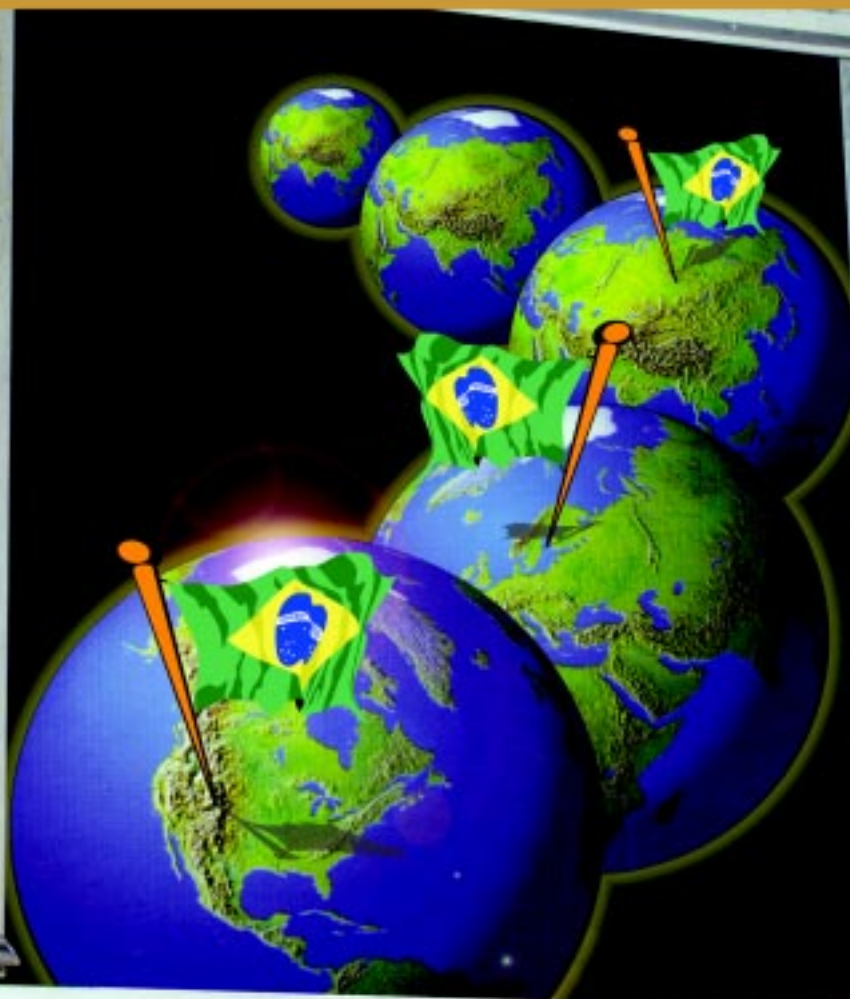


# Hortifruti <sup>Brasil</sup>

Uma publicação do CEPEA - USP/ESALQ  
Ano 1 • Nº 04 • Agosto de 2002



## *Janelas de Mercado*

*Oportunidades e  
entraves no comércio  
internacional de frutas*

# Tomate de qualidade com alta produtividade

E agora com campanha!!!

## THOMAS



LEVA ÀS COMPRAS



INFORME-SE NA SUA REVENDA



**syngenta**

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

11 5643 6779

Por Maria Luiza Nachreiner,  
Renata Romaguera dos Santos



Renata e Maria Luiza foram as organizadoras do estudo sobre a competitividade brasileira no mercado internacional de frutas

As projeções são otimistas. O governo acredita que chegaremos a gerar US\$ 500 milhões com a exportação de frutas daqui a três anos e um bilhão em 2010. Isso significa um aumento da receita de quase US\$ 80 milhões ao ano. Potencial para atingir tal meta, sem dúvida, há. O Brasil é o maior produtor mundial de frutas, mas participa somente com 1% do comércio externo. Além disso, o país pode exportar a fruta praticamente o ano todo. Em 2001, o montante gerado com exportações de frutas foi de US\$ 221 milhões, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior.

Os benefícios de uma ampliação das exportações, para a cadeia produtiva das frutas, serão elevados. A venda exter-

*Potencial o país apresenta, mas há entraves para chegar a exportar US\$ 1 bilhão daqui a 8 anos*

## Exportar ou morrer

na representa uma das principais alternativas para aumentar a rentabilidade do setor e escoar o aumento da oferta esperada para os próximos anos. A Hortifruti Brasil também valida essa hipótese como saída para remunerar os elevados investimentos realizados nos últimos anos e traz à tona algumas das medidas que precisam ser adotadas.

Apesar das expectativas, a projeção internacional de uma menor taxa de crescimento das importações de frutas na Europa e Estados Unidos e janelas cada vez mais fixas ao Brasil acabam limitando a expansão das exportações, além dos tradicionais entraves já muito citados pelos exportadores, como barreiras tarifárias, não tarifárias e o "Custo Brasil".

Nesta edição, a Equipe Hortifruti/CEPEA se propôs a ana-

lisar o assunto com maior profundidade – avaliando as perspectivas, as oportunidades, as limitações e a descrição dos principais concorrentes das frutas brasileiras nos mercados de maior poder aquisitivo do mundo: União Européia e Estados Unidos.

A equipe CEPEA elaborou também um calendário com as exportações nacionais e também de outros países exportadores das principais frutas que compõem nossa pauta de exportação. Agentes do segmento exportador foram entrevistados com o intuito de fornecer as informações relativas à competitividade, entraves e expectativas, além de sugestões e soluções plausíveis do seu ponto de vista. Ao término da edição, encontram-se depoimentos a respeito do assunto.



