

# Hortifruti Brasil

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP  
Ano 11 - Nº 120 - Jan/Fev de 2013 - ISSN 1981-1837



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA  
VENDA PROIBIDA

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



## PEQUENAS, SÓ NO TAMANHO!

O potencial do mercado de  
mini e baby hortaliças é gigante!



## DUPONT PROGRAMA TOMATE. PREVENIR É ALIMENTAR MAIS.

**DuPont<sup>™</sup>  
Equation<sup>®</sup>**  
fungicida

**DuPont<sup>™</sup>  
Curzate<sup>®</sup> BR**  
fungicida

**DuPont<sup>™</sup>  
Midas<sup>®</sup> BR**  
fungicida

**DuPont<sup>™</sup>  
Kocide<sup>®</sup> WDG**  
fungicida

**Manzate® WG**  
fungicida

**DuPont®  
Rumo® WG**  
inseticida

**DuPont®  
Premio®**  
inseticida

**DuPont®  
Lannate® BR**  
inseticida



Juntos, podemos alimentar o mundo. A DuPont acredita que as respostas para os maiores desafios enfrentados pela humanidade podem ser encontradas através do trabalho em conjunto com universidades, governos, empresas e organizações. Assim, podemos levar ao campo produtos que ajudam no incremento da produtividade, suprimindo as necessidades de uma população que não para de crescer.

**ATENÇÃO:** Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. **CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO, VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO.** Produto de uso agrícola. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos do produto. Manzate® WG é produzido pela United Phosphorus Limited e distribuído pela DuPont do Brasil S.A. Copyright © 2012 - DuPont. Todos os direitos reservados. A marca DuPont®, o logotipo Oval DuPont®, Equatum®, Curzate®, Mida®, Kocide®, Premio®, Lannate® e Rumo® são marcas registradas da E.I. du Pont de Nemours and Company e/ou suas afiliadas. \*Kocide® WDG: marca registrada no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) como Kocide® WDG Bioactive.



Para mais informações:

**TeleDuPont**   
0800 707 55 17 Agrícola  
[www.dupontagricola.com.br](http://www.dupontagricola.com.br)

# UM POTENCIAL GIGANTE PARA HORTIFRUTIS EM MINIATURA



Stephanie Campoli (esq.), Renata Pozelli e Marcella Ventura são as autoras da *Matéria de Capa* desta edição.

A primeira edição de 2013 da **Hortifruti Brasil** dá destaque a um segmento “especialidade” da hortifruticultura: os miniaturizados. Agentes do setor estimam que o consumo médio dos vegetais em miniatura está crescendo no País a taxas médias anuais entre 15% e 20%. O grande diferencial é que esses produtos reúnem os principais requisitos buscados pelos consumidores mais exigentes. Têm apelo saudável e se diferenciam pelo visual e facilidade de consumo. Além disso, costumam ser mais saborosos, características que os

tornam “queridinhos” na alta gastronomia.

Apesar do grande potencial de crescimento, há muitos desafios a serem superados nesse mercado. Dentre os principais, estão o de tornar seus preços mais acessíveis facilitar o canal de comercialização entre o produtor e o consumidor e o de melhorar o manejo nas propriedades. As miniaturas demandam mão de obra mais intensiva – em geral, precisam ser plantadas em cultivo pro-

tegido –, requerem a colheita em período específico (especialmente as “baby”) e costumam ser mais suscetíveis a danos no transporte a longa distância.

Segundo os professores Fernando Sala e Cyro Paulino de Costa, pesquisadores de melhoramento genético de folhosas da Universidade Federal de São Carlos (Ufscar/Araras), um dos grandes desafios para a expansão desse mercado é a falta de cultivares adaptadas ao clima brasileiro. E esse é justamente um dos eixos das pesquisas que desenvolvem.

Apesar das barreiras a serem superadas, um dos produtores mais tradicionais de hortaliças em miniatura incentiva a sua produção. Esse empreendedor é Jorge Morikawa, um dos entrevistados da seção *Fórum* desta edição (veja na página 40). Ele ressalta que a grande vantagem é o preço, que chega a ser 100% superior ao do produto convencional e se mantém estável praticamente durante o ano todo. Apesar de o custo de produção ser maior, ele acredita que o plantio mais adensado do que o usado para variedades tradicionais otimiza o manejo e acaba compensado.

Outro entrevistado desta edição, Renato Luiz Generoso, do Grupo Pão de Açúcar, destaca as crianças como um dos públicos potenciais. Segundo ele, nos Estados Unidos, o mercado de produtos “baby”/mini com itens voltados às crianças já é bem maduro, aproveitando-se do apelo de embalagens com personagens infantis. Além de uma oportunidade presente, incentivar o consumo de frutas e hortaliças já na infância é um investimento de longo prazo para o setor.



Surpreendente

Lançamento  
**Colossus**

Tomate Híbrido F1

**FELTRIN**  
SEMENTES

Uma  
empresa  
voltada para o  
futuro

www.sementesfeltrin.com.br | (54) 2109.4400



Cebolas



### Akamaru

- » Produtividade e uniformidade
- » Tolerância ao adensamento
- » Bulbos com excelente coloração e formato redondo

Cebolas



### Shinju

- » Produtividade e uniformidade
- » Tolerância ao adensamento
- » Resistente a Raiz Rosada e Podridão Basal

Cebolas



### Imperatriz

- » Melhor qualidade de bulbos
- » Estalo uniforme e precoce
- » Resistente à Raiz Rosada



## OPINIÃO



### Qual seu planejamento para 2013?

Devemos pensar sempre que será um ano bom. É preciso educação do povo para se consumir mais, dar mais valor a quem produz e garantir este segmento para o futuro. Mas o agricultor também precisa fazer sua parte e se atualizar, já que há muita tecnologia nova disponível por aí.

**Renato A. Vedoato – Limeira/SP**

Em minha região, houve um pequeno crescimento na área dos orgânicos, contudo, o cultivo tradicional ainda é forte. Com o investimento em pesquisas e com o desenvolvimento de novos ingredientes ativos, acredito em inovações no decorrer deste ano, com reflexos positivos para os anos vindouros.

**Fernando Medeiros – Petrolina/PE**

## CAPA 8



Os vegetais mini e "baby" ainda têm um espaço restrito nos lares brasileiros, mas vem conquistando cada vez mais o consumidor. Conheça mais sobre esses produtos na Matéria de Capa desta edição.

**Foto da capa:** A foto do viveiro foi enviada pelo leitor Janilson, de São José de Ubá (RJ).

## FÓRUM 42

Os entrevistados do Fórum contam suas experiências no cultivo e no mercado de vegetais em miniatura, e estão otimistas com um futuro bastante promissor desses produtos no Brasil.

## SEÇÕES

TOMATE		24
CENOURA		26
CEBOLA		28
FOLHOSAS		29
BATATA		30
MELÃO		32
CITROS		33
MAMÃO		34
UVA		35
BANANA		36
MAÇÃ		38
MANGA		39

## 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, Mayra Monteiro Viana, Renata Pozelli Sabio e Letícia Julião

**Editora Executiva:** Daiana Braga  
MTb: 50.081

**Diretora Financeira:** Margarete Boteon

**Jornalista Responsável:** Ana Paula da Silva  
MTb: 27.368

**Revisão:** Alessandra da Paz, Daiana Braga e Flávia Gutierrez

**Equipe Técnica:** Amanda Jéssica da Silva, Amanda Rodrigues da Silva, Ana Beatriz Fernandes Barboza, Fabrício Quinalia Zagati, Flávia Noronha do Nascimento, Fernanda Geraldini Gomes, Gabriela Mattos de Souza, Guilherme Ramalho dos Santos, Henrique dos Santos Scatena, Isadora do Nascimento Palhares, João Gabriel Ruffo Dumbra, Karina Yukie Shinoda, Marcella Benetti Ventura, Margarete Boteon, Marta Berto Campos, Mayra Monteiro Viana, Renata Pozelli Sabio, Rodrigo Moreira Ramos.

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

**Diagramação Eletrônica/Arte:** ênfase - assessoria & comunicação  
19 3524-7820

**Impressão:** E-Color Gráfica  
19 3305-6526

**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.



### HORTIFRUTI BRASIL NA INTERNET

Acesse a versão on-line da Hortifruti Brasil no site: [www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil)

Entre também no blog e no twitter:

[www.hortifrutibrasil.blogspot.com](http://www.hortifrutibrasil.blogspot.com)

[www.twitter.com/hfbrasil](http://www.twitter.com/hfbrasil)

Tive saldo negativo em 2012 e, por isso, terei de reduzir meus custos em 2013. No entanto, acredito muito em tomate e deverei plantar um pouco deste fruto, mas também um pouco de pimentão, pepino e goiaba. Acho que 2013 será um ano complicado para os produtores de tomate do Nordeste, uma vez que ainda não houve a recuperação do nível das águas para o plantio.

#### **Daltro José – Itabaiana/SE**

Vou manter minha área como está, por enquanto. Concordo com as informações do Anuário 2012-2013 sobre cebola e manga, culturas que produzo. Acredito que esses dois produtos terão bom desempenho neste ano.

#### **Aparicio Garbin Filho – Monte Alto/SP**

Aqui no Mato Grosso o mercado ainda não se consolidou, mas o cultivo de hortifrutícolas é uma tendência que está em crescimento. Os custos são altos, falta conhecimento técnico, há baixa competitividade com produtos vindos de outras regiões, principalmente de São Paulo. Mas estou otimista no crescimento da hortifruticultura no Mato Grosso.

#### **Thamaturgo Guimarães Castro Jr – Sinop/MT**

Nos próximos anos, pode ocorrer diminuição significativa na produção de frutas e hortaliças, pois com fatores como clima, doenças, pragas e oscilação de preços, produtores levam tempo para estabelecer a produtividade. O ano de 2013 vai ser melhor para aqueles produtores que não sofreram muito com esses fatores adversos de produção. Como sugestão, gostaria de ler na revista matérias sobre de custo de produção de mamão e banana aqui do Nordeste, como vocês já fazem para batata e tomate, por exemplo, e também de ler entrevistas com engenheiros agrônomos de todo o País.

#### **Simplício Lyra – Goianinha/RN**

Estou iniciando a colheita de tomate e maçã e, até o momento, tudo está caminhando bem. Minha única preocupação é com o clima, como a ocorrência de granizos.

#### **Laércio Barivieira – Tangará/SC**

A revista **Hortifruti Brasil** tem contribuído para os

produtores do Vale do São Francisco. Acredito que daqui para frente haverá um potencial produtivo mais elevado, combinado a uma melhor qualidade.

#### **José Jorge Rodrigues dos Reis – Petrolina/PE**

Se considerarmos os preços das folhosas, 2012 foi um bom ano. No segundo semestre de 2013, devo investir em hidroponia para rúcula e agrião e também no cultivo de rabanete embaixo de telado, visando a colheita na primavera/verão de 2013. Sobre as edições, as informações publicadas na **Hortifruti Brasil** poderiam abranger mais o território nacional, não apenas a ceasa de São Paulo, mas também Goiás, Distrito Federal, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, e outros.

#### **William José Mastro Jr – Pedregulho/SP**

Estou arrancando áreas de manga para investir em cebola e mamão, pois acredito que será um ano melhor. Para que os dados publicados na revista sejam mais contundentes, devem ser feitas pesquisas e levantamentos locais a fim de se saber realmente como anda cada região e seus plantios, bem como as novidades tecnológicas que são utilizadas para diminuir o custo de produção e melhorias na qualidade. Outra sugestão seria introduzir análise de mercado sobre a cultura da melancia na revista.

#### **Cipriano de Sá – Cabrobó/PE**

Estou iniciando a colheita de tomate e maçã e, até o momento, tudo está caminhando bem. Minha única preocupação é com o clima, como a ocorrência de granizos.

#### **Laércio Barivieira – Tangará/SC**

A revista **Hortifruti Brasil** tem contribuído para os produtores do Vale do São Francisco. Acredito que daqui para a frente haverá um potencial produtivo mais elevado, combinado a uma melhor qualidade.

#### **José Jorge Rodrigues dos Reis – Petrolina/PE**

Neste ano, pretendo focar mais na produção de cebola, tomate e repolho. Vou aumentar a área em cebola com o intuito de aumentar a média por hectare de quilos colhidos, para, assim, diluir meus custos.

#### **Jan Júnior Daniel – São Lourenço do Oeste/SC**

### **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](mailto:hfcepea@usp.br)

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

# MINI E “BABY” FRUTAS E HORTALIÇAS



*Pequenas, só no tamanho!  
O potencial do mercado de mini  
e baby hortaliças é gigante!*

Apesar do tamanho reduzido dos hortifrutícolas miniaturizados, o potencial de mercado desses produtos é gigante! Apresentam como diferenciais em comparação às suas versões de tamanho original, além do menor porte, maior facilidade de preparo, proporcionam aspecto moderno aos pratos, além do que muitos deles são mais saborosos, tornando-se mais atrativos tanto visualmente quanto pelo paladar.

As frutas e hortaliças em miniatura fazem parte de um segmento chamado de “especialidades”, que inclui também produtos como os vegetais étnicos, orgânicos e, ainda, aqueles que possuem cores e formatos variados. Apesar de diferentes entre si, as especialidades têm em comum preços mais altos de venda em comparação com suas versões tradicionais, ampliando a margem de lucro do produtor. Além disso, são menos susceptíveis a oscilações de preços que as variedades tradicionais.

O grupo das frutas e hortaliças em miniatura está dividido, basicamente, em mini e “baby”. Os vegetais mini e “baby” distinguem-se dos de tamanho normal basicamente por serem bem menores. Já entre os mini e os “baby”, ao contrário do que muitos pensam, existe uma diferença fundamental:

**Mini:** Sua produção ocorre pelo plantio de sementes que passaram por melhoramento genético, como os minitomates e as miniabóboras. Também são considerados mini os hortícolas submetidos a processamento mínimo que mantém seus formatos originais, mas os reduzem de tamanho, como as minicenouras.

**Baby:** Obtido por meio da colheita antecipada do produto de tamanho tradicional, como os minimilhos e as alfaces *baby leaf*.

Os produtos mais conhecidos desses segmentos no Brasil são os minitomates, as minicenouras, minialface e as folhosas *baby leaf*. Mas, encontram-se também versões miniaturizadas de abóbora, abobrinha, acelga chinesa, agrião, alcachofra, alho-porró, beterraba, berinjela, cebola, cenoura, chuchu, couve-flor, melancia, milho verde, moranga, pepino, pimenta, pimentão, rabanete, repolho, rúcula, tomate e vagem, entre outros. Um varejo especializado na comercialização de produtos de alto valor agregado chega a oferecer aos consumidores 25 diferentes itens nesta categoria de produtos.

O mercado de frutas e hortaliças em miniatura registra evolução muito rápida nos países desenvolvidos, a começar pela Europa, no início dos anos 90, e avançando para os Estados Unidos. O estímulo veio da valorização desses produtos na cozinha *gourmet*. A princípio, apenas *chefs* de restaurantes as incluíam em seus pratos, mas, no começo dos anos 2000, já podiam ser encontradas também em lojas especializadas de varejo, supermercados, etc.

