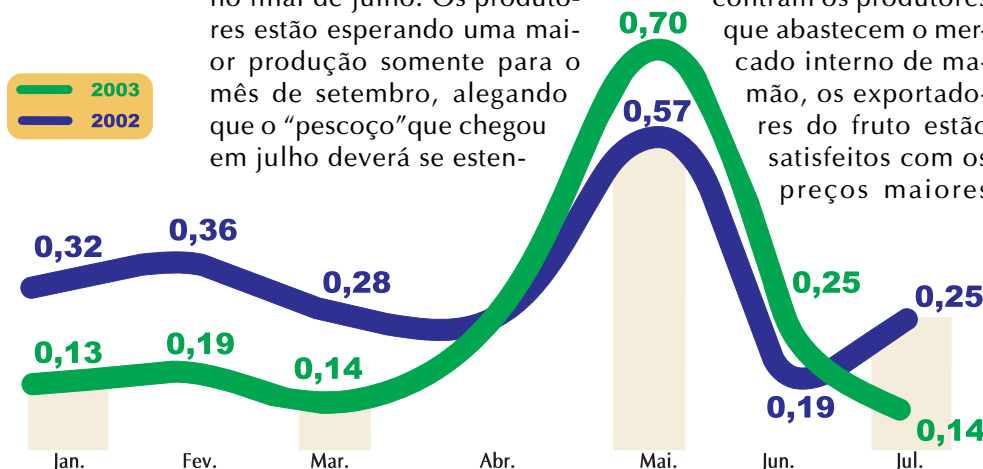
Exportadores estão animados

Em contraposição ao quadro de insatisfação em que se encontram os produtores que abastecem o mercado interno de mamão, os exportadores do fruto estão satisfeitos com os preços maiores

conseguidos no mercado internacional ante os recebidos internamente. O ânimo é tanto que esses produtores estão pensando até em aumentar suas produções, com perspectiva de maiores lucros em 2004. Vale ressaltar que o mercado importador (Europa e Estados Unidos, principalmente) é bastante exigente quanto à qualidade do fruto, tornando indispensáveis o cuidado e os investimentos por parte do produtor para impedir qualquer tipo de dano ao fruto, tanto no período de desenvolvimento quanto no processo de pós-colheita.

Exportações devem aumentar

O volume de mamão embarcado tem ficado abaixo do esperado pelos exportadores brasileiros nos últimos meses. Desde junho deste ano, as empresas alegam que as exportações foram prejudicadas pela entrada das férias de verão dos países importadores. Para esses agentes, os embarques devem se intensificar somente a partir de setembro, quando as atividades retornam e a produção de mamão destinada à exportação é maior. Contudo, avaliando os dados da Secex, de janeiro a junho deste ano, o volume exportado foi 47% superior ao mesmo período do ano passado, totalizando 19,8 mil toneladas. Em 2002, quando as exportações totais somaram 28,5 toneladas, exportou-se, nos seis primeiros meses, cerca de 13,5 toneladas.



Baixa demanda volta a pressionar preços

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

Fonte: Cepea



Otimismo na Chapada do Apodi

O clima tem colaborado com o desenvolvimento da safra

Produção aumenta significativamente

A colheita de melão amarelo nas regiões produtoras de Mossoró (RN), Baraúna (RN), Chapada do Apodi/Baixo Jaguaribe (RN/CE) deve se intensificar na primeira quinzena de agosto. Quase todos os produtores demonstram satisfação no que se refere à qualidade e produtividade da safra, pois o clima tem sido favorável, evitando o surgimento de doenças. Em decorrência disso, o melão graúdo tem se destacado (80% a 90% do total produzido), sendo comercializado no mercado interno antes do início das exportações. Nessa época do ano, a oferta do miúdo é praticamente nula, pois no começo de safra o crescimento da fruta é muito bom. Historicamente, quando chove bem no início da safra, a maior parte da colheita pode ser de melão miúdo, o que não aconteceu no início desta safra.

Exportação é essencial

A maior preocupação dos produtores de melão amarelo em julho foi a constante oscilação nos preços negociados no mercado interno, além da calmaria das vendas no período. O volume ofertado foi aumentando gradativamente, pressionando os preços no decorrer do mês. Com a oferta maior que a demanda, a compra de melão pelos atacadistas da Ceagesp caiu, gerando receio de grandes prejuízos. Em agosto, a colheita deve se intensificar ainda mais, podendo voltar a pres-

ionar o preço do produto, caso a demanda não melhore. Porém, essa previsão de queda nos preços se restringe à primeira quinzena do mês, pois a partir do dia 20 começam as exportações, fator fundamental para a normalização dos preços internos. Cerca de 50% a 60% da produção nacional é voltada ao mercado externo. Neste ano, a redução das despesas com a exportação (especificamente com frete) deve estimular as vendas externas. No mesmo período do ano passado, a alta do dólar também incentivou os exportadores, o que acabou resultando em pouca fruta no mercado interno e na conseqüente reação dos preços.

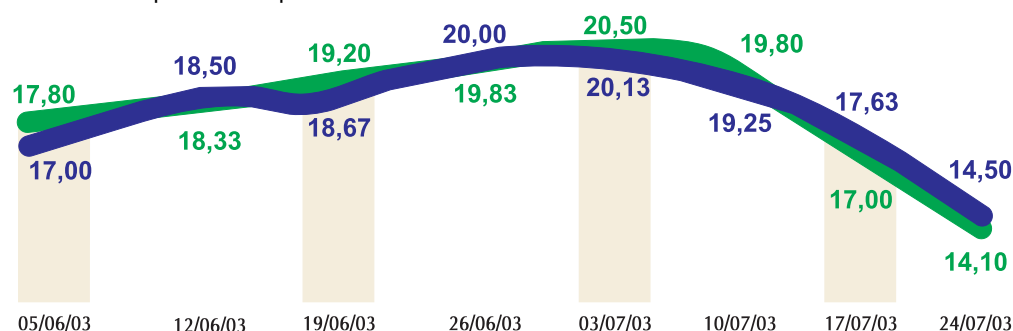
Exportação antecipada

Como previsto no mês passado, a forte onda de calor que atingiu a Europa neste verão aumentou o consumo de melão no continente, além de reduzir a oferta de fruta espanhola no mercado antes do previsto. Isso antecipou as exportações brasileiras, fazendo com que os produtores aproveitassem os navios que vêm da Argentina com citros para transportar o

melão para o mercado externo.