## A Vida da Terra Pede Microgeo



**Processo cíclico de nutrição e proteção para pomares, cafezais, lavouras, pastagens, hortas e floricultura.**

Com o composto orgânico Microgeo, o agricultor produz biofertilizante através da compostagem líquida contínua em tanques. O biofertilizante, conjuntamente com as farinhas de rochas e a biomassa, realiza o processo cíclico de nutrição e proteção vegetal.

Desenvolvido pela Microbiol em convênio técnico e científico com a FEALQ / ESALQ / USP, e pesquisas no CCA / UFSCar, Microgeo contém os preparados biodinâmicos, sendo apropriado para agricultura biodinâmica, orgânica e convencional.

Conheça e passe a utilizar Microgeo para a vivificação da sua agricultura e pecuária, tomando-a tecnicamente sadia e economicamente sustentável.

# MICROGEO

Microbiol Indústria e Comércio Ltda.  
Fone (19) 3451-6581 - Fax (19) 3451-8967  
microgeo@widesoft.com.br

Gerência de Vendas:  
Fertibom Indústrias Ltda  
Fone (17) 523-1434  
fertibom@fertibom.com.br  
www.fertibom.com.br



**INADIMPLÊNCIA** - Nós da *Brasni-ca Frutas Tropicais* gostaríamos de parabenizar o Cepea pela excelente matéria publicada em julho, edição nº 03 (Inadimplência). Precisamos e realmente temos uma matéria clara, objetiva e profunda. Inclusive o Fórum de Idéias mostra experiências reais que muito somam.

*Sebastião Salim Khouri*  
Gerente comercial  
Janaúba / MG

**CRISE ARGENTINA** - Gostaria de dar meus sinceros parabéns pela "refrescante, dinâmica e sucinta" revista que nasceu, com certeza para ficar! Há tempo que procuro uma maneira de ser informado do mundo Hortifruti sem grandes voltas com mensagens claras! Outro motivo de alegria foi ler a tão verdadeira análise feita por Sérgio de Zen sobre a Argentina! A frase "...o fato que cada brasileiro é uma parte do governo quando são tirados benefícios dos cofres públicos sem produzir algo em troca..." é tão verdadeira que somente com consciência podemos evitar o fato de seguir nossos (hoje) pobres irmãos! Ou seja depende de nós e não do Governo!

Parabéns!

*Bernhard Kiep - Diretor Presidente*  
Valmont Ind. e Com. Ltda.  
www.PivotValley.com.br

**METODOLOGIA CEPEA** - Gostaria de saber o porquê da diferença do preço da laranja pêra/mercado, publicado pelo Cepea e pelo Instituto de Economia Agrícola? O preço publicado pelo IEA em 30 de julho para Holambra e Aguai é de R\$ 11,00/cx. para laranja pêra na árvore.

*Godofredo Miltenburg*  
Holambra/SP

No mesmo dia, a média da laranja pêra para mercado levantada pelo Cepea estava em R\$8,00/cx 40.8kg - fruta na árvore. A diferença pode estar relacionada à metodologia distinta de levantamento de preços entre as duas instituições. Para conhecer o método do Cepea, acesse: [www.cepea.esalq.usp.br](http://www.cepea.esalq.usp.br) - indicadores de preços - citros - metodologia. Para conferir o levantamento do IEA, entre em contato com o Instituto pelo tel: 11 - 5073 0244.

**HORTIFRUTI BRASIL** - Vimos agradecer o periódico Hortifruti Brasil, remetido mensalmente para nossa empresa. Ele tem sido importante fonte de informação para a atualização de nossos conhecimentos relativos à fruticultura no Brasil. Agradecemos especialmente a Margarete Boteon pela atenção dispensada.

*Joselito Menezes*  
*Abílio Santos*  
*Djalma Passos*  
Codevasf - Juazeiro/BA

A Hortifruti Brasil agradece as manifestações de apoio e incentivo. Em função da elevada procura pelos exemplares, sua distribuição via correio foi restrita aos produtores rurais. Assim que expandirmos nossa rede de patrocinadores, passaremos a disponibilizá-la, também, aos outros agentes. Ainda assim, todos podem acessá-la na Internet em: [www.cepea.esalq.usp.br](http://www.cepea.esalq.usp.br)

Errata:

Na edição nº 3 da Hortifruti Brasil, a tabela "Exportações caem em 2001" (p.17) contém valores totais que devem ser desconsiderados.

## EXPEDIENTE

CEPEA

Centro de Estudos Avançados  
em Economia Aplicada  
USP/ESALQ

Editor Científico:

*Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros*

Editora Executiva:

*Margarete Boteon*

Editora Econômica:

*Mirian Rumenos Piedade Bacchi*

Diretor Financeiro:

*Sergio De Zen*

Jornalista Responsável:

*Ana Paula da Silva - MTB: 27368*

Assistente de Edição:

*Ana Júlia Vidal*

Equipe Técnica:

*Aline Vitti, Ana Júlia Vidal, Carolina Dalla Costa, Eveline Zerio, Ilonka M. Eijsink, João Paulo B. Deleo, Fernanda R. G. Pinto, Gustavo L. S. Vieira, Maria Luiza Nachreiner, Mateus Holtz C. Barros, Marina L. Natthiesen, Margarete Boteon, Mauro Osaki, Renata Ferreira Cintra, Renata R. P. dos Santos e Tatiana Vasconcellos Biojone.*

Apoio:

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários  
Luiz de Queiroz

Projeto Gráfico e Capa:

*JR&M Propaganda e Marketing*  
Fone: 19 3422-0634 -  
[jr&m@merconet.com.br](mailto:jr&m@merconet.com.br)