Apesar de já estarem presentes há algum tempo no Brasil, nos últimos anos é que as miniaturas de frutas e hortaliças registraram crescimentos mais significativos em termos de produção, impulsionadas pela melhor distribuição de renda que houve no País. Mesmo assim, ainda se pode dizer que o consumo desses produtos continua predominante nas classes de renda mais altas.

Ainda que o mercado seja considerado pequeno no Brasil, as mini-hortaliças e as “baby” vêm gradativamente conquistando o consumidor interessado em alimentação mais saudável e equilibrada. Agentes do setor estimam que o consumo médio dos hortifrutícolas em miniatura tem crescido a taxas médias anuais entre 15% e 20%, condição que reforça o interesse da **Hortifrutí Brasil** por analisar esse segmento no País.



Garanta resultados surpreendentes  
com sementes de alta tecnologia.



A linha **Premium** da Agristar é formada por produtos desenvolvidos com a mais alta tecnologia.

Nossas sementes são o resultado de estudos e testes realizados por nossa equipe para levar ao mercado profissional o que há de mais moderno e eficiente em genética.

**TOPSEED**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

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

Tel.: 24 2222 9000

## MINI-HORTIFRUTIS TÊM GRANDES PARTICULARIDADES E SEMELHANÇAS COM A PRODUÇÃO COMUM

Os preços mais elevados dos produtos mini têm atraído o interesse de produtores brasileiros. Representam também excelente alternativa para se diversificar a produção, sobretudo nas pequenas propriedades.

As sementes das mini-hortaliças são híbridas e, predominantemente, têm origem japonesa ou europeia. Esse insumo, em geral, torna o custo de produção das miniaturas mais elevado que o do produto de tamanho normal. Apesar disso, produtores que atuam nesse nicho de mercado garantem que o adensamento adotado para as hortícolas miniaturizadas alivia o dispêndio extra com as sementes.

O cultivo das miniaturas envolve diversas particularidades, mas guarda também semelhanças<sup>1</sup> em relação aos hortícolas de tamanho normal.

**O tempo entre o plantio e a colheita:** na maior parte dos casos, a duração do ciclo é a mesma do produto de tamanho normal. No entanto, hortícolas como a beterraba, a abóbora e o nabo em miniatura se desenvolvem mais rápido.



foto: Arquivo Casa Santa Luzia

**Espaçamento:** pelo fato de o produto colhido ser menor, o espaçamento costuma também ser menor. A proximidade entre as plantas, em alguns casos, contribui também para se manter o tamanho mini.

**Defensivos:** miniaturas que apresentam ciclo entre plantio e colheita mais curto que o do produto convencional devem ter período de carência do defensivo também reduzido.

Na hora da comercialização, não há regras específicas para os minivegetais. As exigências de qualidade são praticamente as mesmas aplicadas aos produtos de tamanho tradicional. Devido ao seu tamanho reduzido e custo de produção mais elevado, os mini-hortícolas são, geralmente, acondicionados em cestas ou caixas relativamente pequenas, para evitar perdas.

<sup>1</sup>Fonte: Donald M. Maynard - Instituto de Ciências dos Alimentos e Agrícolas (IFAS). Setembro de 2006.

### Evolução do volume de minitomates na Ceagesp (em kg)



Fonte: Seção de Economia e Desenvolvimento da Ceagesp

## MINITOMATES SÃO O DESTAQUE DO GRUPO

Existem diversas frutas e hortaliças inseridas na categoria de mini. No Brasil, entre os mais conhecidos, estão os minitomates, as minicenouras e as minialfaces.

### Minitomate

É uma das versões mais difundidas de miniaturas de hortifrutícolas não só no mercado brasileiro, mas mundial. Para a obtenção dos minitomates, são utilizadas sementes geneticamente modificadas, importadas, principalmente dos Estados Unidos, Japão e Europa. O grupo dos minitomates engloba uma série de tipos do fruto, como o cereja, *sweet grape*, tipo *grape* e tipo italiano. Apesar de todos serem tomates e pertencerem ao segmento mini, eles diferem entre si quanto ao sabor, tamanho, formato, coloração e *brix* (concentração de açúcar). Esses produtos apresentam, em geral, grande versatilidade culinária, sendo indicados para o consumo *in natura*, em saladas cruas, na forma de *snacks*, como acompanhamento de bebidas ou, ainda, como lanche de adultos e crianças.

A comercialização desses produtos tem sido bem-sucedida, pois mesmo custando nos supermercados algo em torno de R\$ 4,00 a caixa de 180 g, a oferta, em alguns casos, não tem sido suficiente para atender à demanda. Por conta disso, para os

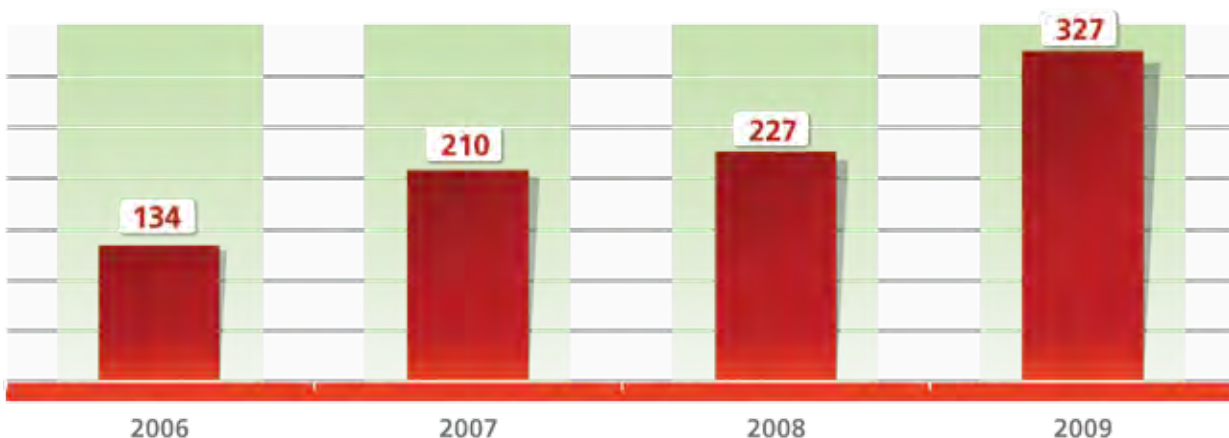


produtores, o cultivo de minitomates tem sido vantajoso. Podem ser colhidos até 10 kg por planta e o preço ao produtor é, em média, de R\$ 4,00/kg.

Segundo a Associação Brasileira do Comércio de Sementes e Mudanças (Abcsem), entre 2006 e 2009, houve um crescimento de 144% na área (em hectares) de minitomates no Brasil, chegando a 327 hectares em 2009. Apesar de ainda ser uma área pequena quando comparada à de tomate de tamanho comum, essa evolução evidencia o potencial de crescimento desses frutos, conforme o gráfico abaixo.

Outro dado que confirma o crescimento do mercado de minitomates é a evolução do volume comercializado desse fruto no atacado paulistano. Entre 2010 e 2011, houve um pequeno recuo, mas a tendência dos últimos anos é de aumento. Conforme dados fornecidos pela Seção de Economia e Desenvolvimento da Ceagesp, entre 2007 e 2012, dobrou a quantidade de minitomates negociada na Ceagesp, chegando a 4,74 mil quilos no ano

### Evolução da área de minitomates (em hectares)



Fonte: Associação Brasileira do Comércio de Sementes e Mudanças

## MINIALFACE

passado, conforme o gráfico na página 10.

Segundo atacadistas da Ceagesp consultados pela **Hortifruti Brasil**, a demanda por esse tipo de tomate é crescente e, o volume ofertado, embora tenha aumentado nos últimos anos, ainda é não é suficiente para atender a procura.

### Minialface

Assim como os demais produtos mini, a minialface é uma planta adulta de tamanho reduzido. De acordo com empresas de sementes consultadas pela **Hortifruti Brasil**, a produção das minialfaces tem se desenvolvido de maneira positiva no Brasil, com a introdução de sementes vindas da Europa e Estados Unidos, que possibilitam a produção de folhosas de altíssima qualidade. No entanto, essas folhosas ainda são direcionadas a um público restrito que busca qualidade e pode pagar mais por um produto diferenciado.

O ciclo de desenvolvimento é parecido com o da alface de tamanho comum, e a produção pode ser realizada tanto em estufa quanto em campo aberto. O cultivo também pode ser realizado em sistema hidropônico ou em solo. No caso de hidroponia, a planta sai mais “limpa” e desfruta de período de pós-colheita muito maior devido à presença das raízes. Para o plantio em solo de minialfaces, recomenda-se a técnica de *mulching* (cobertura do solo) e algum tipo de proteção do cultivo, já que esses produtos são ainda mais sensíveis às variações climáticas, principalmente a chuvas. O ciclo de mudas das minialfaces dura em torno de 25 dias, seguido por 40 dias no campo definitivo, totalizando cerca de 65 dias, dependendo da variedade escolhida.

O plantio de minialface vem se difundindo no País. Algumas empresas de sementes chegam a relatar crescimento de 50% ao ano, o que é bastante representativo. As sementes, em sua maioria, são de origem europeia, e a produção de minialface no Brasil está mais concentrada nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul e Paraná.

### Minibeterraba

Assim como as minicenouras, as minibeterrabas são obtidas através do processamento do fruto de tamanho original. Segundo dados do Departamento de Economia e Desenvolvimento da Ceagesp, 5,4 toneladas de minibeterrabas foram comercializadas



foto: Rijk Zwaan Brasil

no atacado paulistano em 2012. Apesar de ser uma quantidade bem inferior à dos demais produtos mini negociados na Ceagesp, é também uma alternativa de escoamento da produção agrícola.

### Minimelancia

A melancia em seu tamanho original, com cerca de 10 kg, pode ter seu transporte e armazenamento dificultados. Além disso, famílias com menos pessoas acabam desperdiçando parte do produto. Nesse contexto, a minimelancia tem ganhado popularidade. Conta ainda com fatores como a ausência de sementes e a coloração vermelho intenso, considerada bastante atraente do ponto de vista dos consumidores.

Para o produtor, a minimelancia tem sido considerada uma excelente alternativa de diversificação, tanto por conta do diferencial de preço quanto pela simplicidade do seu sistema de produção.

No Brasil, a primeira safra em escala comercial de minimelancias ocorreu em 2005, no Nordeste, sendo comercializada principalmente no mercado paulista. Atualmente, a região sul do Rio Grande do Sul é a maior produtora de minimelancia, enviando, no período de safra, para as regiões Sudeste e Centro-Oeste.

Do ponto de vista climático, os dias longos combinados a baixos índices pluviométricos em dezembro e janeiro na região Sul favorecem a produção de frutos com boa coloração e grande concentração de açúcar, características valorizadas pelo consumidor.

As condições de cultivo são semelhantes às do produto de tamanho comum, mas o custo de produção é maior. A semente da minimelancia chega a custar 50% a mais do que a da melancia comum. Apesar disso, produtores recebem seis vezes mais pelo produto mini, compensando os custos mais elevados. O fruto da minimelancia atinge entre dois e três quilos, o que é considerado suficiente para servir até quatro porções, evitando o desperdício.



A **EAGLE SEMENTES**,  
que você conhece e confia, agora é  
**BLUESEEDS.**

Há 20 anos sendo referência em  
QUALIDADE e  
AVANÇOS GENÉTICOS.



## MINICENOURA

### Minicenoura

As minicenouras são produzidas através do processamento de cenouras de tamanho comum, até atingirem o tamanho mini. Vale ressaltar que, no caso da cenoura, é possível encontrar tanto a versão mini quanto a “baby”; no Brasil, predominam o tipo mini.

As minicenouras surgiram nos Estados Unidos, a partir do processamento de cenouras finas que, caso fossem ser vendidas no mercado tradicional, receberiam preço baixo ou, de outra forma, precisariam ficar muito mais tempo na terra para atingirem o padrão de comercialização.

A mesma oportunidade foi vislumbrada no Brasil: agregar valor a cenouras finas, classificadas comercialmente como tipo 1A. Esses produtos costumam valer menos, reduzindo os ganhos dos produtores. Além disso, em períodos de excesso de oferta, grande parte dessas cenouras finas é descartada, causando propriamente prejuízo aos produtores.

A fim de reduzir essas perdas, no início dos anos 2000, a Embrapa Hortaliças desenvolveu uma tecnologia que viabilizou a utilização des-



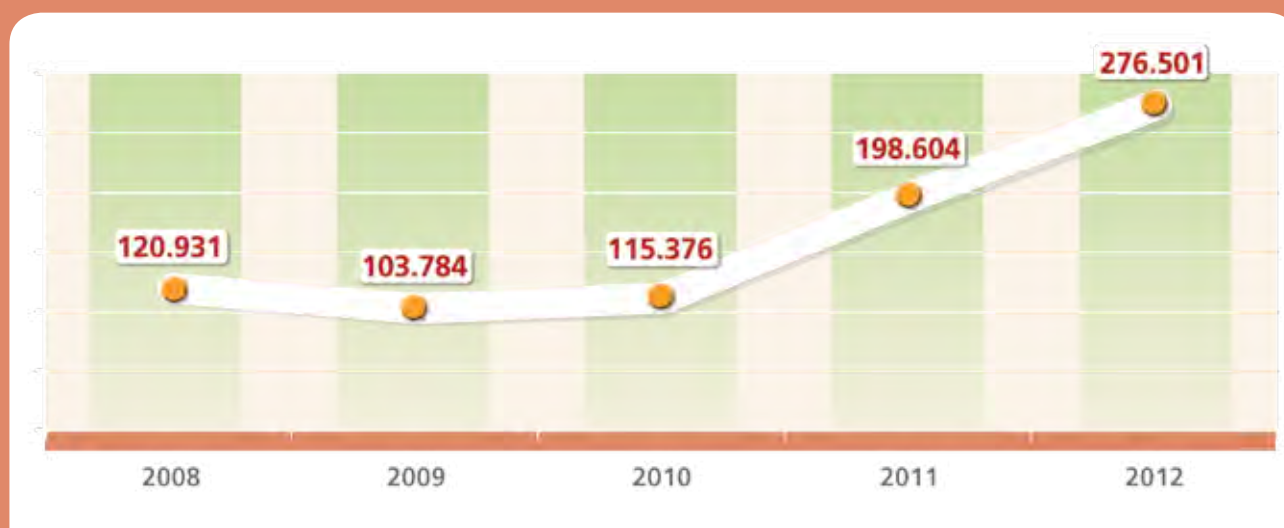
foto: Mister Rabbit

sa categoria de raízes, agregando-lhe valor por meio do processamento mínimo para obtenção de cenourite (semelhante à “baby carrot”) ou de catetinho (forma de bolinhas). Ambos os produtos, além de agregar valor às raízes originais, são atrativos visualmente e ofertados prontos para o consumo.

A demanda por cenourinhas cresceu a ponto de empresas desenvolverem sementes de cenouras já com as características mais adaptadas ao processamento mínimo e transformação em mini: mais longas e finas.

Segundo dados fornecidos pelo Departamento de Economia e Desenvolvimento da Ceagesp, o volume de entrada de minicenouras no atacado paulistano cresceu 2,3 vezes em cinco anos.