Fim da safra no Vale

No mês de agosto, termina a safra da região do Vale do São Francisco. Porém, existe uma minoria de produtores que, na expectativa de lucro, continua plantando e colhendo melão durante os primeiros meses do segundo semestre. O volume é muito reduzido (cerca de 10% da produção em período de safra) e o preço chega a ser R\$ 2,00 inferior ao valor registrado pela fruta de Mossoró (RN). Esses produtores investem para vender nas regiões próximas, chegando a obter bons preços. As vendas para o mercado de São Paulo, contudo, só se tornam viáveis durante o período de exportação, quando a produção das grandes empresas da região da Chapada do Apodi (RN) se volta para o mercado externo. Com isso, o volume da fruta remanescente no mercado interno diminui, garantindo a venda do melão amarelo do Vale. Outra opção de plantio para essa região no segundo semestre é o cultivo da cebola, que tem mercado garantido durante o ano todo.



Oferta aumenta e pressiona preços

Preço do melão amarelo tipo 6 nas regiões produtoras do Vale do São Francisco e Mossoró - R\$/cx 13 kg

Fonte: Cepea

Exportações animadas

A expectativa é de elevação dos embarques a partir de agosto

UE consome mais manga brasileira

O aumento da área plantada no Nordeste nos últimos anos e a elevada demanda européia impulsionaram as exportações brasileiras de manga no primeiro semestre deste ano. Segundo a Secex, o volume embarcado no período aumentou 214% e a receita, 230%, em relação ao primeiro semestre de 2002. Em números, o Nordeste exportou cerca de 24.500 toneladas nos primeiros seis meses de 2003, gerando US\$ 13,5 milhões ao País. O aumento do volume embarcado também elevou a receita dos produtores que direcionam sua produção para o mercado externo. Na média, o preço recebido pelo produtor pela manga tommy destinada à venda externa esteve 53% maior no período de janeiro a junho deste ano (média de R\$ 1,16/kg), que no mesmo semestre do ano

passado. O bom desempenho das exportações animou as expectativas para este segundo semestre, principal período de envio da manga brasileira para Europa (em 2002, apenas 12% do total embarcado para o bloco foi enviado no primeiro semestre). Apesar dos preços praticados em julho terem retraído em relação ao mês anterior, devido à maior oferta nacional, a tommy para exportação seguiu 9% mais valorizada frente a julho de 2002.

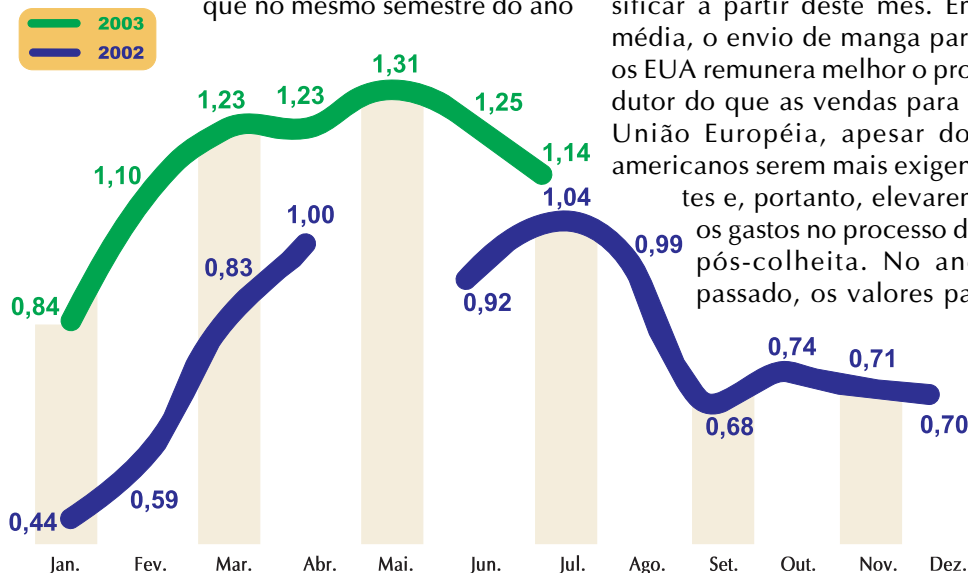
Manga brasileira nos EUA em julho

Mesmo com os problemas causados no atraso da indução floral, os produtores nordestinos se planejaram para entrar o mais cedo possível no mercado norte-americano. Os embarques da manga para os EUA começaram em julho, ainda que em pequenos volumes, devendo se intensificar a partir deste mês. Em média, o envio de manga para os EUA remunera melhor o produtor do que as vendas para a União Européia, apesar dos americanos serem mais exigentes e, portanto, elevarem os gastos no processo de pós-colheita. No ano passado, os valores pa-

gos pela tommy para os EUA estiveram em média 26% acima do recebido da União Européia. O Brasil tem oportunidade de enviar a fruta para o mercado norte-americano na janela do seu maior concorrente, o México, entre agosto e novembro. Neste ano, as importações norte-americanas da manga mexicana mantiveram-se praticamente estáveis em julho em comparação ao mesmo mês de 2002, mas a expectativa é que essa fruta praticamente saia do mercado com o fim da safra mexicana em agosto.