Fotolitos:

*Nautilus Estúdio Gráfico*  
Fone: 19 3422-4220  
[nautilus@merconet.com.br](mailto:nautilus@merconet.com.br)

Impressão:

*MPC Artes Gráficas*  
Fone: 19 451-5600 -  
[mpc@mpcgrafica.com.br](mailto:mpc@mpcgrafica.com.br)

Tiragem:

6.500 exemplares

Contato:

C/Postal 132 - 13400-970 - Piracicaba SP  
Tel: 19 3429-8809 - Fax: 19 3429-8829  
[hfrasil@esalq.usp.br](mailto:hfrasil@esalq.usp.br)  
<http://cepea.esalq.usp.br>

A revista HORTIFRUTI BRASIL pertence ao CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - USP/ESALQ. A reprodução de matérias publicadas pela revista é permitida desde que citada a fonte e a devida data de publicação.

**Arames de Qualidade**



Belgo Bekaert Arames S.A.

**0800-313100**

**[www.belgobekaert.com.br](http://www.belgobekaert.com.br)**

Capa - página 10



**Janelas de Mercado**  
Oportunidades e entraves no comércio internacional de frutas

A Hortifruti Brasil investigou a competitividade do Brasil no mercado internacional de frutas, levantando os problemas que limitam a ampliação dos negócios.

- 3 Editorial
- 4 Cartas
- 18 Destaque  
MANGA: "A competência do Vale"- *Qualidade, volume e constância no fornecimento fazem do Vale do São Francisco, o único o pólo exportador de manga no Brasil.*
- 22 Fórum de Idéias  
*Fique de olho! - Observações importantes para quem exporta ou pretende exportar*

## SEÇÕES

- 6 Batata  
*Novas variedades ganham atenção*
- 8 Tomate  
*De olho na mosca branca*
- 14 Cebola  
*Mercedes ganha mercado*
- 15 Laranja  
*Euforia na indústria valoriza laranja*
- 16 Melão  
*Bem-vindo o melão nobre*
- 17 Mamão  
*Cresce produção capixaba*
- 20 Banana  
*Frio aquece cotações*
- 21 Uva  
*Jales abastece mercado paulista*

VEJA AS EDIÇÕES ESPECIAIS QUE A

# Hortifruti Brasil

VAI PREPARAR PARA OS PRÓXIMOS MESES



Temas de capa das PRÓXIMAS EDIÇÕES:

5 (edição de setembro/02)  
Inovações na pós-colheita.

6 (edição de outubro/02)  
Há dinheiro no setor hortícola?

7 (edição de novembro/02)  
O que a genética pode solucionar no setor hortícola?

8 (edição de dezembro/02)  
Impacto das reservas hídricas e da cobrança de água no setor hortícola

*Invista em pesquisa e exponha seu produto numa vitrine nacional.*

Para anunciar, ligue 19 3429-8808

Por Eveline Zerio e  
Mauro Osaki

*Nesta safra, pode haver um aumento no cultivo da ágata, atlantic, asterix e mundial*

# Novas variedades ganham atenção

Oferta tende a aumentar. Contrariando a expectativa do setor, não houve excesso de oferta de batata no mercado interno em julho, já que as chuvas intensas ocorridas na terceira semana do mês atrasaram o início da colheita em algumas regiões produtoras. Os bataticultores de Vargem Grande do Sul (SP) e Cristalina (GO), por exemplo, atrasaram o início da colheita em aproximadamente dez dias, devido às fortes precipitações, devendo intensificá-la apenas na segunda quinzena de agosto, estendendo-se até o final do ano. Além dessas regiões, o sul de Minas Gerais, o Triângulo Mineiro e o Alto Paranaíba também colhem neste mês. Assim, os preços do produto devem reduzir-se gradativamente em relação ao início desta safra (julho), atrelados, principalmente, ao ritmo da colheita.

Novas variedades ganham mercado. No Brasil, a produção da bata-

ta monalisa ainda predomina. Nesta safra, porém, pode haver um aumento no cultivo da ágata, atlantic, asterix e mundial em relação ao ano anterior. A batata asterix, também chamada de rosa ou roxa, que antigamente era consumida apenas nos estados do Sul do país, ganhou destaque em âmbito nacional, devido, principalmente, à sua excelente condição de fritura. A área plantada com a atlantic também vem aumentando gradativamente no Brasil, em decorrência do número cada vez maior de contratos efetivados com a indústria. Os bataticultores afirmam que essa parceria garante a rentabilidade necessária à cultura, evitando prejuízos. De modo geral, a batata está sendo classificada como “boa” pelos agentes do setor. A maioria acredita que os meses de maio e junho podem ter contribuído no desenvolvi-

mento do tubérculo. Apenas a batata classificada como “diversa”, produzida na região de Brasília, vem apresentando rachaduras na pele, causadas principalmente pelo crescimento rápido na época de seca.

Chuvas não devem prejudicar colheita. Embora tenham prejudicado o ritmo da colheita no início desta safra de inverno, as chuvas não devem atrapalhar o setor durante o mês de agosto. Segundo previsões do Instituto Somar Meteorologia, a tendência é que as chuvas fiquem nas médias climatológicas dos anos anteriores, cerca de 100 mm. Os períodos de chuva deverão ser associados apenas a passagens de frentes frias, mas o fenômeno El Niño deve garantir temperaturas amenas para o Sudeste brasileiro. Assim, a maioria das regiões produtoras pode ter dias mais secos intercalados com curtas frentes frias em agosto.