### Volume anual de minicenouras na Ceagesp (kg)



Fonte do Gráfico: Seção de Economia e Desenvolvimento da Ceagesp

## MANEJO DIFERENCIADO PRODUZ "BABY" HORTALIÇAS

Os produtos chamados de *baby*, diferente dos mini, são aqueles obtidos por meio de artifícios no manejo da cultura, como a colheita precoce de frutos, raízes, folhas e flores. Dessa forma, a mesma semente utilizada para se obter um produto de tamanho convencional permite a colheita de um *baby*. Como exemplo de vegetais dessa categoria, podem ser citadas a cenoura *baby*, que é bastante conhecida, sobretudo nos Estados Unidos, a banana *baby*, a cebola *baby*, o minimilho (que é *baby*, na verdade) e as folhosas.

No caso específico de folhosas, são chamadas de *baby leaf*, ou folhas jovens. Nesse



foto: Jorge Morikawa

grupo, estão folhosas como alface, agrião e rúcula.

Apesar de possuírem similaridades do manejo em relação aos produtos tradicionais, um produto *baby* requer alguns cuidados extras no momento de cultivo. O principal deles é saber o momento ideal da colheita que permita a obtenção de um hortícola *baby*, e não tradicional.

# MAIS PROTEÇÃO PARA SUA CULTURA

- Proteção através da nutrição;
- Ativa de maneira natural os mecanismos de defesa das plantas;
- Atua na matéria orgânica e promove o equilíbrio do meio naturalmente.

**Altech**<sup>®</sup>  
CROP SCIENCE

É NATURAL CRESCER COM A GENTE

f /AlltechLA    @Alltech    www.alltechcropscience.com.br



foto: Rijk Zwaan Brasil

## FOLHAS JOVENS (OU BABY LEAFS) SÃO O DESTAQUE DO GRUPO

### **Baby Leaf**

A maior parte dos produtos “baby” são folhosas. Encontram-se no mercado, por exemplo, alface, rúcula e espinafre

desta categoria. A venda pode ser na forma individualizada, com apenas uma espécie, ou numa mescla de diversas espécies com folhas de diferentes formatos, cores, texturas e sabores. Tal combinação confere ao produto ofertado alto valor nutricional e conveniência.

Outra vantagem da *baby leaf* é sua praticidade, já que o produto costuma ser comercializado já limpo, pronto para ser consumido. Folhosas “baby” são também mais tenras e possuem excelentes qualidades organolépticas.

O cultivo de *baby leaf* pode ser realizado em campo aberto, sistema hidropônico ou em bandejas usadas para produção de mudas de hortaliças. Quando em sistema hidropônico, passam cerca de duas semanas em berçário (pós-semeio) e, em seguida, mais três semanas no espaço definitivo, alimentadas com solução nutritiva circulando pelas raízes o tempo todo.

O período de espera para a colheita varia de acordo com a espécie e com as exigências do consumidor, pois isso influenciará no tamanho das folhas. Assim, alfaces *baby leaf* podem ter ciclo de pouco mais de 20 dias, sendo colhidas com 7-8 cm ou com cerca de 30 dias, quando apresentam porte que varia entre 10-12 cm. As *baby leaf* também passam por seleção e melhoramento para ter suas qualidades, tais como sabor, textura e aroma mais acentuados no período juvenil.

De acordo com informações obtidas

com empresas de sementes de *baby leaf*, outra característica importante é a sua resistência genética a doenças como míldio e viroses, uma vez que, num ciclo tão curto, quase que se impossibilita o uso de defensivos respeitando-se o período de carência. Algumas delas são selecionadas com tanto critério que tem até o formato de folha mais côncava, para facilitar a utilização de temperos no momento do consumo.

Para recuperar o maior custo de produção frente ao manejo tradicional, os produtores devem se preocupar em obter produtos de alta qualidade, homogêneos, e limpos. As formas de comercialização incluem o acondicionamento em embalagens diferenciadas de papelão, ou empacotamento em bandejas recobertas com filmes plásticos adequados.

Um dos problemas da *baby alface* é que, como a planta é colhida ainda muito jovem, é extremamente sensível e possui durabilidade muito curta. Após a colheita, que é feita mecanicamente, a planta tende a se degradar muito mais rápido do que uma alface de tamanho normal, sobretudo nas condições climáticas do Brasil. Essa perecibilidade configura-se um dos principais desafios à produção dessas folhosas no País.

### **Minimilho**

O minimilho, apesar da nomenclatura “mini”, é considerado um produto *baby*, já que a espiga é colhida antes da polinização, cerca de 60 dias depois do plantio, dependendo da época do ano. As plantas utilizadas para a produção de minimilho são as mesmas de milho normal, e o produto final pode ser comercializado na forma de conservas ou *in natura*.

O cultivo de minimilho é recente no Brasil, e há registros de produção em Santa Catarina e no Norte de Minas Gerais.



Alface Americana de Verão

# Winslow e Ironwood



Comece o ano acertando na  
escolha de seu material genético.

## Características técnicas

Cabeça grande e pesada, ideal para mercado processo e fresco, excelente uniformidade e padronização de cabeça, peso médio 900 gramas. Boa tolerância a chuvas.



Conheça também as

## Mini Alfaces Baby Leaf

Tamanho Baby com  
sabor de gente grande.



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

Av. Dr. Arnaldo Godoy de Souza, 1685-A - Uberlândia - MG

+55 (34) 3238-3030

 **Eagle**<sup>®</sup>  
Flores, Frutas & Hortaliças



Segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF/IBGE) de 2008, os brasileiros consomem nos domicílios cerca de 150 gramas de frutas e hortaliças por dia, o que é considerado abaixo da média de países desenvolvidos. A Organização Mundial da Saúde preconiza que, para ter uma alimentação saudável, o indivíduo deve consumir, em média, 400 gramas de frutas e hortaliças diariamente.

Considerando-se que é crescente a busca por dieta saudável, haveria grande potencial de consumo a ser explorado pelo setor hortifrutícola. No en-

tanto, assim como em qualquer outro setor, é preciso estar atento aos desejos dos clientes e atraí-los, em um ambiente cada vez mais cheio de opções.

Apesar de o consumo de hortifrutis ainda ser abaixo do ideal, já é possível observar que os brasileiros se preocupam com os tipos de alimentos que estão consumindo. Uma pesquisa publicada na revista Supermercado Moderno, edição de março/2011, mostrou que uma das principais preocupações das mães brasileiras, atualmente, é oferecer alimentação saudável aos filhos. Foi apontado também que frutas e hortaliças são os itens considerados de maior importância pelas mães na questão de alimentação. Além disso, no processo de decisão de compra, um dos resultados destacados pela pesquisa é o grande interesse por novos produtos; o preço foi considerado importante, mas, muitas vezes, não é fundamental.

Especificamente no caso do público in-

**“Consumidores estão buscando algo que vai além do produto em si, e buscam adquirir mais do que uma fruta ou hortaliça, buscam adquirir praticidade, saudabilidade, conveniência. Nesse contexto, há lugar para a expansão do mercado de mini e ‘baby’ hortifrutis.”**

fantil, frente a tantas opções nas gôndolas dos supermercados, como salgadinhos, chocolates, biscoitos, torna-se necessário inventar maneiras criativas e atraentes que chamem a atenção e despertem a vontade de consumir desse público.

Nos últimos anos, aumentou a renda da população brasileira, havendo importante expansão da classe média. Observando-se dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD/IBGE), constata-se que, em 1993, 63% da população brasileira fazia parte das classes mais baixas de renda (D e E), 31% eram de classe C (classe média) e apenas 6% da população fazia parte das classes de maior

renda (A e B). Já em 2011, com a

melhor distribuição de renda,

as classes D e E perderam

espaço, restringindo-se

a 33% da população.

As classes A, B e C,

conseqüentemente,

aumentaram sua participação.

A classe C

passou a representar

mais da metade da

população brasileira –

55%, e as classes A e B

subiram sua representati-

vidade para 12%.

Além disso, com o aumen-

to no número de pessoas morando so-

zinhas e a redução de membros por famílias,

porções reduzidas e convenientes tornam-se

muito práticas e adaptadas às necessidades

desse novo perfil.

A combinação desses fatores abre mais

espaço para produtos de alto valor agregado.

Muitos consumidores estão buscando

algo que vai além do produto em si; buscam

adquirir mais do que uma fruta ou hortaliça;

buscam praticidade, saudabilidade, conveni-

ência. Nesse contexto, há lugar para a expan-

são do mercado de hortifrutis mini e “baby”.

De acordo com a publicação Brasil Food

## A DEMANDA TO VALOR AGREGADO

*Trends 2020*, da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital), publicada em 2010, dentre as principais tendências de preferência do consumidor brasileiro, estão aquelas relacionadas à sensorialidade e prazer. Nesse quesito, os segmentos de produtos de maior valor agregado tendem a continuar crescendo. Há espaço tanto para os produtos *gourmet* e *premium*, geralmente destinados à população de alta renda, como para alimentos sofisticados que têm preço acessível a consumidores emergentes.

É crescente também a demanda por refeições prontas e semiprontas, alimentos de fácil preparo, embalagens de fácil abertura, fechamento e descarte. No segmento de alimenta-

ção fora do lar, cresce o consumo de produtos em pequenas porções, adequados para serem consumidos em trânsito ou em diferentes lugares e situações. Essas tendências convergem com as necessidades de saudabilidade e bem-estar, resultando no aumento da demanda por alimentos de boa qualidade e convenientes. Esse contexto é bastante oportuno para os hortifrutícolas mini e “baby”.

O consumidor tende a ser cada vez mais exigente e conta com variedade quase infinita de produtos à sua disposição. A forte concorrência com outros produtos torna fundamental que tanto o produtor quanto o varejista tenham um olhar estratégico sobre as tendências do mercado.

## APESAR DO MAIOR CUSTO, MINIATURAS SÃO MAIS VALORIZADAS

Além de serem produtos saudáveis e da moda, os hortifrutis em miniatura atraem também pela conveniência para o seu consumo. Geralmente, há pouca, ou nenhuma necessidade de preparação desses produtos. Para os consumidores que apreciam cozinhar, as miniaturas de frutas e hortaliças garantem também um novo aspecto visual aos pratos, tornando-os mais atrativos aos olhos e ao paladar.

Outro fator que deve continuar estimulando o consumo de hortifrutícolas em miniatura é a redução no tamanho das famílias, que procuram porções menores para evitar desperdícios.

Do lado do produtor, vale a pena um estudo deste mercado, que pode elevar sua receita e, do ponto de vista de fluxo de caixa, auxiliar no equilíbrio das contas ao longo do ano. Além de os preços das miniaturas serem mais estáveis, são também mais elevados frente ao das versões de tamanho normal. A diferença no preço de venda



foto: Rijk Zwaan Brasil

no varejo pode ser superior a 1.000%, como no caso da minicenoura, mostrado na tabela na página 20. Apesar de inibir a expansão das vendas, essa diferença faz com que as margens de lucro sejam maiores, tanto para varejistas quanto para os produtores.

## AS BABY LEAF TAMBÉM AGREGAM VALOR EM RELAÇÃO ÀS FOLHOSAS TRADICIONAIS

Um grande desafio no segmento de hortifrútícolas em miniatura é a integração da ponta produtora com o varejo, de modo que não sobre produto na roça e não falte no supermercado. Segundo produtores, o maior receio ao se avaliar a diversificação do plantio com esses produtos está justamente em encontrar o canal certo para o escoamento, levando-se em conta que o volume comercializado é menor, o custo é maior e muitos produtos possuem tempo de prateleira menor. Por outro lado, supermercados estão em busca de fornecedores dada a crescente procura por esses produtos. Muitas vezes, os supermercados têm problemas para se abastecer, interrompendo o fornecimento.

Apesar de ainda estar se consolidando no mercado brasileiro, a produção de mini e “baby” frutas e hortaliças tem crescido consideravelmente, agradando os consumidores, e



foto: Rijk Zwaan Brasil

trazendo boas margens de lucro aos produtores e distribuidores. Os desafios de integração da produção e comercialização, e tornar os preços mais acessíveis ao consumidor, porém, ainda persistem. Mesmo assim, com as tendências de conveniência e praticidade em alta, a expectativa é de que esse nicho de mercado continue em expansão, podendo se tornar uma excelente alternativa aos produtores que buscam diversificar e agregar valor à produção. ■

### Comparação de preços Mini x Tradicional

	Produto	Preço de venda	Unidade	Preço por kg	Variação
<b>Cenoura</b>	Tradicional	R\$ 2,10	Bandeja de 1kg	R\$ 2,10	1384%
	Miniatura	R\$ 7,79	pct 250g	R\$ 31,16	
<b>Tomate</b>	Tradicional	R\$ 5,00	1 kg	R\$ 5,00	394%
	Miniatura (Sweet Grape)	R\$ 4,45	pct 180g	R\$ 24,72	
<b>Cebola</b>	Comum	R\$ 3,16	pct 1 kg	R\$ 3,16	848%
	Mini cebola	R\$ 8,39	280g	R\$ 29,96	
<b>Melancia</b>	Comum	R\$ 12,19	1 unidade	R\$ 1,52	364%
	Mini	R\$ 14,15	1 unidade	R\$ 7,08	
<b>Pepino</b>	Comum	R\$ 2,07	1 kg	R\$ 2,07	927%
	Mini	R\$ 4,25	pct 200g	R\$ 21,25	

Fonte: Grupo Pão de Açúcar

### Comparação de preços Baby x Tradicional

#### BABY LEAF

<b>Alface</b>	Romana tradicional	R\$ 2,19	1 unidade
	Baby Romana	R\$ 4,69	150g
<b>Rúcula</b>	Comum	R\$ 3,69	maço
	Baby	R\$ 7,49	pct 60g

Fonte: Grupo Pão de Açúcar - [www.paodeacucar.com.br](http://www.paodeacucar.com.br)

MODELO DE FOLHA DE PRODUTO

**SUMIGUARD**<sup>®</sup>  
500 WP

10

**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.



Arysta LifeScience

**A Arysta escala novamente o *Procimidona* para derrotar o Mofo Branco.\***

Convocamos o Sumiguard para uma nova etapa de proteção da sua lavoura. Nosso time de especialistas sabe o que você precisa para garantir bons resultados. Com o Sumiguard você faz bonito no campo.

\*Conforme bula do produto.

- Ação sistêmica e residual.
- Preventivo e curativo.
- Flexibilidade de uso.\*

**SUMIGUARD**<sup>®</sup>  
500 WP

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



Arysta LifeScience

# CUIDADO



# CÃO BRAVO

Restrição de uso no Estado do Paraná.  
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.



**cas.a**

0800 704 4304

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



EFICIENTE NAS CULTURAS DE TOMATE, CEBOLA E BATATA.

## **RIDOMIL GOLD BRAVO**

### **CUIDA DA SUA PLANTAÇÃO, PROTEGENDO SEMPRE E COMBATENDO QUANDO NECESSÁRIO.**

Ridomil Gold Bravo é o pior inimigo para as principais doenças que atacam a sua plantação: a requeima no tomate e na batata e o míldio na cebola. Isso porque ele é o único que combina dois ativos poderosos: um sistêmico e outro protetor. Além disso, ele é resistente à chuva e tem grande aderência na planta. Com Ridomil Gold Bravo, a sua plantação fica protegida e você fica tranquilo.