Não cabe manga no bolso do consumidor

O baixo poder aquisitivo do consumidor brasileiro foi o principal vilão da queda das vendas de manga no mês de julho. Nem mesmo as frutas que estiveram mais baratas apresentaram grandes saídas no mercado atacadista. O setor acredita que no final de agosto, a demanda pela manga aumente, em virtude de um acréscimo da oferta proveniente do Vale do São Francisco e de Livramento de Nossa Senhora do Brumado (BA), que deve reduzir os preços, tornando a fruta mais acessível ao consumidor. A volta às aulas e o clima mais quente também prometem ajudar nesse sentido. Apesar das fracas vendas em julho, os preços da tommy no atacado seguiram elevados, dada a pouca oferta e o encarecimento da fruta na roça com o início das exportações. No mês passado, a tommy foi cotada em média a R\$ 1,40/Kg no atacado de São Paulo, alta de 30% em relação julho de 2002.



Elevada demanda européia garante maior receita ao produtor

Valor médio mensal recebido pelo produtor pela tommy de Petrolina/Juazeiro/Livramento destinada à Europa - R\$/Kg

Fonte: Cepea

Seca na Itália anima exportadores

A expectativa é que os embarques nacionais batam novo recorde

Ânimo nas exportações

Em agosto, a oferta de uva nordestina deve apresentar um ligeiro aumento em relação a julho. Algumas parreiras que tiveram a maturação atrasada pelo frio foram colhidas tardiamente e essa produção deve ser ofertada no mercado interno neste mês. O clima vem colaborando para o desenvolvimento da fruta no Nordeste, mantendo boa a qualidade. Para a próxima janela de mercado (out/dez), as expectativas são animadoras. Segundo agentes, o volume embarcado deverá ser superior ao do ano passado, assim como ocorreu na primeira janela de exportação (abr/jun), quando foram exportados 28% a mais que em 2002 (Secex). A seca que atingiu a Itália, resultando numa quebra de aproximadamente 10% da produção daquele país (até o mês de julho, segundo fontes da Federação Italiana de Agricultores), será favorável aos exportadores brasileiros. O aumento significativo da oferta brasileira da uva sem semente, muito visada pelo mercado externo, também reforçará a rentabilidade dos produtores nacionais. A área plantada dessa variedade já é 50% maior em relação a 2002 e, caso o clima mantenha-se favorável à cultura, deve resultar numa boa lucratividade aos produtores/exportadores, já que o preço da uva sem semente é bem superior ao da uva com semente.

Jales intensifica colheita

A colheita de uva em Jales (SP), que começou no final de junho, deve ter seu pico em meados de agosto, aumentando a oferta in-

terna. Mesmo assim, o volume não deve ser grande, apenas suficiente para atender ao consumo. Os preços devem permanecer em patamares semelhantes aos de julho, o que é considerado positivo pelos produtores. Mesmo com a redução significativa da área de plantio neste ano, devido às erradicações de parreiras por parte de produtores desanimados com a cultura, acredita-se que o volume não diminua muito, pois os maiores produtores da região continuam no mercado. Há também a expectativa de novos plantios na região, o que retomaria a área plantada.



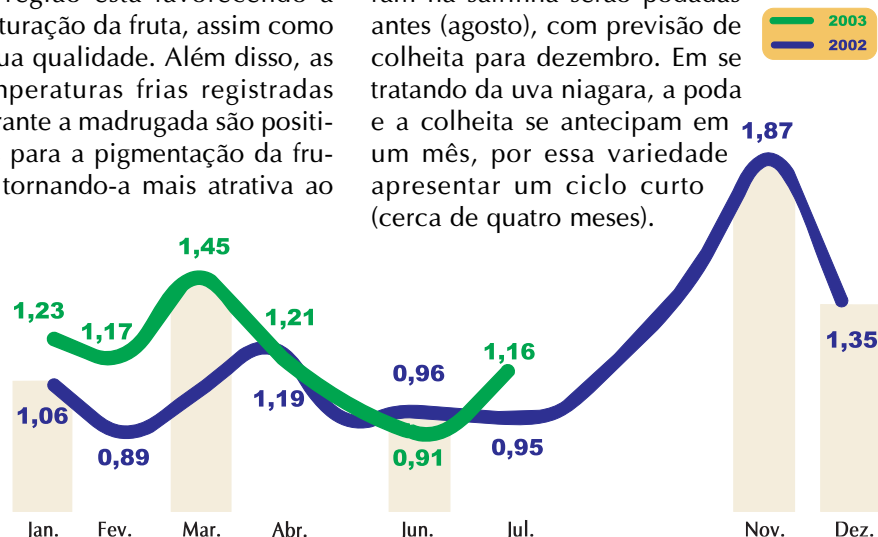
Clima favorece a produção em Pirapora

Assim como em Jales, o volume ofertado por Pirapora (MG) deve aumentar a partir de meados de agosto, quando praticamente todos os produtores começam a colher. O clima quente e seco da região está favorecendo a maturação da fruta, assim como a sua qualidade. Além disso, as temperaturas frias registradas durante a madrugada são positivas para a pigmentação da fruta, tornando-a mais atrativa ao

consumidor. A região, que vem aumentando a produção de uva de mesa, também está investindo em novas variedades. Além das uvas sem sementes, a niagara também pode ter um aumento em seu volume, o que pode se tornar um bom negócio para os produtores, já que nesta época (ago/out), é baixa a oferta de outras regiões. Dependendo da reação do mercado externo nos próximos meses, a partir de agosto, a região de Pirapora poderá exportar uva para alguns países do Mercosul.

Fim da safrinha em Porto Feliz

Os produtores de Porto Feliz (SP) devem encerrar a safrinha das uvas finas em agosto. Após um curto período de descanso (cerca de um mês), as parreiras devem ser podadas em setembro, visando a sua colheita em janeiro de 2004. As que não produziram na safrinha serão podadas antes (agosto), com previsão de colheita para dezembro. Em se tratando da uva niagara, a poda e a colheita se antecipam em um mês, por essa variedade apresentar um ciclo curto (cerca de quatro meses).