Encerra-se safra da seca. As regiões produtoras do Paraná finalizaram a safra da seca na segunda quinzena de julho. Alguns produtores garantem que a produtividade da safra foi muito baixa em relação aos anos anteriores, devido, principalmente, às altas temperaturas e ao clima seco no desenvolvimento do tubérculo – entre janeiro e abril. A batata produzida apresentava um tamanho insatisfatório, já que o excesso de calor no solo influencia o calibre do tubérculo. O clima também diminuiu a produtividade no sudoeste paulista. Estima-se que foram colhidas apenas 500 sacas por hectare na região, ante a média de 1000 sacas no ano-safra anterior (a colheita local termina em meados de agosto).

## Batata monalisa valoriza-se 11%

Preço médio mensal nas principais máquinas beneficiadoras brasileiras  
Variedade Monalisa (beneficiada) - R\$/sc de 50 Kg





**ATITUDE**  
**100%**  
**DUPONT**

**Tudo que você precisa  
para proteger seu lucro.**

Atitude 100% DuPont é o programa de prevenção de doenças, fácil de usar e muito eficiente, criado pela DuPont.

É só adotar uma atitude 100% preventiva e utilizar apenas produtos de tecnologia superior e qualidade assegurada, como os produtos da linha DuPont.

Tomar uma Atitude 100% DuPont é simples. E a sua batata fica protegida contra os inimigos que atacam sua produtividade.

**Converse sobre a Atitude 100% DuPont com a sua revenda ou consulte seu representante DuPont.**

**É o que você precisa para proteger seu lucro.**

**DUPONT**

*Os milagres da ciência\**

**Midas BR**  
Exclusividade DuPont

**Curzate**  
Exclusividade DuPont

**Equation**  
Exclusividade DuPont

**Kocide WDG**  
FUNGICIDA / BACTERICIDA  
BioActive

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

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receituário agrônômico.




0800 707-5517




Por Gustavo L. Vieira e  
Ana Júlia Vidal

A entrada dos meses mais quentes pede atenção ao risco de contaminação da virose

## De olho na mosca branca

 Ameaça de Mosca Branca ronda as lavouras. Mesmo com o clima mais frio, a virose transmitida pela mosca branca atingiu as lavouras paulistas e mineiras em julho, o que alerta para a necessidade de prevenção antes da entrada dos meses mais quentes. O manejo correto da cultura pode minimizar os efeitos negativos da doença, além da rotação nos campos, evitando uma maior proximidade entre as lavouras em diferentes estágios produtivos. No ano passado, a mosca branca foi a grande vilã do segundo semestre, acarretando grandes perdas ao setor. A queda na qualidade e nos índices de produtividade das lavouras traz conseqüências negativas a toda a cadeia produtiva, que sofre com a falta de mercadoria em condições adequadas para consumo e com os baixos preços de comercialização. A desvalorização do produto e a redução da quantidade


produzida trazem perdas financeiras consideráveis, repercutindo no plantio seguinte, conforme ocorre atualmente.

 Oferta cai na estação seca

Entre os meses de agosto e outubro, dá-se o fim da estação seca e o início do período chuvoso. Segundo o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, as chuvas devem se manter dentro dos níveis históricos no Sudeste do Brasil, entre 200 e 500 mm, com maior intensidade a partir de setembro. As temperaturas também tendem a se elevar, em decorrência da menor incidência de massas de ar frio

sobre a região. Mesmo com a volta do calor, a quantidade de tomate no mercado interno deve reduzir-se gradualmente até o final de agosto e início de setembro, com a fina-

lização da colheita das roças de Mogi-Guaçu e Araguari, principalmente. A partir de então, muitas lavouras paulistas e mineiras voltam a colher na chamada segunda safra. O setor, porém, prevê redução na produção (agosto/setembro) das regiões de Mogi-Guaçu, Araguari, Sumaré e Pará de Minas.

 Carmem valoriza-se no inverno

Em julho, as baixas temperaturas que atingiram a região Sudeste atrasaram a maturação do tomate e reduziram a oferta nos grandes centros atacadistas. Enquanto em julho de 2001, nas principais lavouras, o Carmem AA Salada oscilou entre R\$ 10,00 e R\$ 12,00/cx 23kg, no mesmo período deste ano, a mesma caixa atingiu patamares próximos a R\$ 13,50 e R\$ 17,50. O setor temia que a retração na procura em função do inverno e das férias escolares prejudicasse o mercado e impedisse a reação dos preços do produto, mas a escassez acabou prevalecendo e impulsionando os valores do tomate para bons níveis históricos.

### Lavoura reage

Preços médios recebidos pelos produtores - Carmem AA Salada - R\$/cx 23kg\*

	Mogi Guaçu	Sumaré	Araguari	Carmópolis de Minas
mai/02	11,23	10,75	10,65	10,17
jun/02	14,42	14,18	13,13	12,89
jul/02*	17,38	16,79	15,25	13,58

\*até 25/07

Fonte: Cepea

### Frio eleva preços em julho

Preço do Tomate Carmem AA Salada na Ceagesp - R\$/ cx. de 23 Kg



Fonte: Cepea



# Bonito de ver! Melhor ainda... colher!

Colher bons resultados  
é o que oferece a  
Linha Hortifruti  
Dow Agrosciences.

Uma grande diversidade  
de produtos da mais  
alta tecnologia.

Valorize sua produção  
com nossa Linha Hortifruti.