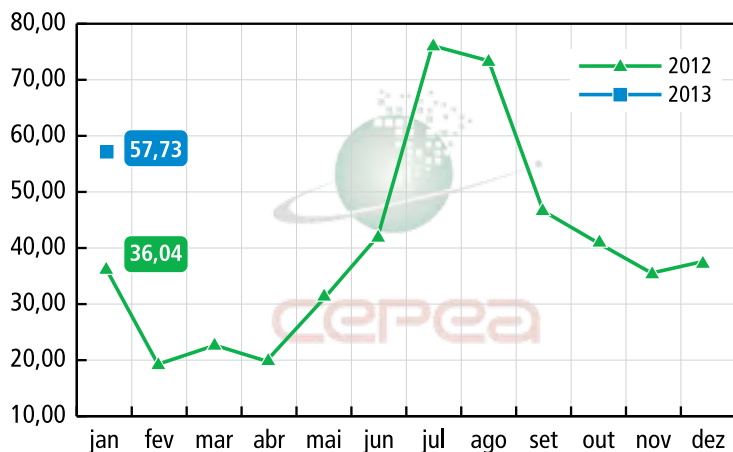
 **RidomilGold<sup>®</sup>**  
Bravo

syngenta.



## Oferta aumenta em fevereiro, mas preço deve seguir firme

O volume de tomates ofertados em fevereiro deve aumentar, por conta da concentração da safra de verão 2012/13. Nas regiões de Itapeva (SP), Caçador (SC), Venda Nova do Imigrante (ES), Reserva (PR), Caxias do Sul (RS) e Nova Friburgo (RJ), principais produtoras do tomate de mesa na temporada, 27% do total cultivado na temporada deve ser colhido neste mês. Apesar da concentração da colheita em fevereiro, as expectativas são de que o preço do tomate se mantenha firme e superior aos custos estimados para a produção. Isso porque houve redução de 17,5% na área cultivada em 2012/13 frente à safra 2011/12. Além disso, segundo a Somar Meteorologia, as previsões para esta segunda parte do verão indicam que o clima deve ficar dentro do normal para o período nas principais regiões produtoras, com chuvas regulares e bem distribuídas ao longo da estação. Sendo assim, a produtividade nas roças deve se manter dentro dos patamares considerados normais para o período, mas ainda inferior à observada na safra passada. Vale lembrar que, no ano passado, a temporada foi atípica, com produção muito volumosa – como a cultura é irrigada, a seca observada em 2012 acabou favorecendo o manejo da cultura e elevando fortemente a oferta de tomates o que, conseqüentemente, pressionou as cotações naquele ano. A colheita da temporada 2012/13, que iniciou em novembro, deve seguir até abril.



## Com redução na área, preços sobem em janeiro

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

Fonte: Cepea



## Primeiros meses da safra de verão são rentáveis ao setor

Nos três primeiros meses da temporada de verão 2012/13 (de novembro/12 a janeiro/13), produtores registraram resultados positivos. De novembro a janeiro, a média da caixa de 22-25 kg do tomate salada negociada em Itapeva (SP), Caçador (SC) e Venda Nova do Imigrante (ES) foi de R\$ 31,43. Essa média, ponderada pela qualidade e pela quantidade dos frutos colhidos ao mês, é 83% superior ao custo mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a produção – de R\$ 17,11 e 30% superior à média do mesmo período da temporada passada. Os principais fatores que influenciaram nos bons resultados obtidos nesses meses foram a redução da área cultivada nas regiões produtoras na safra 2012/13 e o clima chuvoso, que reduziram o volume ofertado. Até o final de janeiro, cerca de 45% do volume total da temporada já havia sido disponibilizada no mercado.

## Transplântio da safra de inverno avança

O transplântio da safra de inverno 2013 deve ganhar ritmo em fevereiro. Das principais regiões produtoras de tomate, apenas São José de Ubá (RJ) ainda não iniciou o transplântio, que está programado para começar em março. Já as demais praças (as mineiras de Araguari, Pará de Minas e Sul de Minas, as paulistas de Mogi Guaçu e Sumaré, as fluminenses de Paty do Alferes e Itaocara e o Norte do Paraná) devem transplântar cerca de 15,25 milhões de mudas em fevereiro. Apesar dos excelentes resultados da safra de inverno 2012, o acréscimo nos investimentos para este ano ainda estão tímidos. A expectativa inicial é de que cerca de 57 milhões de pés sejam cultivados em toda a temporada, volume apenas 3,5% superior ao de 2012. Ainda assim, como as atividades de transplântio seguem até setembro, há tempo para mudanças no planejamento da safra.





# TOMATE **Carina**ty

## Na linha de frente no campo da produtividade

O Tomate Carina TY tem excelente desempenho sob condições tropicais (calor + chuva).  
Resultado: uma colheita de maior qualidade com alto rendimento e alta produtividade.  
É a tecnologia e a tradição da Sakata ganhando a confiança e os campos de todo o Brasil.

oggi

- Resistência a doenças ( Vd1; Fol 1, 2; Mj, Mi 1, 2, 3 e 4; Moderado ToSRV)
- Alta rusticidade: se adapta a diferentes climas e solos
- Internódios curtos: alto rendimento por planta
- Frutos de alta qualidade e valor para comercialização
- Mais segurança e produtividade para sua produção



[www.sakata.com.br](http://www.sakata.com.br)  
A sua janela para o campo



**SAKATA**

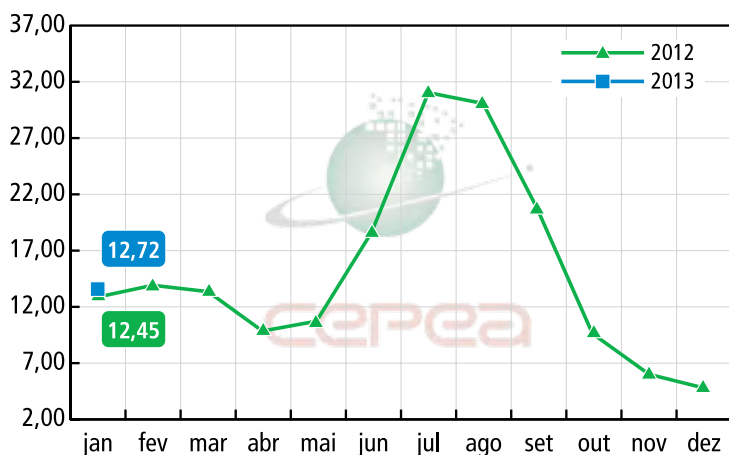


## Safra de verão inicia com atraso

A safra de verão 2012/13 começou em janeiro, com cerca de um mês de atraso em Minas Gerais e no Paraná. Este atraso da colheita esteve atrelado ao excesso de cenouras restantes da temporada de inverno 2012, que ainda estavam sendo colhidas no início de 2013. O clima prolongou a safra de inverno – entre outubro e novembro, o volume de chuvas ficou abaixo do previsto, fazendo com que as cenouras se desenvolvessem melhor, favorecendo a produtividade. Dessa forma, produtores adiaram o início da colheita de verão para evitar um excesso de cenouras no mercado. Já em Cristalina (GO) e no Rio Grande do Sul, a colheita da safra de verão segue o calendário normal. Na praça goiana, a temporada já começou em dezembro, enquanto no RS deve iniciar em abril. Nesta temporada, ao contrário da passada, não foi registrado problema com a obtenção de sementes híbridas nas regiões produtoras. Assim, com a previsão de manutenção de área cultivada na safra de verão 2012/13 frente à da 2011/12, a tendência seria de maior oferta. No entanto, o clima ainda deve influenciar a disponibilidade da raiz da safra 2012/13.

## Temporada de inverno finaliza em janeiro

A temporada de inverno 2012 (de julho/12



## Com menor oferta, preço sobe em janeiro

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



Fonte: Cepea

a janeiro/13) encerrou com resultados positivos aos produtores na maioria das regiões. Apesar de a previsão indicar que a safra terminaria em dezembro em Minas Gerais e no Paraná, o clima favorável ao cultivo fez com que a temporada fosse finalizada em janeiro. A área total cultivada na temporada 2012 foi 13,5% menor frente à passada, devido ao recuo de área na Bahia, no Paraná e no Rio Grande do Sul, totalizando 5.718 hectares. Quanto aos preços, no início da temporada, estiveram em patamares elevados, em decorrência da menor oferta ocasionada pela redução na área e também pelo clima desfavorável durante o plantio. Com o avanço da safra, no entanto, o volume ofertado aumentou, pressionando as cotações. Na média da safra de inverno, a caixa “suja” de 29 kg foi vendida a R\$ 17,29, valor 101% superior ao custo médio estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura.



## Seca ainda persiste, mas produtores estimam aumento de área na BA

Para o primeiro semestre de 2013, a área cultivada em Irecê e em João Dourado (BA) deve ser de 1.000 hectares, aumento de 11% em relação ao mesmo período de 2012. Esse crescimento se deve à recuperação da área de cenoura na região baiana, que havia registrado queda em 2012 devido à seca. O final de 2012, produtores estavam no aguardo da chegada de chuvas para decidirem a área de plantio. Em meados de dezembro, até choveu na Bahia, mas não o suficiente para suprir as necessidades hídricas locais. Por conta disso e da nova seca logo em seguida, produtores estimam que apenas parte do cultivo poderá ser recuperada neste semestre. Além disso, a qualidade das raízes ofertadas está baixa. Segundo produtores, foi verificada doenças nas cenouras, como nematóides na terra, que diminui o tamanho das cenouras e deforma a raiz. Apesar das expectativas de produtores quanto à área e ao volume, a produção baiana ainda dependerá da quantidade de chuva que ocorrerá ao longo do semestre.

SEÇÃO ELETRÔNICA CENOURA  
Cadastre-se e receba preços semanais de cenoura.  
[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade)

Distribuidor  no Brasil  
agora é **Blueseeds.**







## Baixa oferta pode seguir até abril

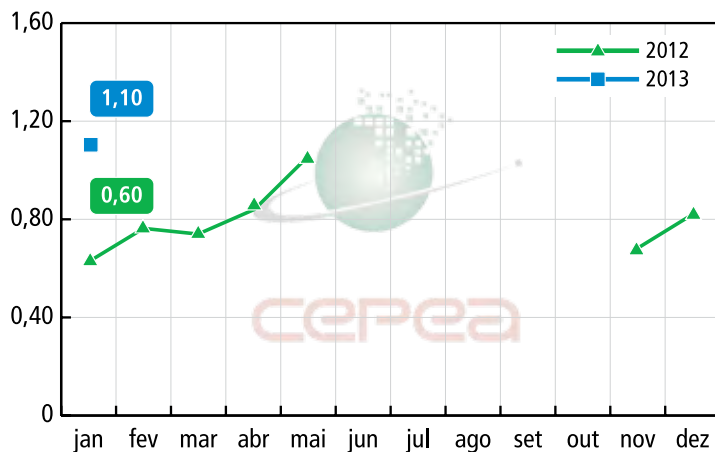


## Clima desfavorável reduz produtividade no Sul

As regiões produtoras de cebola do Sul têm apresentado produtividade reduzida nesta temporada 2012/13, conforme já esperado por agentes do setor. Em Ituporanga (SC), a média entre novembro/12 e janeiro/13 foi de 24 t/ha, 16% inferior à do mesmo período da temporada passada. O menor rendimento das lavouras se deve à estiagem durante o período de desenvolvimento das plantas (agosto a outubro/12), que resultou em bulbos de diâmetro menor. Além disso, no início de outubro/12, fortes chuvas de granizo foram registradas, causando perdas em algumas áreas sulistas – o total da região é estimado em 5%. Até o final de janeiro, restavam apenas 25% da safra para ser comercializada, segundo colaboradores do Cepea. Com o baixo volume disponível e os preços elevados, os estoques não devem abastecer o mercado nacional por muito tempo, como no ano passado, quando a comercialização ocorreu até maio. Em regiões como Irati (PR) e São José do Norte (RS), a comercialização deve terminar em fevereiro. Nas praças catarinenses de Ituporanga e Lebon Régis, as negociações devem seguir até abril, devido à predominância do cultivo de crioula, variedade mais tardia.

## Argentina tem redução de área em 2013

A expectativa para a safra 2013 da Argentina



## Preço sobe com baixa oferta no Sul

Preços médios recebidos por produtores de Ituporanga (SC) pela cebola na roça - R\$/kg

Fonte: Cepea

é de redução de 15% na área da região do Vale do Rio Colorado, frente à temporada 2012. No mercado interno argentino, a baixa qualidade resultou em preços abaixo do esperado por produtores, desestimulando os investimentos para este ano. Aliado a isso, as exportações para o Brasil, principal comprador do bulbo argentino, foram 29% menores em 2012 em relação a 2011, devido ao adiantamento do calendário do Cerrado e às dificuldades na fronteira, por causa de greves na Argentina. Para a safra 2013, além da menor área de cultivo, produtores registraram dificuldades com a falta de água na principal região produtora do país, Vale do Rio Colorado, o que deve comprometer a produtividade e o calibre dos bulbos. A entrada de bulbos do país vizinho no Brasil teve início no final de janeiro e deve se intensificar em março.

## Plantio no Cerrado inicia mais cedo neste ano

Com bons resultados na safra de 2012, a área de cultivo de cebola no Cerrado deve aumentar 5% tanto em Minas Gerais quanto em Goiás. As atividades de campo, que começaram em janeiro/13, e devem seguir até início de abril, apresentam antecipação de um mês em relação ao calendário normal da região. Isso porque, no ano passado, as chuvas de verão atrapalharam o final da safra, principalmente em Minas Gerais. Dessa forma, produtores optaram por alterar ligeiramente o calendário nesta safra. No início das atividades de campo da temporada 2013, as chuvas dificultaram um pouco os trabalhos. Entretanto, como o plantio deve se concentrar em fevereiro (45%), o tempo úmido no primeiro mês não causou grandes problemas. Segundo produtores, a concentração das atividades em fevereiro tem o objetivo de que o pico de colheita seja atingido em julho, período em que a oferta nacional costuma ser baixa. O início da colheita está previsto para o final de abril e deve seguir até novembro. Com a baixa oferta sulista e a expectativa da menor oferta da Argentina neste ano o Cerrado poderá novamente alcançar bons preços.