Redução da oferta impulsiona preço
Preços médios recebidos pelos produtores pela uva itália - R\$/kg

Fonte: Cepea

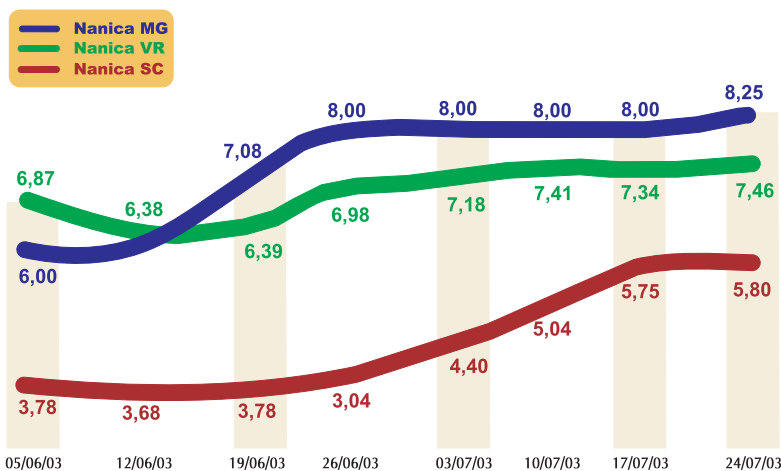
Oferta deve aumentar



As temperaturas mais altas prometem acelerar a colheita

Nanicas em alta

A oferta de nanica deste ano está muito inferior em comparação à do ano passado. As enchentes no Vale do Ribeira (SP) no início do ano e a forte estiagem que atingiu as lavouras paulistas e do norte catarinense nos meses de maio e junho prejudicaram a produção de nanica para o segundo semestre de 2003. Com isso, os preços dessa banana nessas regiões registraram forte reação neste ano. Em julho, a caixa de 22 kg da nanica catarinense esteve 103% mais valorizada que no mesmo período do ano passado e a caixa da nanica paulista, 107% mais alta. Contudo, a região que mais se beneficiou com a queda na produção nas demais praças produtoras foi o norte de Minas Gerais, onde a principal variedade cultivada é a prata. Em julho, a nanica mineira foi comercializada, em média, a R\$ 8,25/cx 22kg, um valor 163% maior que no mesmo mês do ano passado. Para agosto, a expectativa dos produtores catarinenses e paulistas é que a oferta de nanica aumente nes-



Nanica sobe em julho
Preços da banana nanica nas principais regiões produtoras - R\$/ cx 22 kg
Fonte: Cepea

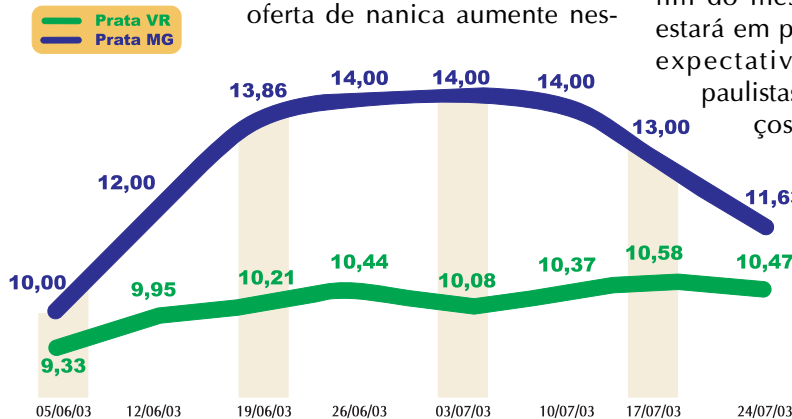
sas regiões, devido à provável elevação das temperaturas. Os bananicultores de São Paulo ainda se preocupam com a provável pressão nos preços que a oferta catarinense pode causar, caso as exportações não aumentem no estado sulista.

Maio oferta de prata no Vale do Ribeira

Em agosto, a oferta de banana prata deve aumentar no Vale do Ribeira (SP), principalmente no fim do mês, quando a região estará em plena safra. Assim, a expectativa dos produtores paulistas é de queda nos preços dessa banana, pois além da previsão de aumento da oferta local, o norte mineiro deve continuar com uma boa produção de prata nesse período. Além disso, as vendas de banana só costumam melhorar em se-

tembro, com a volta do calor, que aumenta o consumo geral de frutas. A prata do Vale encerrou o mês de julho sendo comercializada, em média, a R\$ 10,40/cx 20kg, um preço 80% maior que o praticado no mesmo período do ano passado.

Prata de MG no mercado Se as temperaturas subirem já em agosto, a oferta de prata no norte de Minas Gerais deve aumentar. Contudo, os produtores mineiros esperam que o consumo também volte a aquecer no período, estabilizando os preços dessa banana. Vale lembrar que neste período a prata mineira deve enfrentar a concorrência da paulista, cuja colheita tem início no final do mês, podendo pressionar os preços praticados no norte de Minas. Em julho, o preço da prata mineira esteve 64% maior que no mesmo mês de 2002, registrando queda nas últimas semanas do mês, em função do desaquecimento das vendas com a chegada das férias e do frio.



Prata mineira encerra julho em queda
Preço recebido pelo produtor no norte mineiro e no Vale do Ribeira - R\$/ cx 20 kg
Fonte: Cepea



Tahiti começa a reagir

Depois de um semestre de preços baixos, a reação aparece

Cai oferta de "limão"

A oferta de "limão" tahiti deve começar a reduzir a partir da segunda quinzena de agosto, voltando a aumentar somente a partir de outubro, nas principais regiões produtoras do estado de São Paulo (Itajobi, Jales, Taquaritinga, Mogi-Mirim e Monte Alto). Com isso, os preços do produto devem reagir, como historicamente ocorre. Em julho, o volume disponível de tahiti com qualidade ideal para mercado já estava reduzido, o que impulsionou a média mensal do produto para cerca de R\$ 6,90/cx 27 kg (colhido), alta de 82% em relação a junho. As vendas externas do produto apresentaram ritmo intenso no mês passado, embora muitos agentes reclamem do envio do "limão" sem padrão ideal de qualidade para o mercado europeu, principalmente. Em julho, o tahiti destinado à exportação, posto no barracão, registrou média mensal de R\$ 10,80/cx 27kg, alta de 29% em comparação a junho.