**Dithane\***

**Stimo\***

**Pulsor\***

**Curathane\***

**Persist\***

**Sythane\***

**Lorsban\***

**Lorsban\***

**Tracer\***

10G

**Intrepid\***

**Fungiscan\***

**Ag-Bem\***

**Sabre\***

**Mimic\***

**Gliz\***

**Kelthane\***

**Karathane\***

**Goal\***

**Nor-trin\***

**CUPROZEB\***



**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 agrônomo.



\* Marcas Registradas de Dow AgroSciences  
© Marca Registrada de Siproam Agro



Por Maria Luiza Nachreiner,  
Renata Romaguera dos Santos  
e Equipe Hortifruti/Cepea.

# Janelas de Mercado:

## oportunidades e entraves no comércio internacional de frutas

Conhecer o mercado internacional vem sendo um desafio para os produtores brasileiros de frutas frescas que, cada vez mais, querem conquistar uma fatia desse atraente mercado. O Brasil, em função de suas condições climáticas, apresenta um enorme potencial para se tornar um dos maiores pólos produtivos de frutas frescas para o mercado mundial, aproveitando a “onda naturalista” que o mundo atravessa.

A dúvida é saber por que não exportamos mais. A resposta é um pouco complexa, mas a

*A Europa é o grande comprador do produto brasileiro chegando a ser responsável por cerca de 63% do volume total exportado de frutas do Brasil.*

Hortifruti Brasil se propôs a investigar um pouco mais o assunto com exportadores brasileiros. Os objetivos foram entender melhor o grau de competitividade do Brasil em relação a seus concorrentes e levantar os problemas que limitam

uma ampliação dos negócios do país no exterior. A Equipe Hortifruti/Cepea também abordou especialistas da área sobre as perspectivas para essas frutas no mercado internacional para 2002.

Aproveitando o início do período mais favorável para a exportação das principais frutas da pauta de exportação, a pesquisa concentrou-se no setor exportador de manga, melão, mamão, uva e cítricos. Esse grupo é res-

*Quem são os nossos principais concorrentes?*

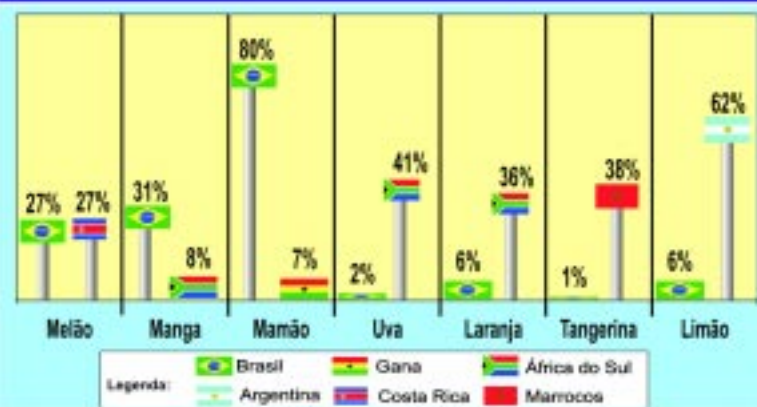
*Quais são os períodos de entressafra dos nossos concorrentes?*

*Quais os melhores meses para o Brasil abastecer o comércio externo?*

ponsável por cerca de 78% da receita total de exportação de frutas do Brasil. Para delimitar a pesquisa e aprofundar o assunto, a Equipe Hortifruti/Cepea analisou dois destinos principais dessas frutas no comércio mundial: Estados Unidos e Europa, destacando-se a União Européia. Vale ressaltar que algumas frutas, como o tangor murcote, têm outros destinos – no caso, os Tigres Asiáticos, que serão alvo de pesquisa em próximas edições.

A Europa é grande compradora do produto brasileiro, chegando a importar por cerca de 63% do volume total de frutas brasileiras. Além disso, o Brasil se destaca como um dos maiores fornecedores de manga, mamão e melão para a União Européia. Contudo, outras frutas, como a uva, têm uma participação muito pequena quando comparada à da África do Sul. Enquanto o Brasil exportou cerca de 2,5 milhões de caixas de 4,5 kg em 2001, a África do Sul exportou para Euro-

### Origem das importações da União Européia



Fonte: UNCTAD, 2000.  
Porcentuais dos volumes totais importados pela União Européia.  
OBS: A UNCTAD não contabiliza as importações oriundas dos países-membro da UE.

pa cerca de 40 milhões de caixas de 4,5 kg.

Os Estados Unidos, apesar de serem um importador em potencial, não são um grande comprador da fruta brasileira, que, na maioria dos casos, não consegue ultrapassar as barreiras – legislativas e sanitárias – definidas por aquele país. A barreira fitossanitária imposta pelos EUA, que temem a mosca das frutas, impede a importação de diversas frutas. Aliadas a esse fato, há medidas protecionistas em favor da produção nacional que tornam os Estados Unidos inacessíveis a muitos países. Até a Espanha, principal exportadora de cítricos in natura do mundo, não tem permissão para vender a tangerina para os Estados Unidos desde o final do ano passado. O USDA encontrou, em diversos estados norte-americanos, a larva da mosca nas clementinas espanholas (tangerina). A Argentina também tinha o direito de exportar limão para o país, mas não pode fazê-lo desde setembro de 2001. Atualmente, a manga, mamão e residualmente a uva são as únicas frutas das pesquisadas pelo Cepea, que podem entrar no mercado norte-americano.

Os Estados Unidos obrigam, ainda, o tratamento térmico durante o transporte da fruta, dispensado pela União Européia. Contudo, algumas medidas tarifárias impostas pelo bloco impedem que o produto seja competitivo no mercado europeu, a exemplo do que ocorre, entre os meses de julho e outubro, para a uva brasileira, época em que os países europeus estão em colheita. Para o caso dos cítricos, a Espanha domina o mercado europeu de novembro a maio, reduzindo as oportunidades brasileiras, que se concentram somente na entressafra espanhola, para as laranjas e as tangerinas.