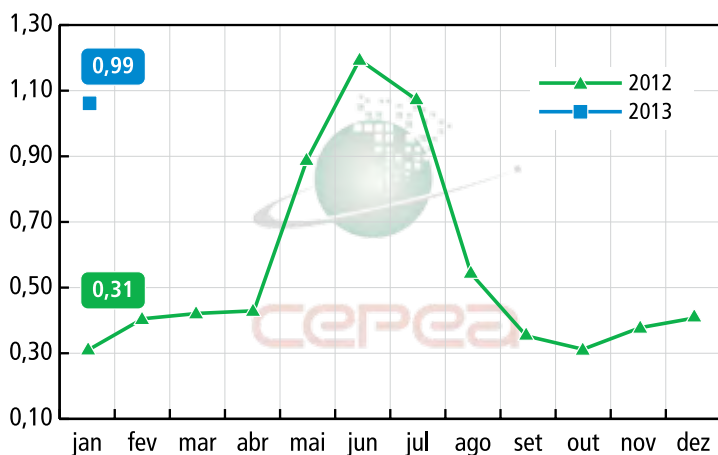
## Chuvas prejudicam lavouras neste início de 2013

### Clima chuvoso diminui produção e afeta qualidade

As chuvas nas regiões produtoras de Mogi das Cruzes e de Ibiúna (SP) reduziram a oferta de alface e prejudicaram a qualidade das folhosas ofertadas neste início de ano. Em dezembro/12 e janeiro/13, o volume de precipitações foi de cerca de 500 mm e 527 mm nas regiões de Ibiúna e Mogi das Cruzes, respectivamente, de acordo com a Tempo Agora. Por causa da elevada umidade, houve aumento na incidência de bactérias e fungos, que reduziu a qualidade das folhosas e a produtividade das lavouras. De acordo com produtores, a ocorrência de chuvas seguidas de sol também prejudicou a qualidade, visto que provocou queima do miolo. Aliado a isso, chuvas de granizo foram registradas na primeira semana do ano em algumas praças produtoras, rasgando as folhas e diminuindo ainda mais a oferta. Assim, produtores não conseguiram atender a demanda em janeiro, principalmente por alface americana, que é mais sensível ao clima chuvoso. Além da baixa oferta, a qualidade das folhosas tem ficado aquém do esperado desde o início do ano, pois os preços elevados levaram produtores a retirar a alface do campo antecipadamente, resultando na oferta de alfaces de menor porte.

### Folhosas começam 2013 em alta

Os preços das alfaces cresa, lisa e americana estão em patamares elevados neste início de 2013. A caixa com 24 unidades de alface cresa



pa encerrou janeiro com média de R\$ 23,75 na Ceagesp, alta de 110% frente a dezembro e de 216% na comparação com janeiro/12. Na safra de verão anterior (2011/12), o baixo volume de chuvas em Ibiúna e Mogi das Cruzes fez com que a oferta fosse elevada no mercado, pressionando as cotações. Já na temporada atual, o elevado volume de precipitações tem reduzido a oferta de alface, impulsionando as cotações e gerando expectativas de boa rentabilidade na temporada. Assim, produtores estão animados em relação às vendas, que estão boas desde o final de 2012. A perspectiva, pelo menos até março, é de que os preços continuem elevados, mesmo com um possível aumento na produção. Essa expectativa se sustenta devido à previsão de que o clima pode continuar chuvoso durante o verão, o que deve impedir aumento significativo da oferta de folhosas no mercado.



### Chuva afeta transplântio em SP

As chuvas constantes verificadas em janeiro dificultaram o preparo da terra para o transplântio de folhosas em Ibiúna e Mogi das Cruzes (SP). Dessa forma, espera-se que o volume de alface que será colhido em março (quando ocorre a colheita das mudas transplantadas em janeiro) pode ter redução. Apesar da dificuldade no transplântio, nos dias menos chuvosos de janeiro alguns produtores intensificaram a atividade. Segundo viveiristas, as vendas de mudas de alface aumentaram de 20% a 30% entre dezembro/12 e janeiro/13, como reflexo da valorização do produto neste início de ano. Este fato levou agricultores a produzirem mais folhosas para aproveitar os preços elevados. De acordo com viveiristas de Ibiúna e Mogi das Cruzes, as encomendas de mudas da variedade cresa têm representado 65% do total, enquanto que as das mudas da americana respondem por 20%; quanto às lisas, as encomendas somam 15%. Agentes acreditam que a venda de mudas tende a seguir elevada até março, considerando-se as altas cotações neste início de ano.

### Preços sobem no início de 2013

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



Fonte: Cepea





## Safra das águas atinge pico de colheita

### Área colhida será maior em fevereiro e março

Mesmo com o encerramento da colheita em janeiro em Ibirairas/Santa Maria (RS) e nas praças paranaenses de Curitiba, São Mateus do Sul, Irati e Ponta Grossa, o mercado brasileiro ainda deverá contar com elevada área de batata a ser colhida nos meses de fevereiro e março. Isso porque nesses dois meses está prevista a concentração da colheita da temporada das águas 2012/13 – quase 40% da área total esperada nesta safra deve ser ofertada no período. O grande responsável pelo abastecimento nacional no período será o estado de Minas Gerais, com picos de colheita na região do Sul de Minas, em fevereiro, e no Triângulo Mineiro, em março. Além disso, a intensificação das atividades em Bom Jesus (RS) e em Água Doce (SC) também deve aumentar a oferta em relação à de janeiro. Vale lembrar que a praça de Guarapuava (PR), que iniciou a colheita na virada do ano, continuará produzindo até o final de maio, contribuindo para aumentar a oferta nacional.



### Boa rentabilidade na primeira parte da safra das águas

A redução de área da safra das águas, que refletiu em menor oferta no início da temporada (em novembro), trouxe resultados positivos para a maioria dos produtores que colheram a

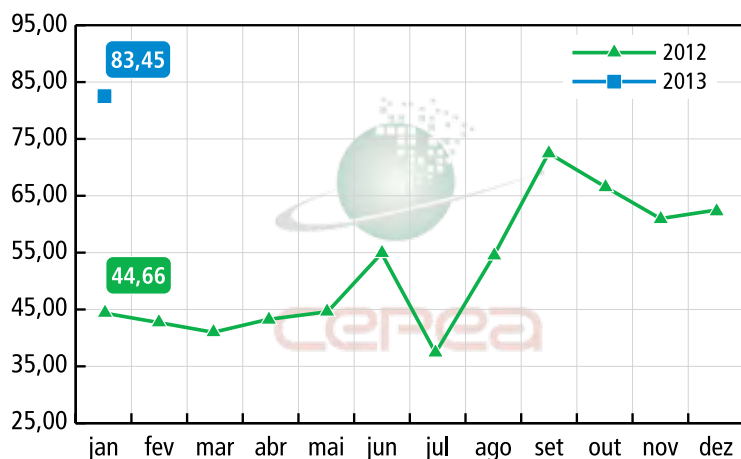
batata, pelo menos até o final de janeiro. Em Ibirairas/Santa Maria (RS), onde a colheita ocorreu de novembro/12 a janeiro/13, os preços estiveram sempre acima dos custos. No Paraná, onde a safra 2012/13 também já finalizou (exceto em Guarapuava), o preço médio ao produtor entre novembro e janeiro ficou acima do valor mínimo estimado. Com os bons resultados, bataticultores dessas regiões conseguiram cobrir parte dos prejuízos acumulados em anos anteriores, o que deve frear uma nova redução no cultivo para a próxima temporada. As regiões de Guarapuava (PR) e do Sul de Minas, que colheram boa parte da safra em janeiro, também puderam aproveitar as cotações positivas, devendo encerrar a temporada no azul.

### PR e Sul de Minas intensificam plantio das secas

Após o encerramento da colheita da temporada das águas, produtores paranaenses já iniciaram o cultivo para a safra das secas 2013. Os trabalhos, que começaram entre janeiro e fevereiro, deverão ser intensos até março. Outra região que também tem pico de plantio em fevereiro é o Sul de Minas Gerais, onde cerca de 75% da área da temporada das secas deverá ser cultivada no mês. Com as boas cotações nos últimos meses, a área não deverá apresentar redução em relação à última temporada.

### Produtores da Chapada podem deslocar plantio para Cristalina

A seca que atinge a Chapada Diamantina (BA) desde agosto de 2012 tem sido um fator limitante para o cultivo de batata na região. Com o baixo nível dos reservatórios, a área precisou ser reduzida, mesmo com os altos preços. Assim, de acordo com agentes do setor, alguns produtores poderão migrar parte do cultivo da região da Chapada para Cristalina (GO). Tal decisão, contudo, só será tomada após serem verificados os efeitos das chuvas de verão nos reservatórios do Nordeste.



### Preço em janeiro é quase o dobro do de jan/12

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

Fonte: Cepea



# Mais tempo aberto para a produtividade.



## Galben® M

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

**SE O TEMPO VAI FECHAR, VÁ DE GALBEN M.**



#### ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Uso exclusivamente agrícola.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.

[fmcagricola.com.br](http://fmcagricola.com.br)

# FMC

Fazendo Mais pelo Campo

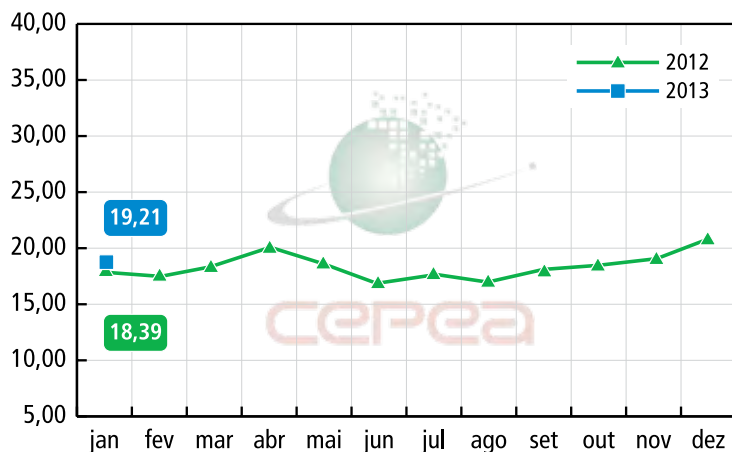


## Embarques da safra 2012/13 podem fechar em queda



### RN/CE encerra temporada de exportação

As exportações de melão da safra 2012/13 devem perder o ritmo em fevereiro e serem finalizadas em março. Os envios iniciaram em agosto/12, com a colheita do polo produtor Rio Grande do Norte/Ceará. De março a abril, a Costa Rica passa a ser o principal país a abastecer a União Europeia. A Costa Rica é o segundo maior exportador à UE, em termos de receita, se considerados os países fora do bloco – fica atrás somente do Brasil. Em janeiro/12, por exemplo, do total gasto pela UE com importação de melão, 79% correspondeu à fruta brasileira contra 2% da Costa Rica. Já em março/12, a participação do Brasil no mercado europeu caiu para 16%, enquanto a da Costa Rica subiu para 46% – os dados são do Eurostat. Na atual temporada, os envios brasileiros devem ser inferiores aos da passada. De agosto a dezembro/12, foram embarcadas 128,6 mil toneladas de melão, volume 4% inferior ao do mesmo período de 2011. Em receita, foram obtidos US\$ 98,9 milhões (FOB), 3,4% a menos na mesma comparação. Inicialmente, as expectativas eram de que o volume pudesse ser maior. Porém, a partir de outubro/12, o ritmo de exportações começou a reduzir por conta da estiagem no Nordeste, que resultou em queda de produtividade.



### Oferta elevada e pouca demanda reduzem valores

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



Fonte: Cepea

### Após fim de ano lento, vendas podem melhorar

A expectativa de produtores de melão é de preços mais atrativos em fevereiro e março frente aos observados nos últimos meses. O motivo seria a redução da oferta e também o possível aquecimento da demanda nesse período. Em dezembro/12, a demanda doméstica não foi suficiente para absorver toda a fruta ofertada pelo RN/CE e pelo Vale do São Francisco (BA/PE) – ao contrário de anos anteriores, o Natal não favoreceu a procura pelo melão. Isso porque, de acordo com agentes do setor, cada vez mais, o melão tem sido considerado como uma fruta comum no dia a dia, e consumidores deram preferência para outras frutas. De fato, tem sido observada maior regularidade na oferta do melão no decorrer do ano, tanto em termos de volume quanto de qualidade.

### RN/CE pode cultivar na entressafra e afetar Vale

Desde meados do ano passado, o RN/CE tem passado por um período de seca. Como a cultura é irrigada, a ausência de chuvas geralmente até beneficia a lavoura. Porém, em 2012/13, houve diminuição do volume de água dos poços, tornando-a mais salina, o que prejudicou a produtividade da região. Nos próximos meses, apesar de previsões indicarem baixo volume de chuva no Nordeste, as precipitações ainda devem superar o registrado no final de 2012, já trazendo alívio aos produtores. Ao mesmo tempo, chuvas abaixo do normal podem motivar parte dos melonicultores do RN/CE a estender a colheita nos meses de entressafra – abril a julho. Este cenário, se confirmado, pode afetar a venda de melões do Vale do São Francisco, que cultivam principalmente neste período. Por sua vez, o Vale também tem estendido sua oferta para outros meses do ano, coincidindo com a safra do RN/CE. Neste caso, uma das estratégias é o escoamento da fruta na própria região Nordeste, onde o consumo tem sido favorecido pela melhor distribuição de renda da população.

SEÇÃO ELETRÔNICA MELÃO  
Cadastre-se e receba preços semanais do melão.  
[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade)





## Menor oferta e maior qualidade elevam preço da pera

### Média da pera inicia 2013 com alta de 33%

Após meses de cotações em baixos patamares, os preços da laranja no mercado paulista começaram a se recuperar neste início de ano. Em janeiro, já houve valorização, e a tendência é que em fevereiro a fruta siga em patamares relativamente firmes. Segundo colaboradores do Cepea, o principal motivo para a alta das cotações foi a menor oferta geral de laranja, devido ao período de entressafra. Além disso, houve maior disponibilidade de pera temporã, mais apreciada que a natal e a valência, o que aumentou a liquidez. A procura foi sustentada, ainda, pelo clima quente, apesar de as chuvas terem limitado o escoamento em alguns períodos. Quanto à fruta da próxima temporada (2013/14), a oferta deve aumentar apenas a partir de maio.

### SP deve colher menos em 2013/14; setor segue cauteloso

Ainda não há estimativas oficiais para o volume de laranja a ser produzido na safra paulista 2013/14. Porém, em janeiro, já era consenso de que a próxima temporada será inferior à 2012/13. Segundo divulgado pela imprensa, uma fonte da indústria teria estimado a produção nacional em 300 milhões de caixas, o que corresponderia a uma queda de mais de 17% frente à estimativa da Citrus-BR da safra 2012/13. Até o final de janeiro, poucos contratos novos haviam sido fechados para a próxima temporada, o que deixou as atenções volta-

das ao escoamento da atual. Em fevereiro, uma das processadoras ainda deve realizar novas compras, e citricultores seguem atentos aos leilões de Pepro. O interesse em participar das operações é explicado pela tentativa de complementar seus rendimentos com o prêmio oferecido pelo governo. No entanto, o primeiro leilão de 2013, do dia 31 de janeiro, frustrou as expectativas de muitos produtores. Isso porque não permitiu participação daqueles que têm negociado a fruta por até R\$ 6,00/cx, posta. No leilão, o prêmio ficou em R\$ 4,001/cx, sendo necessário comprovar venda acima de R\$ 6,099/cx para totalizar o preço mínimo de R\$ 10,10/cx.