La Niña é incerta

Ainda não é possível confirmar a ocorrência do fenômeno La Niña no Brasil. Segundo informações do CPT/Inpe, o clima está em fase de transição. Os meteorologistas acreditam que o cenário deve estar mais claro em meados de agosto ou em setembro. De qualquer forma, eles explicam que a La Niña não interfere muito nos modelos climáticos do estado de São Paulo. "Talvez nas regiões mais próximas ao Paraná, pode haver redução do volume de chuva. As temperatu-

ras continuariam oscilando muito entre os dias e as noites", afirma um pesquisador do CPT. Para o setor citrícola, as atenções voltam-se ao comportamento do clima a partir de setembro, período da florada. O Instituto prefere revelar suas previsões meteorológicas para esse período somente em agosto, depois do fechamento desta edição. Os meteorologistas apenas comentam que pode ocorrer um adiantamento das precipitações para agosto, embora ainda seja cedo para qualquer avaliação. A Hortifrutti Brasil está acompanhando o trabalho do Inpe e deve divulgar as previsões na próxima edição.

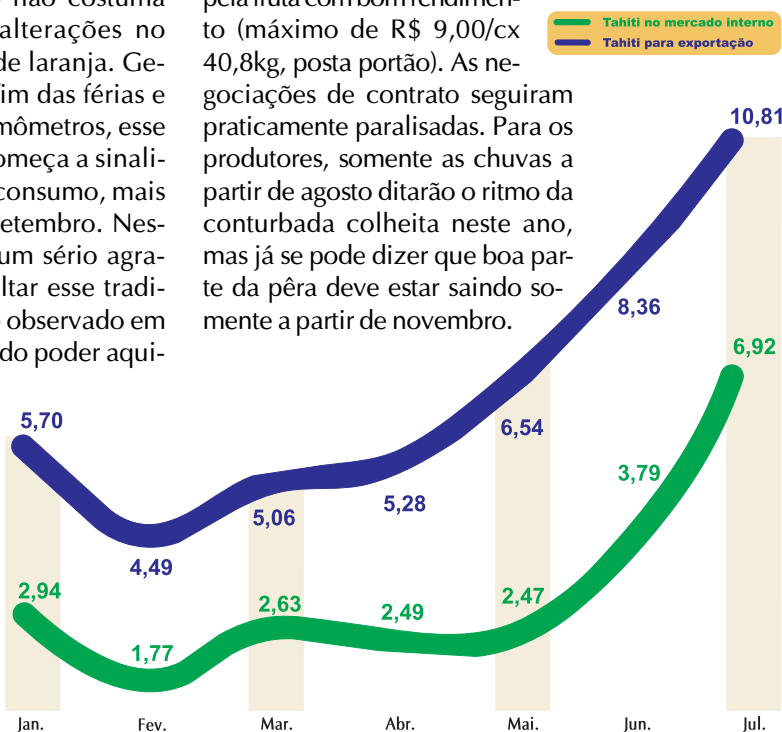
Laranja sem novidades

O mês de agosto não costuma marcar grandes alterações no mercado interno de laranja. Geralmente, com o fim das férias e a inversão dos termômetros, esse período apenas começa a sinalizar a melhora do consumo, mais clara a partir de setembro. Neste ano, contudo, um sério agravante pode dificultar esse tradicional movimento observado em agosto: a redução do poder aquisitivo do consumidor brasileiro. Desde do início de 2003, a dificuldade para se vender no mercado interno, bem como a cotação do dólar em níveis mais baixos e a alta dos preços dos insumos têm pressionado a rentabilidade do ci-

tricultor paulista, considerando que os preços da fruta estão em níveis satisfatórios.

Pouca movimentação industrial

As atividades do setor industrial também devem continuar lentas em agosto, já que a oferta de fruta ideal para a produção de suco promete continuar baixa. Segundo agentes, o rendimento da fruta caiu mais do que o esperado neste ano. Grande parte da pêra da segunda florada ainda tinha tamanho reduzido em julho, o que dificultou a entrega no portão da indústria ou a colheita da fruta contratada pelas fábricas no mês passado. Algumas empresas, inclusive, tiveram que oferecer melhores preços pela fruta com bom rendimento (máximo de R\$ 9,00/cx 40,8kg, posta portão). As negociações de contrato seguiram praticamente paralisadas. Para os produtores, somente as chuvas a partir de agosto ditarão o ritmo da conturbada colheita neste ano, mas já se pode dizer que boa parte da pêra deve estar saindo somente a partir de novembro.



Cai oferta e tahiti começa a reagir

Preços médios recebidos pelos produtores pelo "limão" tahiti colhido na roça e pelo tahiti destinado à exportação, posto barracão - R\$/cx 27kg

Fonte: Cepea



Em 1919 se inaugurava a Associação dos Japoneses, de onde se irradiaria, para o futuro, todo o sistema cultural e educacional da CAC

Por Mauro Osaki*

Quando se fala de cooperativas agrícolas, não podemos esquecer da Cooperativa Agrícola de Cotia (CAC), fundada na década de 30. Ela contribuiu muito no desenvolvimento agrícola do Brasil, introduzindo novas culturas e técnicas de produção de diversos produtos, como batata, cebola, tomate, uva, manga, melão, mamão, folhosas, alho, maçã, cenoura e outros.

Esses hortícolas foram se disseminando pelo território brasileiro graças à pesquisa da CAC, em parceria com outras instituições. O projeto de assentamento rural implementado pela Cooperativa também contribuiu para isso. A disseminação do plantio de frutíferas foi o que teve maior repercussão. Quem imaginava produzir fruta no sertão mineiro e nordestino na década de 70?