A competição com os países produtores do hemisfério Norte no comércio de frutas faz o Brasil

vislumbrar melhores oportunidades em algumas janelas de mercado, apesar do seu potencial para abastecer o mercado internacional praticamente o ano inteiro. A uva, por exemplo, poderia ser produzida em qualquer época do ano graças às condições climáticas do Nordeste. Essa situação favorece os produtores que podem direcionar suas podas para colher em períodos nos quais a oferta dos países competidores esteja reduzida. Contudo, a produção italiana limita a entrada do produto brasileiro em algumas janelas de mercado na Europa.

A Tabela 1 mostra o calendário de importação da União Européia e dos Estados Unidos. Os dados foram obtidos por meio de pesquisa realizada com exportadores e através de órgãos internacionais e da Secretaria de Comércio Exterior brasileira. Essa tabela mostra as principais oportunidades de negócios por produto no mercado norte-americano e europeu, bem como o calendário de exportação dos concorrentes do Brasil. A participação brasileira aumenta no segundo semestre para as principais frutas, com exceção do limão tahiti que abastece a Europa, em maior quantidade, no primeiro semestre. Os principais concorrentes, de modo geral, são o México, para o mercado norte-americano, e a África do Sul, para o europeu. O Chile afeta a concorrência brasileira em particular, da uva, junto com a Itália e a África do Sul. Já a safra da Espanha influencia as exportações de melão, laranja e murcoete.

As informações da Tabela 1 são um alerta

para os exportadores e governo brasileiro não se aterem somente aos países de destino da fruta. É preciso também obter melhores informações a respeito de custos de produção, acordos comerciais, legislação e variedades dos países concorrentes, para avaliar a real competitividade do produto brasileiro, enfatizando as principais janelas de mercado dos países produtores do hemisfério Norte.

Em curto prazo, as perspectivas são boas para o Brasil, principalmente em função do câmbio desvalorizado. Atrelado a isso, sabe-se que o comprador europeu trabalha com uma moeda – o euro – ainda mais valorizada, aumentando o interesse pelo produto brasileiro. A Tabela 3 avalia por produto as expectativas de exportação para 2002 de uva, manga, melão, mamão, tangerina e limão.

No longo prazo, as expectativas de consumo mundial também são positivas. Segundo dados da FAO, o comércio internacional aumentará, em média, 47% em 2005 em relação ao consumo médio de 1992-94 para laranja, tangerina, limão, manga e mamão (Tabela 2). A Europa deverá manter-se como o principal importador de frutas frescas, destacando-se a participação da União Européia, seguida pela

---

*Os principais concorrentes do Brasil são o México, para o mercado norte-americano, e a África do Sul para o europeu.*

---

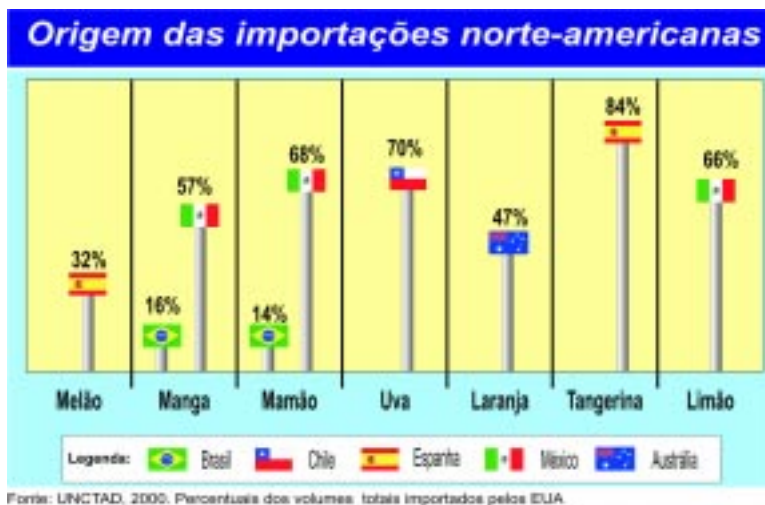


Tabela 1. Calendário de importações da União Européia e dos Estados Unidos



Fonte: Cepea



*Avaliando no curto prazo, as perspectivas são boas para o Brasil, principalmente em função do câmbio desvalorizado.*

América do Norte. A taxa de crescimento desses produtos, para estes principais importadores, no entanto, seguirá um ritmo bem mais lento do que o observado na década anterior, devendo-se

ter cuidado com projeções demasiadamente otimistas que prevêem um crescimento indetermina-

do do segmento exportador de frutas frescas. O maior crescimento se dará nas frutas cítricas principalmente nos países em desenvolvimento.

A pesquisa revela que as taxas de crescimento das importações na União Européia diminuirão drasticamente em relação ao que já ocorreu no início dos anos 90 (Tabela 2). Entre as décadas de 80 e 90, as importações líquidas de manga e mamão para a União Européia foram de 16% ao ano. Em 2005, a expectativa é

continuar com um crescimento positivo, mas a taxas muito inferiores – 4% ao ano para manga e 1% para o mamão.

Para aproveitar cada vez mais o crescimento do consumo mundial de frutas, muitos entraves internos devem ser superados. A Tabela 4 cita algumas deles, segundo pesquisa realizada pelo Cepea junto a exportadores. O aumento de eficiência na exportação brasileira deve acontecer em todos os níveis, começando por um controle fitossanitário mais rígido na produção, passando pela implementação de novas variedades que atendam à demanda externa, e chegando até um melhor gerenciamento comercial tanto no Brasil quanto no exterior.