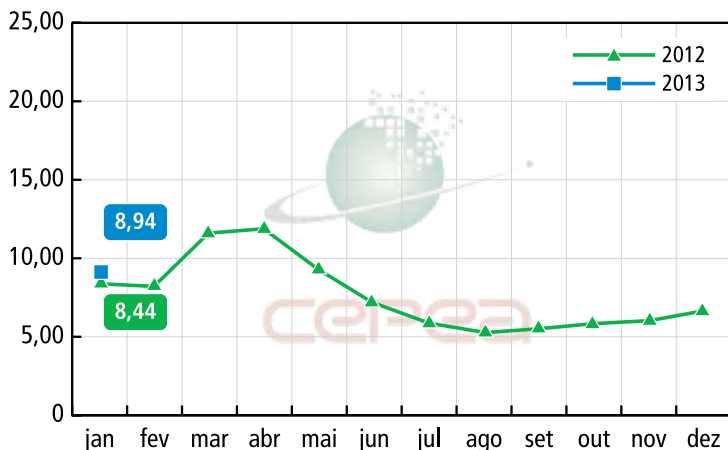
### Safra da Flórida recua; colheita deve ser de 141 milhões de caixas

O Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) reduziu novamente em fevereiro sua estimativa para a safra de laranja 2012/13 da Flórida, que deve colher 141 milhões de caixas – queda de 4% ante a 2011/12 e de 9,2% frente ao primeiro relatório, divulgado em outubro/12. Um dos motivos para a redução é a elevada incidência de greening (HLB) nos pomares do estado, que reduziu o calibre e ocasionou queda de frutos. Para o relatório de março, podem ser verificadas novas perdas para as valências, já que a quantificação deve ficar mais clara à medida que as atividades de campo são intensificadas.



### Safra de tahiti entra em pico em fevereiro

A oferta da lima ácida tahiti deve ser ainda maior em fevereiro, quando deve iniciar o pico de oferta da fruta. Assim, a expectativa é que os preços recuem ainda mais no período. Apesar de parte da fruta da safra ter sido colhida em dezembro mesmo fora do calibre ideal – motivada pelos bons preços –, espera-se que o volume colhido na safra seja elevado. A maior disponibilidade da tahiti já pressionou os valores em janeiro, e a média mensal da fruta paulista foi 65% inferior à de dezembro, com a caixa de 27 kg, colhida, cotada a R\$ 7,96, na roça.



### Preço da pera sobe um pouco em janeiro

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

Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA CITROS  
Cadastre-se e receba preços semanais de citros.  
[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade)



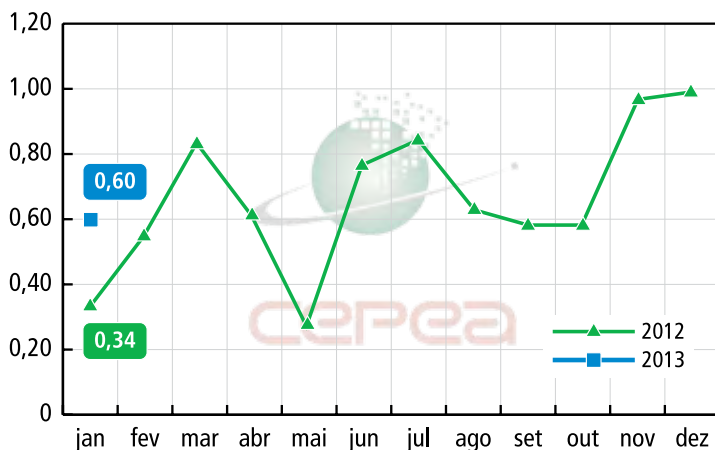
## 2013 inicia com oferta elevada

### Preços recuam com alta disponibilidade de mamão

A oferta de mamão está elevada neste primeiro trimestre de 2013, de modo que as cotações podem seguir reduzidas pelo menos até março. Esse cenário já foi observado em janeiro, quando o mercado também foi influenciado pela demanda mais enfraquecida, devido ao período de férias escolares. A maior disponibilidade da fruta neste começo de ano se deve ao clima quente nas principais regiões produtoras. Em janeiro, a média do mamão havaí do Espírito Santo foi 20,8% inferior à de dezembro/12. Para o formosa capixaba, a queda no preço foi de 45% na mesma comparação. A partir do final de fevereiro a demanda deve aumentar, mas, mesmo assim, a oferta elevada deve manter as cotações em baixos patamares.

### Clima neste ano pode afetar produção mineira e baiana

Produtores de mamão do Norte de Minas Gerais e do Oeste da Bahia relataram problemas com estiagem em praticamente todo o ano de 2012. O clima desfavorável elevou a incidência de doenças, e manteve a oferta controlada. Já em janeiro, o clima quente e um pouco mais úmido acelerou a maturação, elevando a disponibilidade de frutas. A consequência foi o recuo nas cotações do formosa, principal variedade cultivada em ambas as regiões. O preço do formosa baiano esteve 32% menor em janeiro/13 frente ao de dezembro/12. No Norte de



MG, a baixa foi de 37,2% na mesma comparação. Nos próximos meses, agentes devem seguir atentos ao clima. Caso o clima fique mais quente e chuvoso, conforme as previsões climáticas, a oferta pode seguir elevada, e também pode haver maior ocorrência de doenças fúngicas.

### ES e BA devem priorizar controle de doenças

Produtores do Espírito Santo e da Bahia vêm aumentando a preocupação quanto à depreciação do mamão por conta de doenças – nesses estados, houve incidência de pinta-preta, mancha chocolate e vírus do mosaico no segundo semestre de 2012. Neste cenário, produtores que estiverem capitalizados, ao invés de investirem em área, devem priorizar o melhor controle de doenças e o ganho de qualidade da produção. O objetivo é evitar problemas de escoamento ou de remuneração.



### Volume de mamão exportado em 2012 é o menor em 11 anos

Em 2012, o Brasil exportou 26 mil toneladas de mamão, o menor volume desde 2001, quando o País embarcou 24,3 mil toneladas, segundo dados da Secex. O principal motivo foi a redução de área em 2012, que manteve a oferta restrita. Assim, as cotações estiveram em elevados patamares, tornando o mercado doméstico mais atrativo ao produtor. O volume exportado em 2012 foi 9% inferior ao de 2011 e 18,5% menor que a média do envio dos 11 anos anteriores (de 2001 a 2011). Dados da Secex indicam, porém, que a receita (em dólares, FOB) está mais favorável. Em 2012, os ganhos foram de US\$ 36,6 milhões, apenas 6,5% inferior à de 2011 e quase 16% maior que a média dos 11 anos anteriores (em termos nominais). Os embarques da fruta brasileira têm como principal destino a União Europeia. Para o primeiro semestre de 2013, a previsão inicial é de boas vendas. Esse desempenho, no entanto, ainda vai depender da atratividade do mercado interno.



### Oferta elevada pressiona cotações de formosa

Preços médios recebidos por produtores pelo mamão formosa - R\$/kg (exceto região de RN)

Fonte: Cepeca





## Pilar do Sul e São Miguel Arcanjo devem ofertar até abril

### Regiões paulistas abastecem o mercado nacional

Pilar do Sul e São Miguel Arcanjo (SP) são as principais regiões a abastecer o mercado nacional nos primeiros meses do ano. Ambas iniciaram a oferta em janeiro, e devem seguir com uva fina até abril e a niagara até maio – esta última variedade é colhida apenas em São Miguel Arcanjo. Entre agosto e setembro/12, o clima esteve mais quente que o normal em vários dias. Diante disso, alguns produtores atrasaram as podas em cerca de 15 dias. Em janeiro, a colheita foi considerada satisfatória, apesar do clima chuvoso. Viticultores que tiveram problemas por conta do clima no início da colheita realizaram raleio de cachos para a comercialização. Nos próximos meses, a importação de uvas chilenas e argentinas pode pressionar as cotações da uva paulista.



### Volume exportado cai em 2012, mas remuneração é satisfatória

As exportações brasileiras de uvas frescas totalizaram 52 mil toneladas em 2012, volume 12,4% inferior ao do ano anterior (Secex). Quanto à receita em dólar, foi de US\$ 121,9 milhões em 2012, queda de 10% frente à de 2011. No entanto, exportadores comentam que os ganhos foram mais satisfatórios, tendo em vista a valorização do dólar e maior preço da fruta no mercado europeu. Os embarques não reagiram em volume porque pro-

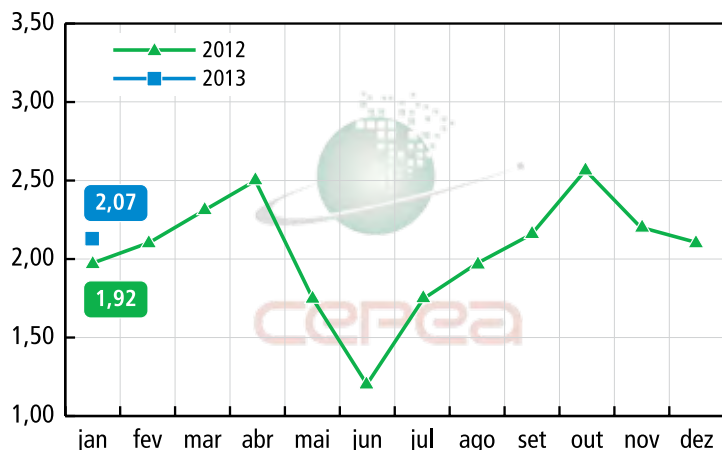
dutores do Vale do São Francisco destinaram boa parte da uva sem semente ao mercado doméstico. Esse direcionamento já estava planejado, e os preços internos também estavam satisfatórios. Além disso, destacam-se as facilidades logísticas e as menores exigências de qualidade na venda no próprio País. Quanto às exportações para os Estados Unidos, estas desaceleraram pela concorrência com a fruta da Califórnia, onde produtores têm colhido variedades mais tardias.

### Importação argentina é incerta para 2013, mas pode aumentar a do Chile

O volume de uva argentina que entrará no mercado nacional ainda é incerto para este ano. O governo brasileiro até liberou as importações da uva em dezembro/12, mas a fruta deve ser submetida à fumigação com brometo de metila apenas em estabelecimentos autorizados. A prática visa controlar o *Brevipalpus chilensis*, ácaro que motivou a interrupção da importação da Argentina no ano passado. Já quanto à fruta chilena, a importação pode seguir crescendo, superando inclusive a quantidade de 2012. Isso porque o Chile pode redirecionar ao Brasil parte da uva que iria aos EUA – houve problemas de qualidade e o brasileiro é menos exigente que o norte-americano.

### Venda fraca no Natal limita ganhos em SP e no PR

A comercialização de uva no Natal não reagiu como o esperado por agentes. Ainda que a demanda estivesse mais aquecida, a elevada oferta limitou os ganhos de produtores no período. Para a uva niagara, a oferta foi maior nas regiões de Campinas (SP), Porto Feliz (SP) e Rosário do Ivaí (PR). Houve, ainda, casos de uva de baixa qualidade colhida após o período ideal, o que também pressionou as cotações. Nas regiões paulistas e paranaenses, viticultores voltam suas atenções à safra temporã, que inicia em abril, na expectativa de que o desempenho seja mais satisfatório.



### Preço da itália em janeiro fica estável frente dez/2012

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



Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA UVA  
Cadastre-se e receba preços semanais de uva.  
[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade)



## 2013 começa com falta de prata nas principais regiões produtoras

### Escassez de prata eleva cotações

Entre setembro e dezembro/12, todas as regiões produtoras de banana prata acompanhadas pelo Cepea registraram excesso de oferta. Porém, o volume já tem se reduzido significativamente neste início de 2013. Em Bom Jesus da Lapa (BA) e no Norte de Minas Gerais, a fruta esteve em falta a partir de meados de janeiro, levando produtores a não conseguirem atender todos os pedidos. A seca nessas duas regiões também pesou para a baixa oferta. Neste cenário, o preço da fruta subiu 48% de dezembro/12 para janeiro/13 na região mineira e 45% em Bom Jesus da Lapa. O mercado de banana tem se mostrado instável – nos últimos meses de 2012, houve excesso da fruta nas roças; já nos primeiros de 2013, a oferta deve ser menor que a demanda. Um pequeno aumento da disponibilidade está previsto apenas para março, mas, pelo menos até o final do primeiro semestre, a oferta da prata deve seguir controlada.

### Produtores do Vale e do Norte de SC têm prejuízo no final de 2012

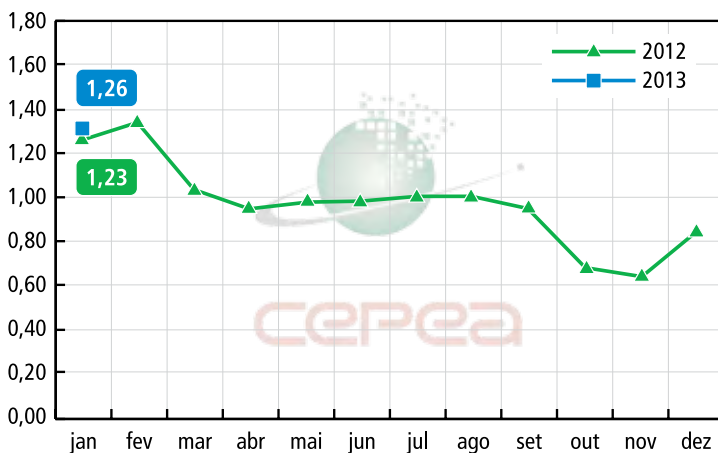
Banicultores das regiões do Vale do Ribeira (SP) e do Norte de Santa Catarina tiveram prejuízos com a fruta nos últimos meses de 2012. A situação foi mais crítica no norte catarinense. No início de setembro, essas regiões entraram em pico de oferta – prata no Vale e nanica em Santa Catarina. A oferta permaneceu elevada até meados de dezembro/12 no Vale do Ribeira, ao passo que, em Santa Catarina,

o volume de nanica deve diminuir apenas em fevereiro. Com o inverno seco nessas regiões em 2012, a maturação dos cachos foi mais lenta, gerando excesso de oferta na primavera passada e no verão atual. O consumo também recuou em dezembro, devido às festas de final de ano e férias escolares. Já a partir do primeiro mês de 2013, com o recuo na oferta no Vale do Ribeira, a prata voltou a valorizar. Acredita-se que o mercado deve reagir apenas em fevereiro, com queda na oferta e o retorno das aulas. Apesar do volume elevado no final do ano, que gerou perdas, a rentabilidade do bananicultor paulista foi positiva no balanço de 2012. Na região de Santa Catarina, produtores também fecharam o ano no azul, apesar de agentes comentarem que houve perdas de até 20% se considerado o volume colhido em todo o ano de 2012.



### Exportações para UE podem aumentar neste ano

A expectativa de agentes é de que as exportações de banana para a União Europeia aumentem neste ano. A maior região exportadora é a do Rio Grande do Norte/Ceará, onde algumas áreas foram renovadas, o que pode aumentar a produtividade. Assim, pode haver maior volume de fruta disponível para envio à Europa, e o volume embarcado pode ser até 20% superior. De acordo com a Secex, em 2012, os embarques para a União Europeia totalizaram 51,5 mil toneladas, 1,9% menor que o registrado no mesmo período de 2011. O Brasil, que esteve em nono lugar no *ranking* de exportação de banana para o bloco na média de 2003 a 2011, obteve receita de US\$ 22,7 milhões no ano passado, segundo a Secex. Para o Mercosul, os envios recuaram significativamente em 2012. De janeiro a dezembro/12, as exportações ao Mercosul somaram 44 mil toneladas, sendo 22,6% inferiores às de 2011. Em receita, as negociações com o Mercosul totalizaram US\$ 12,4 milhões em todo o ano de 2012, quase 20% abaixo do registrado no ano anterior. Assim, considerando-se todos os destinos, as exportações terminaram 2012 em queda.