Na região de Pirapora, em Minas Gerais, a CAC introduziu o melão, o mamão havaí, a uva Itália e a manga. Na região do Vale do São Francisco, deu-se a quebra da monocultura da cebola com a introdução do melão no Projeto Curaçá, um estudo sobre o potencial agrônomo da cultura. A fruta começou a ser produzida em larga escala e com ótima qualidade na região, passando a ser comercializada no mercado de São Paulo, reduzindo, assim, a dependência do produto importado. Mais tarde, foram introduzidas também a uva Itália e a manga no Vale.



Exportação de uva Itália para a Europa



Plantação no cerrado na década de 70

Atualmente, Pirapora e o Vale do São Francisco representam as principais regiões produtoras de uva Itália e manga para exportação – são, inclusive, frutas muitos bem aceitas no mercado internacional.

Na mesma década, o mamão havaí (papaya) foi introduzido do Pará, na região de Teixeira de Freitas, revelando-se um produto muito valioso para a economia local. Não demorou a ser expandido por toda a região. Junto ao aumento da produção de mamão no sul da Bahia, esse fator ajudou a reduzir a dependência do fruto importado e, com a consequente queda dos preços, deu-se a popularização do fruto na alimentação do brasileiro.

A maçã foi outro produto introduzido pela CAC. Dessa vez, na serra catarinense (região de São Joaquim), com auxílio de um pesquisador japonês no desenvolvimento técnico. Após alguns anos de pesquisa, a região começou a colher os primeiros frutos, que rapidamente foram difundidos na região, tornando o estado de Santa Catarina o principal produtor de maçã no Brasil. O crescimento da produção dessa fruta também permitiu a redução da importação, sobretudo do produto argentino.

Nas culturas de batata e tomate, pode-se dizer que grande parte da atual técnica de produção utilizada pelos produtores foi desenvolvida pela CAC. Para a cultura da cebola, diferentemente, desenvolveram-se técnicas regionais. Para essas hortaliças, não foram realizados grandes projetos de assentamento, com exceção da batata.

A produção de batata-semente nacional foi introduzida nas regiões de Canoinhas (SC), Palmas (PR), Brasília (DF) e Cristalina (GO), substituindo boa parte

da importação de semente da Argentina e da Europa. Já a produção de batata “in natura” concentrava-se no sudoeste paulista (Mogi das Cruzes e Bragança Paulista) até a década de 70, quando se implantou um projeto para produção de batata na região de Guarapuava (PR), que se destacou como uma das principais produtoras do estado paranaense, mais uma vez graças às atividades da CAC.

A Cooperativa Agrícola de Cotia concentrava a comercialização de grande parte dos hortícolas produzida no Brasil, tornando-se referência de preços no mercado. Além disso, a seleção e padronização dos hortícolas também foram desenvolvidas pela CAC, em parceria com o Ministério da Agricultura e as ceasas do país.

A CAC e a Embrapa desenvolveram ainda cultivares de soja, milho e café adaptados ao cerrado, iniciando o desenvolvimento da produção dessas culturas. Atualmente, a região destaca-se como grande produtora mundial de grãos.

Em 1988, a CAC possuiu 16.309 cooperados, 89 unidades regionais, 39 postos de vendas e entreposto, 25 estações experimentais e 10.796 funcionários.

As crises econômicas desgastaram o desempenho financeiro da instituição na década de 80, principalmente com a alta taxa de inflação registrada com vários planos econômicos fracassados, fazendo com que a dívida aumentasse a cada mês. No início dos anos 90, o confisco financeiro e o descontrole da inflação agravaram a crise da CAC.

O Brasil deixa de ter uma cooperativa de grande importância econômica no setor do agronegócio quando a CAC decreta concordata em 1993. ■

*Mauro é Eng. Agrônomo, mestrando em economia da Esalq e filho de um ex-cooperado da CAC.

Por que a

CAC

Após dez anos sem a Cooperativa Agrícola Cotia (CAC), a Hortifruti Brasil uniu depoimentos de produtores e funcionários para tentar responder porque a CAC fechou.



foi extinta?

Depoimentos

Perdeu-se o espírito cooperativista

Nos 64 anos da existência da CAC, enfrentamos momentos políticos e econômicos difíceis. Muitos deles foram contornados. Mas, a partir da década de 80 a situação ficou difícil e nos anos 90, tornou-se insustentável devido aos sucessivos fracassos dos planos econômicos, fazendo com que muitas empresas fechassem as portas, inclusive a maior cooperativa agrícola do Brasil no ano de 1993.

A criação da CAC surgiu depois de muita discussão entre os produtores de batata de Cotia (SP). A fundação ocorreu depois que um jovem produtor rural estudou sobre cooperativismo no Japão e mais tarde colocou em prática seus ideais juntos com outros 82 lavradores.

Quando os produtores se uniram para formar essa Cooperativa, o espírito de cooperativismo era presente em todos os cooperados, predominando por muito tempo na CAC, enquanto os fundadores estavam na administração. Contudo, esse cooperativismo foi sendo esquecido com a mudança de geração de cooperados: filhos que pensavam diferente dos fundadores.

Os fatos que chegaram aos cooperados para que eles **extinguissem a CAC** foram:

- Passar a direção administrativa da CAC para funcionários de alto escalão, pois muitos não tinham vínculos com o campo e, se fossem demitidos,

não retornariam para suas lavouras;

- Quando a CAC encontrava-se entre as 30 maiores empresas do Brasil, os diretores recebiam salários semelhantes dos executivos das multinacionais. Isso certamente não ocorreria se fosse administrada pelos próprios produtores;

- Os cooperados estavam procurando vantagens somente para eles e não para a Cooperativa;

- A administração das cooperativas regionais deveria ser independente e não centralizada, pois isso prejudicava o desempenho das regionais com saldo positivo;

- Abertura de novas fronteiras agrícolas como no cerrado numa época em que a economia encontrava-se totalmente descontrolada;

- Diferenciar preço de insumos entre grande e pequenos produtores.