As barreiras comerciais, cada vez mais, estão cedendo lugar às fitossanitárias, com implicações diretas sobre as exportações brasileiras de frutas. O uso de produtos químicos nas lavouras é uma preocupação crescente para o cliente internacional. A União Européia, por exemplo, vai proibir o uso de 320 substâncias utilizadas na produção de pesticidas, que serão banidas do mercado até 2003.

Tabela 2. Projeções para 2005  
Evolução das importações de frutas frescas

PRODUTO	LOCAL	IMPORTAÇÕES LÍQUIDAS			TAXAS DE CRESCIMENTO	
		1982-84 média	1992-94 média	2005 Projeção	1982-84 (%/ano)	1992-94 2005
Laranja	Mundo	3 660	3 857	5 309	0,53	2,70
	EUA	-	-	-	-	-
	União Européia	2 078	2 081	2 475	0,01	1,45
Tangerina	Mundo	1 043	1 307	2 269	2,28	4,71
	EUA	-	-	55	-	-
	União Européia	910	1 050	1 346	1,45	2,09
Limão	Mundo	932	840	1 264	-1,03	3,46
	EUA	-	-	98	-	-
	União Européia	403	410	451	0,18	0,79
Manga	Mundo	95	302	459	12,30	3,90
	EUA	38	125	192	12,70	4,00
	União Européia	16	71	114	16,30	4,40
	Mundo	23	81	118	13,30	3,50
Mamão	EUA	2	22	34	30,20	4,10
	União Européia	2	9	10	16,60	1,20

Fonte: FAO, 2002

Tabela 3. O que o setor espera para 2002 ?

Produto	Expectativa em relação ao volume das exportações
Manga ↑	A expectativa é de melhora, já que no último ano muitas perdas foram registradas em função dos atentados de 11 de setembro. As exportações para a União Européia foram antecipadas, iniciando no final de junho, o que antes acontecia apenas no início de agosto.
Melão ↑	O Brasil tem investido na produção de um maior volume das variedades “nobres” como galia, cantaloupe e orange, muito bem aceitas pelos consumidores europeus. Com isso, espera-se conquistar também a fatia do mercado que demanda não apenas o melão amarelo. Esse aumento na oferta, contudo, corre o risco de não ser completamente absorvido, gerando excedentes e conseqüente queda nos preços.
Mamão ↑	As frutas brasileiras ainda têm muito potencial de exploração pois possuem forte apelo nutricional, principalmente no que diz respeito a vitaminas como A e C. Apesar da tendência de redução das importações mundiais, a expectativa do mercado é de que as exportações brasileiras continuem crescendo, tanto para a Europa – que já é um mercado mais consolidado, onde a população tem baixo crescimento – quanto para os EUA, onde o consumo pode se ampliar caso se adote uma boa estratégia de marketing.
Uva ↑	As exportações contam com o aumento da demanda mundial pela uva sem semente. Alguns países, como a Inglaterra, praticamente encerraram as importações da uva com semente e pagam valores elevados pela nova variedade da fruta (sem semente). Apesar do crescimento no volume exportado nos últimos anos, o setor não está aumentando a receita na mesma proporção. A uva Itália com semente vem sofrendo com a concorrência de outros países, que a cada ano reduzem a janela de mercado brasileira, resultando em preços menores por unidade vendida.
Tangerina ↔	Em 2002, a concorrência está mais acirrada, uma vez que a crise argentina reduziu os preços da laranja pêra e da tangerina. Além disso, a casca da murcote nacional, principal variedade exportada de tangerina, está mais esverdeada e desuniforme - o que, de certo modo, desagradou o mercado comprador. A perspectiva é de estabilidade nas exportações, principalmente para a murcote no mercado asiático.
Limão ↓	Em 2002, as exportações brasileiras do limão, principalmente a lima ácida tahiti, foram prejudicadas pelas condições climáticas que acabaram diminuindo a qualidade e a oferta do fruto no primeiro semestre, principal janela de exportação da fruta. De janeiro a maio de 2002, exportamos 24% a menos do que no mesmo período de 2001, segundo a SECEX. No longo prazo, porém, a expectativa é positiva devido a grande aceitação da lima ácida no mercado europeu.

Fonte: Cepea

Segundo a pesquisa, a negociação com clientes externos, muitas vezes, é informal, isto é, sem contratos pré-fixados - possibilitando freqüentes contestações da qualidade da fruta comercializada sob consignação. Essa forma de negociação é prejudicial aos produtores brasileiros que ficam sujeitos às oscilações do mercado, sem garantia do valor a ser recebido. Para minimizar essa situação poderia ser feito um contrato entre as partes chamado de ACC (Adiantamento de Contrato de Câmbio). Esse adiantamento, que é de aproximadamente 40% do valor final do produto, proporciona à empresa exportadora uma capitalização que lhe permite comprar a fruta dos produtores. Porém esse processo, que é realizado pelos bancos brasileiros, é muito lento dificultando o trabalho das empresas e conseqüentemente reduzindo o volume de fruta a ser exportado.

A entrada do produto brasileiro em janelas fixas, mesmo sem a presença de outros países exportadores, representa um obstá-

culo ao ganho dos produtores/exportadores que passam a competir entre si por um mesmo mercado que torna-se saturado pelo produto nacional. Esse é o caso de produtos que entram no mercado apenas nas janelas deixadas pelos principais exportadores ou enquanto as condições climáticas da região produtora permitem. O limão tahiti e o melão vêm enfrentando esse problema, pressionando as cotações brasileiras no mercado internacional.