### Preço sobe em MG com baixa oferta

Preços médios recebidos por produtores do norte de Minas Gerais pela prata-anã - R\$/kg

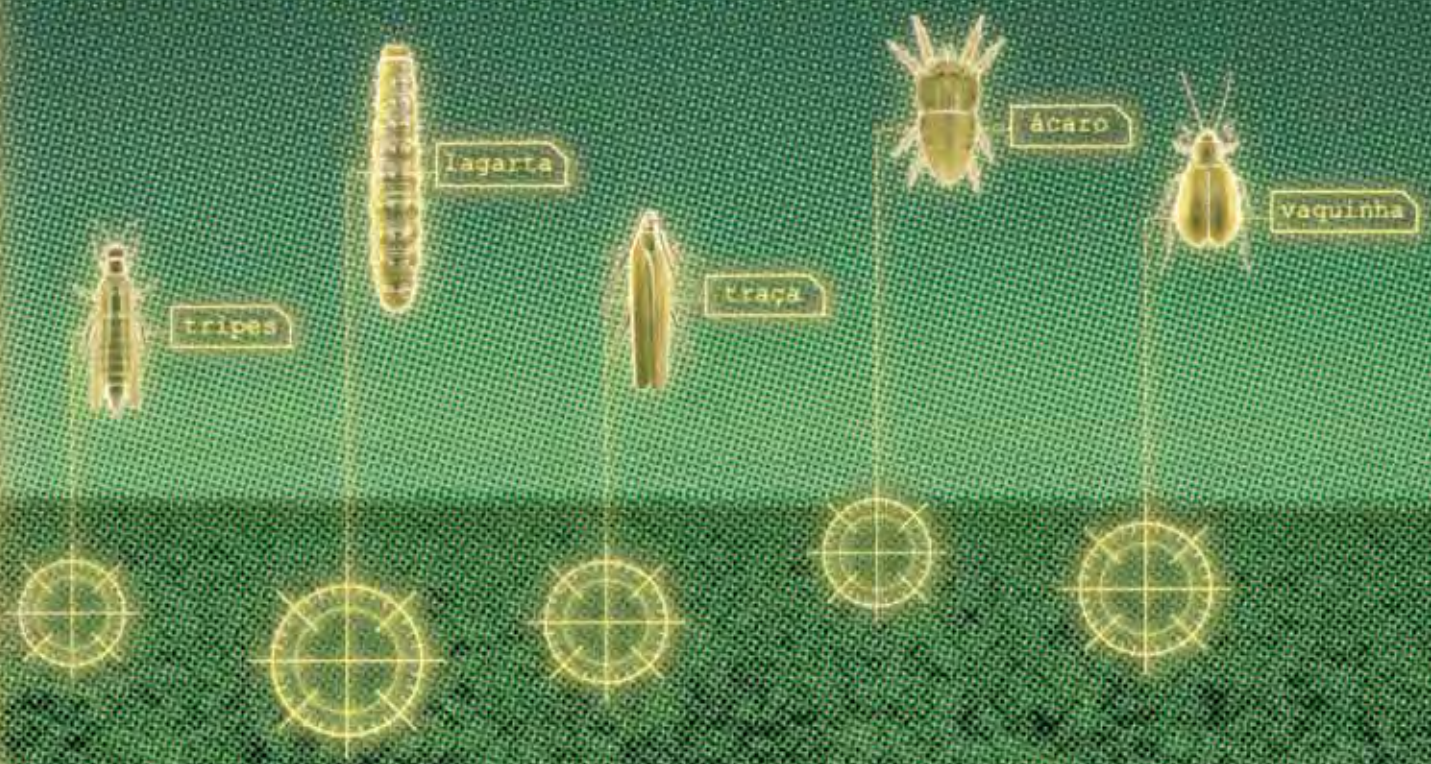
Fonte: Cepea



# Pirate®

Inseticida

## Para múltiplas culturas, contra múltiplos alvos.



Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Inclua outros métodos de controle de doenças/pragas/plantas infestantes (ex.: controle cultural, biológico etc) dentro do programa do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Para maiores informações referentes às recomendações de uso do produto e ao descarte correto de embalagens, leia atentamente o rótulo, a bula e o receituário agrônomo do produto. Produto registrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento sob número 05898.

**ATENÇÃO** Este produto é perigoso à saúde humana e animal e ao meio ambiente. Use sempre o equipamento de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO, VERDADEIRO RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



**Pirate®. Inseticida e acaricida com alta eficácia no controle de importantes traças, lagartas, tripses, ácaros e de outras pragas em hortifruti.**

- Amplo espectro de ação.
- Modo de ação exclusivo e movimentação translaminar.
- Excelente ação de choque e residual de controle.
- Ideal para o Manejo Integrado de Pragas (MIP).

☎ 0800 0192 500  
www.agro.basf.com.br

**BASF**  
The Chemical Company



**Mesmo com geadas tardias, qualidade não é afetada**

## Safra 2012/13 pode ter qualidade e volume semelhantes

A expectativa para a temporada 2012/13 de maçãs é de volume próximo ao produzido na anterior. Segundo dados iniciais da ABPM (Associação Brasileira de Produtores de Maçã), o total colhido no Sul do País pode ser de 1,2 milhão de toneladas, praticamente estável frente ao registrado na safra 2011/12. A colheita começou em janeiro em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul. Quanto à gala, as atividades começaram na segunda quinzena de janeiro em Fraiburgo (SC) e Vacaria (RS), e devem iniciar em fevereiro na região de São Joaquim (SC). Quanto à fuji, as perspectivas são de início de colheita em meados de fevereiro em Vacaria e em março nas regiões catarinenses. Mesmo com problemas climáticos pontuais – ondas de frio com geadas em outubro/12 e chuvas de granizo em novembro e dezembro/12 –, agentes esperam que a safra 2012/13 seja semelhante à anterior também com relação à qualidade. Dentre as principais regiões produtoras, Vacaria poderá contar com frutas de melhor qualidade, visto que a produção local não foi afetada pelo clima adverso.

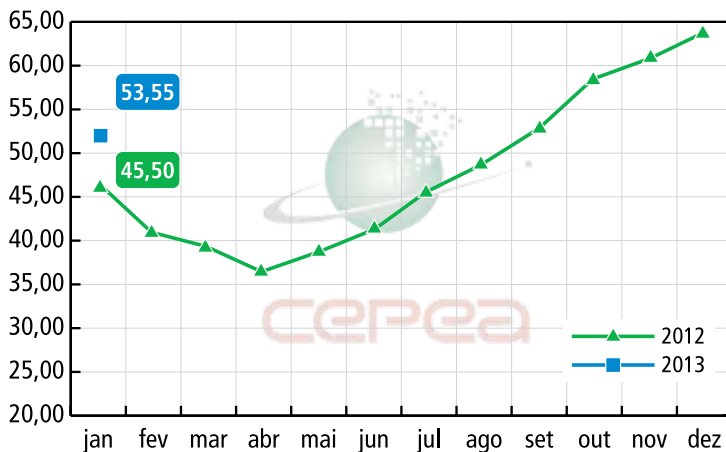
## Clima favorece safra de eva e produção é maior que a anterior no PR

A safra 2012/13 da variedade precoce eva começou a ser colhida no final de novembro, intensificada em dezembro e terminou em janeiro. O Paraná é o estado que tem maior concentração

de cultivo dessa variedade, sobretudo nas regiões de Palmas e Porto Amazonas. Na atual temporada, segundo agentes, o Paraná registrou aumento no volume colhido de eva frente à temporada anterior, totalizando 21,6 mil toneladas. Esta elevação foi motivada por algumas áreas do estado que entraram em produção na atual safra. O clima ao longo do período de desenvolvimento da fruta também foi favorável, o que garantiu boa qualidade. Desse modo, produtores relataram bom giro de vendas a preços em patamares elevados frente aos do ano anterior. A comercialização da fruta se estendeu até o final de janeiro, período em que a gala, variedade mais demandada pelos brasileiros, começou a ser colhida. A resistência da eva é menor frente às outras variedades e, além disso, não ocorre armazenamento, o que faz com que produtores tenham que escoar a fruta logo após a colheita.

## Após bom desempenho em 2012, exportação pode seguir firme

Os envios brasileiros de maçã, que registraram quedas consecutivas nos últimos três anos, voltaram a subir em 2012. Esse cenário, combinado ao recuo das importações, colaborou para que o Brasil voltasse a ser exportador líquido de maçã no ano passado. Segundo a Secex, 51 mil toneladas foram adquiridas pelo Brasil ao longo de 2012, redução de 47% frente a 2011. Quanto aos envios, o total foi de 72,2 mil toneladas, alta de 48% na mesma comparação. As perspectivas quanto ao desempenho dos embarques em 2013 são otimistas. Isso porque há expectativa de boa qualidade na atual safra nacional e também queda de cerca de 9% na produção europeia, o que deve manter o volume de maçã no mercado externo reduzido. Os estoques europeus de gala e fuji, por exemplo, já estão menores neste início de 2013. Em relação à importação, a expectativa de agentes do setor também é de elevação em 2013. Isso porque o ano anterior foi atípico, com barreiras impostas às frutas argentinas. Além disso, as previsões iniciais do USDA relatam manutenção na safra chilena – cerca de 1,3 milhões de toneladas – e aumento de 20% na produção da Argentina.



## Pouca oferta e boa qualidade elevam preço em jan/13 frente jan/12

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

Fonte: Cepepa





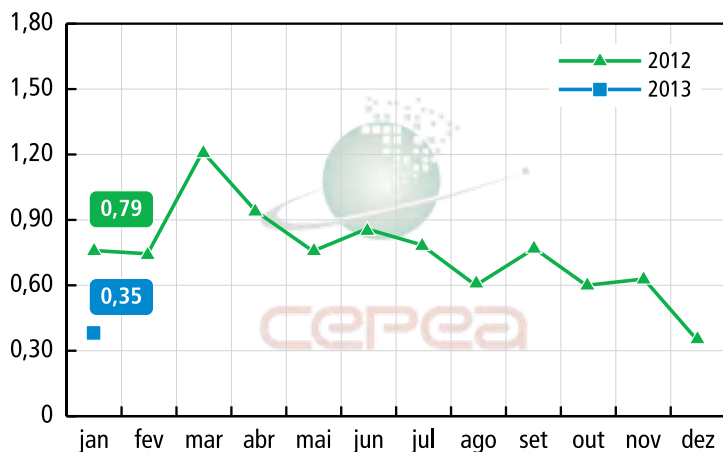
## Oferta de palmer está elevada no mercado paulista

### SP encerra colheita de *tommy*, mas oferta palmer até março

A região de Monte Alto/Taquaritinga (SP) encerrou a colheita de manga *tommy* na segunda quinzena de janeiro. Apesar da menor produtividade na safra 2012/13, as frutas apresentaram boa qualidade. Com relação à *palmer*, a colheita teve início em dezembro/12, foi intensificada em janeiro e deve se entender até março. No primeiro trimestre do ano, a região paulista enfrenta períodos de temperatura elevada e alta ocorrência de chuva, condições propícias ao desenvolvimento de doenças, como a antracnose. De modo geral, a região tem ofertado *palmer* em grande quantidade nesta temporada, como ocorreu em anos anteriores. Assim, a comercialização da fruta tem se limitado ao mercado *in natura*, por conta do baixo interesse de indústrias processadoras, que possuem grande volume de polpa estocada.

### Após manter envios em 2012, Vale reduz o ritmo neste semestre

Os envios brasileiros de manga totalizaram 127 mil toneladas em 2012, praticamente estável em relação a 2011, conforme a Secex. A receita foi de US\$ 137,6 milhões, queda de 2,4% na mesma comparação. Porém, os ganhos foram considerados satisfatórios, tendo em vista a desvalorização do Real frente ao dólar. No primeiro semestre de 2013, o Brasil segue com exportações de manga para a União Europeia, mas em menor ritmo. Um



fator que limita os embarques na primeira metade do ano é o menor volume colhido pelo Vale do São Francisco, principal região exportadora. Para o segundo semestre, produtores também já iniciaram os planejamentos – a maior oferta deve ocorrer a partir de agosto. Porém, ainda é cedo para perspectivas, visto que os envios dependerão da demanda internacional, atratividade do mercado interno e desempenho de países concorrentes.



### Livramento ainda sofre com falta de chuva

A região de Livramento de Nossa Senhora (BA) tem enfrentado sérios problemas com a falta de precipitações. A previsão climática para o primeiro trimestre de 2013 é de chuva constante na região e em municípios vizinhos, mas os volumes não devem ser suficientes para recuperar os níveis de água da barragem e retomar a irrigação. Produtores afirmam que a safra de manga neste primeiro semestre já foi afetada, visto que a seca prejudicou a formação dos frutos e tem causado a morte de árvores. Produtores que contam com outras maneiras de irrigar seus pomares, como poços artesanais, são os que têm conseguido ofertar manga nesta primeira metade do ano.

### Equador encerra exportações com leve queda

Na temporada 2012/13, o Equador reduziu em 2,2% o volume de manga destinado aos Estados Unidos, totalizando 35,2 mil toneladas, de acordo com o *National Mango Board*. A diminuição foi atribuída à menor colheita, devido ao clima úmido durante a floração. A principal variedade exportada pelo país nesta última safra foi a *tommy*, com 70% de representatividade. O Equador destina mais de 80% de sua produção aos Estados Unidos, concorrendo com o Brasil e com o Peru. Na última temporada, o Equador exportou de outubro/12 a janeiro/13. Houve, portanto, atraso de duas semanas no início dos embarques, devido às chuvas na floração, o que favoreceu as exportações brasileiras à costa oeste dos EUA.

### Poucas vendas reduzem preço

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



Fonte: Cepea





**ENTREVISTA:** Jorge Morikawa

“A GRANDE VANTAGEM EM TRABALHAR COM MINI E BABY É TER ESTABILIDADE DE PREÇOS PRATICAMENTE O ANO TODO”

Jorge Morikawa é formado em engenharia industrial química pela Universidade de São Paulo (USP). É produtor de minivegetais, sendo que o carro-chefe são as minialfaces. Também é proprietário da *Saladas Finas*, empresa que negocia seus produtos diretamente nos “varejões da Ceagesp”.