Encontrar uma razão para explicar “por que a CAC deixou de existir?” é

complicado mesmo depois de dez anos de sua extinção. Existem muitas versões que tentam explicar o erro, mas nada disso pode fazer surgir uma nova CAC capaz de agregar tanto produto em uma só cooperativa.

O erro da CAC não foi somente administrativo,

mas sim do próprio cooperado, pois se não tivesse perdido o espírito cooperativista, na sua essência, a CAC não seria extinta.

A CAC não existe, mas as regionais estão caminhando “com seus próprios pés”, desenvolvendo e revolucionando silenciosamente o setor agrícola no Brasil. ■

“Se a ganância do homem não predominasse no seu comportamento, a CAC teria sucesso na sua essência”.

O que temos e fazemos hoje é fruto da CAC

“Nunca ninguém imaginava que iria acontecer o que aconteceu. Será que poderíamos salvá-la? Talvez se fôssemos jovens como aqueles que fundaram a CAC?”,

Marina Suhara trabalhou na área social da CAC. Seu espírito cooperativista não se extinguiu com ela e acabou rendendo novos frutos: a única associação de senhoras do setor rural do Brasil, a ADESC.

O que era um grande orgulho havia virado um pesadelo...

Orgulho de fazer parte da maior cooperativa da América Latina e pesadelo, pois essa grande cooperativa estava desmoronando. Pressentíamos que estava acontecendo alguma coisa, porém, jamais imaginávamos que ela estivesse tão “doente”, em estado terminal.

Éramos aproximadamente dez mil funcionários e fazíamos parte da equipe de Orientação Rural, setor encarregado em dar assistência técnica às famílias, principalmente às esposas e aos filhos dos associados, organizados em Departamentos de Senhoras e Jovens, num total aproximado de 2.500 senhoras e 2.000 jovens, em vários estados do Brasil. Tínhamos como objetivo principal a integração da família no movimento cooperativista, além de preparar jovens para suceder a Cooperativa, isto é: formar ótimos e conscientes cooperados da Cooperativa Agrícola de Cotia.

Alguns jovens já participavam como

membros do Conselho Administrativo Regional e outros na Diretoria das Cooperativas Regionais - eram as nossas realizações...

Como extensionistas rurais, ou melhor, com educadores, o pouco resultado era nosso grande orgulho.

A Cooperativa Agrícola de Cotia deixou de existir e até hoje todos questionam a razão: Por que não deu certo? Creio que houve vários fatores: o crescimento excessivo da Cooperativa e sua maneira de administrar; o grande número de cooperados, mas poucos com o verdadeiro espírito cooperativista, mesmo os próprios membros da diretoria; o desinteresse pela organização; a situação econômica e financeira do Brasil na época; a falta de verdadeiros líderes no comando da Cooperativa. Resumindo: foi o resultado de vários fatores.

Acredito que as coisas não acontecem por caso. A Cooperativa não tombou por acaso, ela deixou de existir, pois talvez não houvesse mais a necessidade de existir uma organização tão grande e também porque os próprios cooperados queriam apenas se aproveitar dela. Coitada, a CAC estava cansada...



Reunião num Departamento de Senhoras da CAC.

Hoje, passados quase dez anos, nas regiões onde alguns agricultores conseguiram se organizar, temos uma Cooperativa consciente,

verdadeiros cooperados com espírito cooperativista, pois eles sentiram a necessidade de se formar novamente, fazer parte de uma organização e se unir.

O que aconteceu com as senhoras foi exatamente isso. Não existia mais a CAC para dar assistência, subsídios para atividades e principalmente o local para as reuniões. O que vamos fazer? Não queríamos terminar assim, pois eram 30 anos de trabalho, de relacionamento e de amizade....E agora, Maria? O que vamos fazer? Foram os questionamentos... E a resposta foi unânime: vamos continuar. Mas como, onde?!

Foi o momento de mostrar a força feminina. Fomos à luta! Porém, no início nada foi fácil. Não tínhamos mesa, cadeira, armários ou computador. O que tínhamos era apenas um amontoado de papéis, a nossa experiência e, acima de tudo, a vontade de vencer e de sobreviver de alguma forma.

E sobrevivemos. Hoje temos orgulho da nossa associação, a ADESC (Associação Cultural dos Departamentos de Senhoras Cooperativistas). Não somos mais 2.500 e sim apenas 267 senhoras, nos estados de São Paulo, Sul de Minas e Bahia, mas com certeza, com a mesma força das 2.500, ou talvez com muito mais...

Realizamos várias atividades, como feiras de produtos caseiros (doces, salgados, artesanatos, conservas diversas) em vários locais; enviamos artesanatos (panos de prato para Japão); realizamos visitas técnicas, intercâmbios regionais, estaduais e in-

ternacionais; coordenamos o envio de desenhos infantis para o Japão; encontros; palestras; trabalhos sociais e culturais (com crianças carentes e idosos). Enfim, talvez somos a única Associação de senhoras rurícolas registradas no Estado de São Paulo.

A lição que recebemos da CAC foi ótima e ainda nos deixou muitas tarefas que deverão ser executadas com muito carinho e afincado. Sabemos que os erros cometidos não devem ser repetidos no presente e no futuro. Estamos conscientes, estamos cautelosas, estamos quebrando barreiras, os preconceitos, e estamos vencendo e podemos dizer com toda convicção: VALEU COOPERATIVA AGRÍCOLA DE COTIA !!! Que descanse em paz... ■

A CAC sobreviveu enquanto existiu cooperação

A Cotia deu muito certo, sim, pois no Brasil a média de vida das grandes empresas é de 47 anos. A CAC passou dos 67 anos de existência e deixou um legado de espírito cooperativista em muitos recantos do Brasil. A expressão Kyozon Kyoei (prosperidade mútua através da coexistência), que estava escrita no auditório da sede



Sr. Tetsuo Nohara trabalhou 21 anos na CAC, ocupando diversos cargos técnicos e administrativos.

Melhore sua produção com Adubação Verde

"A forma mais eficiente e econômica de recuperar, manter e melhorar a capacidade produtiva do solo"

Protege, nutre e orienta e acompanha até a colheita de sementes de recuperação de solos.

PIRAÍ sementes

Fone: (19) 3424-2922 - Fax: (19) 3424-1565
E-mail: sementes@pirai.com.br - www.pirai.com.br
Av. Cássio Paschoal Padovani, 333 - Cep 13420-015 - Piracicaba-SP

da CAC, no bairro do Jaguaré, é praticada por muitos ex-associados e ex-funcionários em várias partes do país. As pessoas aprenderam dentro da CAC que a cooperação é a capacidade que quase todos os seres humanos têm de confiar no próximo e construir juntos a prosperidade mútua. A Cotia foi isso. Sua história mostrou que a construção coletiva precisa passar por um compromisso verdadeiro de todos os participantes.

Em 1925, muitos plantadores de batata da Cotia, após viajarem a noite toda, chegavam à beira do Rio Pinheiros carregados de sacos de batata nos lombos dos burros. Sofriam boicote dos compradores, que os deixavam o dia todo na espera de algum comerciante. Somente ao anoitecer, quando os produtores precisavam regressar a Cotia, apareciam os compradores para arrematar as batatas por preços vergonhosos. Crescia a angústia dos produtores. Em reuniões, manifestavam que era preciso fazer algo, pois preparavam o solo, semeavam, cuidavam, colhiam, ensacavam e, depois de tanto trabalho, na hora de realizar a venda, caíam nas mãos de pessoas inescrupulosas, que lhes tiravam a possibilidade de sucesso.

Era necessário lidar com um objetivo óbvio: comercializar diretamente os seus produtos para os consumidores. Foram necessários dois anos para que houvesse um comprometimento de todos para a constituição da Cooperativa. Vinte e quatro meses para que todos os 83 fundadores tivessem o com-

promisso de participar conscientemente da sua construção. Kenkiti Simomoto, considerado líder fundador, não passou os dois anos convencendo os participantes da necessidade da criação da Cooperativa, mas consolidando os compromissos dos participantes.

Quando a Cooperativa foi aberta para a venda das batatas, os compradores fizeram um boicote através da imprensa, dizendo que a raça amarela queria dominar o comércio e que ninguém comprasse as batatas da Cooperativa. O boicote funcionou. Mas os associados estavam unidos. Em vez de procurar o bode expiatório, buscaram soluções. Levaram os produtos para o Rio de Janeiro, Santos e outros centros consumidores. Os comerciantes de São Paulo tiveram que comprar na Cooperativa.

Passados alguns anos, um funcionário furtou todas as economias da Cooperativa e desapareceu. Mais uma vez os associados venderam seus bens para salvar a Cooperativa, dando continuidade à mesma.

O sucesso da Cooperativa estava no conceito atual de capital social, isto é, confiança entre os associados, civismo, no sentido de pagar todos os tributos e ser exemplo de cidadania e de trabalho em grupo. Tal atitude atraiu, com o passar do tempo, muitos outros grupos de associados.

Para os que se interessam em saber porque a Cotia deixou de existir como uma Cooperativa Central, folheiem a

obra "O Caso Cotia: Ascensão, Queda e Esperança". O autor, Jacques Marcovitch, é professor titular da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. Esse estudo de caso foi elaborado pela equipe do PENSA, tendo como referência o Seminário Internacional

"A Cotia deu muito certo, sim, pois no Brasil a média de vida das grandes empresas é de 47 anos"

1996 – Gerenciamento de Conflitos nos Sistemas Agroindustriais.

Existem vários exemplos de reorganização de cooperativas ou associações com ex-associados e

ex-funcionários da CAC-CC, que aperfeiçoaram os ensinamentos, conhecimentos e entendimentos herdados. Um caso concreto é a Cooperativa Integrada do Paraná. Na revista EXAME especial de julho/2003 (As Maiores Empresas do Brasil), na página 218 (As melhores) a Cooperativa Integrada aparece num honroso sétimo lugar, numa classificação que conta com a Petrobrás Distribuidora em primeiro.

Este é um pequeno testemunho de um ex-funcionário que teve a oportunidade de trabalhar e aprender durante 21 anos na CAC-CC, tendo ocupado os seguintes cargos: Assistente Técnico, Chefe de Orientação Rural, Gerente de Departamento Regional Oeste de São Paulo e Sul de Mato Grosso, Gerente de Recursos Humanos, Gerente Geral da Região Norte do Paraná e Gerente de Extensão Rural. ■

AMINO-PLUS AJIFOL

A certeza de um bom negócio



AJINOMOTO
INTERAMERICANA



ALTERNATIVA
AGRÍCOLA

E-mail: info@alternativaagricola.com.br
Site: www.alternativaagricola.com.br
Fone: (71) 3886-7180

Tecnologia na busca pela excelência.

maxxyma

H/F

É BASF

F 500

Cabrio® Top

Cantus®

Forum® Plus

Polyram® DF

Acrobat® Mz

Collis®

Em breve, a BASF colocará à disposição do segmento Horti&Fruti a sua linha de fungicidas de última geração.

Para maiores informações, consulte o Agrônomo ou Distribuidor da BASF mais próximos de você.

Os produtos Cantus, Collis e Acrobat Mz encontram-se em fase final de obtenção de registro. Portanto, suas citações não devem ser consideradas como recomendação de uso.

atenção
Esses produtos são perigosos 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 Especialista em Agrônomo
Venda sob responsabilidade do agrônomo
ANEE
PRATIQUE O MANEJO INTEGRADO



Estr. Samuel Aizemberg, 1707
Bloco C Térreo - 09851-550
S. B. do Campo - SP
agro@basf-sa.com.br
www.basf.com.br

BASF