**Hortifruti Brasil: Há quanto tempo o senhor atua na produção de mini e baby hortifrutis? O que o motivou a trabalhar com esses produtos?**

**Jorge Morikawa:** Demos início ao cultivo de minialface há mais de 10 anos. Mas, de maneira consistente, cultivamos há cerca de sete anos, quando firmamos parceria com uma empresa holandesa de sementes para a introdução no Brasil de uma linha de minialfaces com folhas “baby”. Fomos os pioneiros neste segmento. Antes dessa parceria, tínhamos problemas com a continuidade no fornecimento das sementes, o que colocava a perder todo o trabalho de introdução de um novo produto no mercado. Recentemente, iniciamos também a produção de minilegumes (minipepino holandês, minitomate e vagem holandesa) e outras folhosas (miniespinafre para salada, rúcula selvática, “folhinhas de beterraba” etc.). A decisão pelo cultivo das miniaturas representou nossa busca pela diferenciação de mercado e estabilidade nos preços. Atualmente, produzimos em torno de 10 a 12 mil embalagens de mini-hortifrutis por semana, incluindo todos os nossos produtos, mas o principal ainda é a minialface, que representa 70% do nosso volume de vendas.

**HF Brasil: Quais as vantagens de atuar no segmento de mini e baby? O custo de produção do mini frente ao de tamanho normal é muito diferente?**

**Morikawa:** A grande vantagem em trabalhar neste segmento diferenciado é manter a estabilidade de preços praticamente o ano todo. Isso é o grande fator que desperta o interesse dos produtores, e foi o que despertou o nosso também. Com relação ao custo, a semente do produto diferenciado é mais cara, mas o adensamento que o cultivo das mini-hortaliças permite acaba otimizando o manejo e compensando esse gasto. Na média do ano, o produto mini é vendido a um preço, no mínimo, 100% superior ao do convencional, o que traz boas margens de lucro a quem produz.

**HF Brasil: Como é feita a comercialização? Quais os principais problemas que vocês enfrentam?**

**Morikawa:** Estamos focados nas vendas nos “varejões da Ceagesp”, que ocorrem três vezes por semana (quartas-feiras, sábados e domingos). O fato de a nossa produção estar localizada a

apenas 31 km do atacado paulistano facilitou a logística. Paralelamente, distribuímos nossos produtos através de uma empresa atacadista da Ceagesp para empórios localizados na capital paulista. Não temos muitos problemas para escoar a produção. Conseguimos fidelizar clientes o ano todo, independentemente da oscilação de preços dos produtos convencionais. Já com relação à venda para os empórios, a grande sacada foi desenvolver uma caixinha de papelão individual para alface. Isso ajudou

“Não temos muitos problemas para escoar a produção. Conseguimos fidelizar clientes o ano todo, independentemente da oscilação de preços dos produtos convencionais.”

a promover o produto no início da produção e a difusão no mercado. A aceitação foi muito grande. A demanda é grande e crescente para esses produtos. O perfil dos consumidores brasileiros mudou muito nos últimos anos, estão cada vez mais buscando novidades.

**HF Brasil: Quais as principais dificuldades para quem inicia o cultivo de mini e baby?**

**Morikawa:** O produto em miniatura é mais sensível que o de tamanho normal. Assim, é importante que o cultivo seja 100% protegido. Fora isso, ainda necessita de uma adaptação ao clima tropical brasileiro, pois não existem variedades específicas voltadas a este tipo de condição climática. Em relação ao mercado, é preciso acreditar e focar no produto. Para que o trabalho tenha êxito, a empresa precisa fazer com que seus clientes substituam os produtos convencionais, ou pelo menos uma boa parte deles, pelos que oferecemos. Nossa empresa, por exemplo, já não produz hortaliças convencionais há muito tempo, e nossos clientes sempre buscam novidades. Certamente, a venda direta ao consumidor foi o principal fator de sucesso do nosso trabalho. Temos o *feedback* imediato a respeito de novos produtos e também das necessidades e vontades dos nossos clientes.





**ENTREVISTA:** Dr. Cyro Paulino da Costa (esq.) e Dr. Fernando César Sala

“O CULTIVO DE MINIALFACE DE FORMA ADENSADA PODE DUPLICAR A POPULAÇÃO DE PLANTAS POR ÁREA CULTIVADA E GARANTIR MAIOR RENDIMENTO”

Dr. Fernando César Sala é engenheiro agrônomo e doutor em Fitotecnia pela Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (Esalq/USP). Atualmente é professor adjunto II da Universidade Federal de São Carlos (Ufscar), no Centro de Ciências Agrárias, campus de Araras (SP). Dr. Cyro Paulino da Costa também é engenheiro agrônomo pela Esalq/USP e doutor em Horticultura pela Purdue University, Lafayette, Indiana (Estados Unidos). Depois de 31 anos de atuação acadêmica na USP, hoje é professor voluntário na Ufscar, campus de Araras. Ambos participam do projeto de melhoramento de alface tropical.

**Hortifruti Brasil: Na opinião dos senhores, quais são as principais tendências no consumo de alfaces?**

**Dr. Fernando Sala e Dr. Cyro Paulino de Costa:** No Brasil, há um mercado crescente e promissor para produtos como minialface e *baby leaf*. Nichos de mercado como esse têm despertado interesse de alguns produtores e, principalmente, dos consumidores de maior poder aquisitivo. Nesse sentido, uma das linhas de pesquisa em melhoramento genético de alface desenvolvida na Universidade Federal de São Carlos (Ufscar), campus de Araras, baseia-se no desenvolvimento de novas cultivares e novas tipologias de alface, dentro do segmento de miniaturas. O diferencial é que este programa de melhoramento busca o desenvolvimento de cultivares sem formação de cabeça e com folhas de espessura mais grossas e crocantes. Além disso, folhas de alfaces mais espessas conferem maior durabilidade pós-colheita, favorecendo o seu processamento e higienização. O uso de folhosas processadas e prontas para o consumo é uma forte tendência no Brasil. No mercado nacional e mundial de minialface, há inúmeras cultivares, entretanto, a maioria apresenta folhas tenras de textura fina e sem a qualidade da crocância.

**HF Brasil: Das suas pesquisas relacionadas à produção de minialface e baby leaf, o que os senhores poderiam destacar?**

**Dr. Sala e Dr. Costa:** A finalidade das nossas pesquisas em alface é oferecer ao mercado consumidor cultivares mais saborosas e, sobretudo, crocantes. Assim, atuamos no desenvolvimento de novas cultivares e novas tipologias de alface, com a característica de folhas mais espessas, crocantes e saborosas, podendo ser usadas como minialface ou como *baby leaf*. Ao mesmo tempo, estamos trabalhando no desenvolvimento de cultivares tropicalizadas. Isso porque, um dos principais problemas encontrados por produtores é a falta de cultivares adaptadas ao clima brasileiro, o que dificulta a produção, ainda mais no caso das alfaces *baby leaf*. Outra característica que buscamos, e que é muito importante para o cultivo de

alfaces em miniatura, é a obtenção de folhosas com resistência genética para as principais doenças, como míldio (*Bremia lactucae*) e podridão radicular provocada por *Phythium* para o cultivo hidropônico.

**HF Brasil: As novas cultivares de minialface desenvolvidas na Ufscar já estão disponíveis no mercado?**

**Dr. Sala e Dr. Costa:** A Ufscar pretende disponibilizar para o mercado, ainda este ano, uma nova cultivar de alface denominada brunela, considerada uma minialface crocante. Estamos buscando parcerias com empresas do setor sementeiro para viabilizar o processo de multiplicação e comercialização ao produtor. Além desta cultivar, outras, como romana, vermelha e mimosa, aliadas com o conceito de crocância, serão em breve disponibilizadas ao mercado.

**HF Brasil: Os senhores já fizeram estudos de viabilidade econômica de minialface? Quanto custa produzi-la frente à convencional?**

**Dr. Sala e Dr. Costa:** Não temos dados precisos sobre a viabilidade econômica das minialfaces. Trata-se de um assunto pertinente para estudos econômicos, que precisa ser melhor elucidado para servir de referência ao produtor. Entretanto, minialface está sendo muito difundida entre alfaceiros de campo e em cultivo hidropônico no Brasil. Como suas plantas são menores, cultivar minialface é sinônimo de adensamento de plantio. O custo de implantação de ambiente protegido aliado ao sistema hidropônico é elevado, exigindo que o hidroponicultor aproveite ao máximo sua área disponível. O cultivo de minialface de forma adensada pode duplicar a população de plantas por área cultivada e, com isso, garantir maior rendimento. Além disso, a comercialização desse produto no mercado é de forma diferenciada e com alto valor agregado.



**ENTREVISTA:** Renato Luiz Generoso

## “O CONSUMIDOR ESTÁ SEMPRE DISPOSTO A EXPERIMENTAR COISAS NOVAS, DIFERENTES”

Renato Luiz Generoso é formado em publicidade e propaganda pela Faculdade de Comunicação da Cásper Líbero, de São Paulo. Tem MBA em Gestão de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas. Já trabalhou em diversas redes varejistas; desde 2003, é gerente comercial nacional de FLV do Grupo Pão de Açúcar na categoria de Folhagens, Processados, Ovos, Cogumelos e Frutas Secas.

**Hortifruti Brasil:** Em sua opinião, o consumidor brasileiro está disposto a pagar mais por um produto mini, em vez de um hortifrutícola de tamanho normal? Se sim, quais perfis de consumidores estão mais aptos?

**Renato Luiz Generoso:** Acho que a questão não é pagar mais ou não, pois não estamos falando de substituição. Ou seja, o consumidor não vai abandonar seus legumes ou verduras tradicionais, mas, sim, acrescentar essas novidades ao seu dia a dia. O consumidor está sempre disposto a experimentar coisas novas, diferentes. O primeiro perfil de consumidores desses produtos mini corresponde àqueles que estão atrás de produtos *gourmets*, com receitas especiais e exóticas. Outro grupo abrange aqueles interessados em produtos saudáveis e que tenham melhores sabores. Também acredito que há muito potencial no apelo infantil. Nos Estados Unidos, por exemplo, o mercado de produtos “baby”/mini com itens voltados às crianças já é bem maduro, oferecendo opções de minitomates, minicenouras etc., em embalagens com os mais diferentes personagens infantis.

**HF Brasil:** Quais os produtos mini e “baby” mais procurados?

**Generoso:** Atualmente, a maior demanda é por minialfaces (minilisas verde e roxa, crespa verde, romana, brunella e *oak leaf*). Além disso, com a chegada do conceito Salanova (alface cujas folhas pequenas se separam a um único corte) no País, houve maior interesse de plantio e venda desses itens. Inicialmente, poucos produtores foram autorizados a trabalhar com a Salanova, o que dificultava o abastecimento. Hoje temos pelo menos sete fornecedores de Salanova, chegando a um abastecimento próximo do considerado suficiente. Outro grupo que é muito procurado é o dos minitomates, especialmente o *grape*. Esse item é, certamente, o que teve melhor aceitação dos consumidores. Hoje, já tem muita gente produzindo e, em todos os lugares, você pode encontrar embalagens de tomate *grape* (ou com alguns outros nomes). É muito saboroso e é interessante ver que as crianças adoram e representam grande parte dos consumidores desse produto.

**HF Brasil:** A oferta de mini e “baby” é suficiente para atender

à demanda do Grupo Pão de Açúcar?

**Generoso:** O mercado de mini e “baby” é relativamente novo, com participação mais ativa há pouco mais de dois ou três anos. Desde então, na nossa rede, o crescimento tem sido exponencial. Alguns produtos vêm crescendo de 90 a 100% nas vendas em comparação aos anos anteriores. O apelo à saúde e a novidade dos itens (pequenos e saborosos) têm alavancado as vendas e conquistado uma parte importante das áreas de exposição de folhagens nas nossas lojas. Esses itens também passam a fazer parte do portfólio dos produtos minimamente processados, colocados em pacotes tipo *pillow packs*.

**HF Brasil:** Como é feita a compra de hortifrutícolas mini e “baby”? Há algum sistema de parceria com os produtores?

**Generoso:** Compramos essa linha diretamente dos produtores. Estamos sempre estimulando nossos fornecedores a desenvolver novidades, dando o suporte na compra de suas produções.

**HF Brasil:** Você acredita no crescimento desse nicho de mercado? O que poderia ser feito para aumentar o consumo de hortifrutis em miniatura no Brasil?

**Generoso:** Essa linha de produtos precisa, neste momento, de maior divulgação, para que o consumidor passe a conhecer as diferenças de sabor nos produtos. Um fator determinante no desenvolvimento dessa venda é a escolha das embalagens. Aquelas elaboradas em PVC, que não machucam ou amassam as alfaces, por exemplo, tornam-nas mais atrativas e com mais frescor aos olhos do consumidor. Embalagens bonitas e práticas motivam os consumidores a terem interesse pelo produto e a querer experimentá-lo. Um segundo passo é a conquista pelo sabor. Um tipo de divulgação que tem sido feito por alguns fornecedores são degustações nos pontos de vendas, procurando apresentar aos consumidores essas novas opções. Por exemplo, no caso das minialfaces que têm na crocância o seu ponto alto, conhecer esta diferença no sabor pode tornar as saladas mais interessantes para o consumo diário da família. ■

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



**CONSENTO®**

**Você ganha em praticidade, sua  
lavoura em eficácia.**

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

**É tempo de CONSENTO.**



**ATENÇÃO** Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e 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



Folha e Botejo Integrado de Proteção  
Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos.  
Use exclusivamente agrícola.



**Bayer CropScience**  
Bayer, é bom

# DOW AGROSCIENCES PROTEÇÃO DE PONTA A PONTA

www.dowagro.com.br



**Pulsor** 240 SC  
FUNGICIDA

**Dithane** NT  
FUNGICIDA

**Curathane** SC  
FUNGICIDA

**Sabre**  
INSETICIDA

**Lorsban** 480 BR  
INSETICIDA

**Intrepid** 240 SC  
INSETICIDA

**Tairel** M

**Platinum NEO**

**Ellect**

A Dow AgroSciences apresenta sua linha de produtos para proteção das lavouras de Hortifruti.

São diversas soluções, para múltiplas culturas, que protegem sua produção de ponta a pontal

[www.dowagro.com.br](http://www.dowagro.com.br)  
0800 772 2492

## 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.



Dow AgroSciences

Soluções para um Mundo em Crescimento\*

**Dominador,**  
esse dá show em  
qualquer campo.



Tomate híbrido

**DOMINADOR F1**

**TOPSEED**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

**PARA USO DOS CORREIOS**

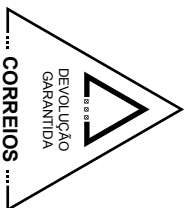
- |  |  |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Mudou-se            | 2 <input type="checkbox"/> Falecido            |
| 3 <input type="checkbox"/> Desconhecido        | 4 <input type="checkbox"/> Ausente             |
| 5 <input type="checkbox"/> Recusado            | 6 <input type="checkbox"/> Não procurado       |
| 7 <input type="checkbox"/> Endereço incompleto | 8 <input type="checkbox"/> Não existe o número |
| 9 <input type="checkbox"/> _____               | 10 <input type="checkbox"/> CEP incorreto      |

Reintegrado ao Serviço Postal em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Responsável \_\_\_\_\_

Impresso  
Especial  
**FEALQ**  
..... CORREIOS .....

9912227297-2009 - DR/SPI



**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

**IMPRESSO**



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

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

NOVA ESTUDO

Tomate híbrido

## DOMINADOR F1

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

**TOPSEED**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

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

Tel.: 24 2222-9000

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