A pesquisa conclui que para atingir a meta projetada pelo go-

verno de US\$ 1 bilhão com a exportação de frutas frescas em 2010 teríamos que resolver nossos entraves internos e externos, aumentar a competitividade perante nossos concorrentes e ampliar não só as janelas de mercado já pré-estabelecidas nos países consumidores tradicionais do nosso produto (Europa e Estados Unidos) como buscar novos mercados em potencial, como o asiático. Afinal, o maior produtor mundial de frutas não pode exportar apenas 1% da sua oferta.

EXPORTAR OU MORRER....

Tabela 4. Dificuldades enfrentadas pelo complexo exportador de frutas brasileiras

- Barreiras fitossanitárias e legislativas dos países importadores;
- Falta de uma política de defesa fitossanitária de âmbito nacional;
- Qualidade inadequada para a exigência do comprador;
- Carência de infra-estrutura organizada, que abranja crédito para comercialização e para armazenagem do produto;
- Entrada de agentes pouco gabaritados que acabam comprometendo a credibilidade do setor nacional frente ao comprador;
- Falta de contratos pré-estabelecidos entre exportador e importador
- Baixa qualidade das estradas que atendem ao Nordeste, pólo da fruticultura nacional, e infra-estrutura precária dos portos da região;
- Fraca atuação dos agentes governamentais junto aos órgãos internacionais na defesa do produto nacional;
- Falta de divulgação das frutas tropicais nos países de clima frio.

Fonte: Cepea

Por João Paulo Deleo,  
Mauro Osaki e Eveline Zerio

*Cebola híbrida agrada pelos bons resultados na produção e qualidade*

# Mercedes ganha mercado

**Híbrida Mercedes obtém bons resultados**

O cultivo de cebola mercedes tem aumentado em diversas regiões do Brasil. Atualmente, essa cultivar concentra-se em Monte Alto, São José do Rio Pardo e Triângulo Mineiro, mas já existem algumas áreas cultivadas no Nordeste. O aumento do cultivo da cebola híbrida deve-se aos bons resultados obtidos no volume e na qualidade do bulbo, principalmente na região do Triângulo Mineiro, onde há condições climáticas e planejamento adequado nos tratos culturais.

**Lavínia busca inovações**

Excepcionalmente neste ano, os produtores de Lavínia (SP) reuniram-se para discutir a implantação do sistema de semeadura direta nos meses de julho e agosto, com colheita prevista para outubro. A cultivar esco-

lhida para o novo sistema foi a mercedes. A região é uma tradicional produtora de bulbinho e busca inovações para obter melhores resultados de qualidade, produtividade e lucro. Neste ano, os produtores locais colheram uma área de aproximadamente 72 ha de bulbinho, utilizando o mesmo sistema produtivo de São Gotardo (MG), que chega a alcançar uma produtividade média de 70 toneladas/ha.

**Cebola nacional domina mercado**

Em julho, houve uma forte intensificação da produção nacional de cebola, mesmo com a finalização da safra de bulbinho de Piedade (SP). As regiões nordestinas e mineiras entraram em pico de safra e São José do Rio Pardo e Monte Alto (SP) também intensificaram suas colheitas. A produção não apenas au-

mentou, como saturou o mercado a partir da segunda quinzena do mês, ocasionando uma queda no preço do produto.

**NE eleva área cultivada**

O volume de cebola produzida no Nordeste deve reduzir-se em agosto, como normalmente ocorre, retomando em setembro e estendendo-se até o final do ano. A região é a principal produtora da cebola Ipa 11. O Vale do São Francisco, foco da produção, responde por uma área cultivada de aproximadamente 10 mil ha e o setor prevê um aumento de 4 mil ha para este ano. O clima favorável durante o desenvolvimento e colheita do bulbo proporcionou excelente qualidade à cebola que vem sendo ofertada pelo Nordeste.

**Interior paulista em pico de produção**

Monte Alto e São José do Rio Pardo, no interior paulista, entram em pico de produção em agosto e setembro, ofertando até novembro, com queda de produção a partir de outubro. Segundo produtores locais, neste ano, Monte Alto deve produzir cerca de 40 a 50 mil toneladas. Sua produção não foi prejudicada pelo ataque de patógenos no início da safra, já que as plantações recuperaram-se com a queda das temperaturas. São José, por sua vez, deve ofertar 66 mil toneladas, em uma área de aproximadamente 2.200 ha.

## Excesso de oferta derruba preços em julho

Preços médios da cebola Ipa 3 na máquina no Vale do São Francisco



Fonte: Cepea

Mesmo com a previsão de uma maior safra brasileira, a demanda da indústria esteve aquecida

Por Ana Júlia Vidal e  
Margarete Boteon

## Euforia na indústria valoriza laranja

Fruta posta reage  
O mercado spot, que se refere à fruta posta no portão da indústria, esteve movimentado em julho deste ano. A laranja entregue na indústria reagiu cerca de 39% em relação ao mês passado e 10% em relação ao mesmo período de 2001. Mesmo com a previsão de uma maior safra brasileira em 2002/03, a demanda da indústria por esta modalidade de negócio esteve elevada e o produtor encontrou, em algumas empresas, mais facilidade para entregar a fruta no spot do que a contratada – a laranja entregue no portão apresenta menores valores do que as de contrato, negociadas em dólar (média de US\$ 3,30/cx 40,8kg) e com entrega garantida até o fim do ano. Além disso, os baixos estoques de suco deste ano estão levando a indústria a processar um volume maior nesta safra para repor o baixo nível de suco estocado em julho/02. A estimativa é que o volume processado supere em 40 milhões de caixas o volume do ano passado.

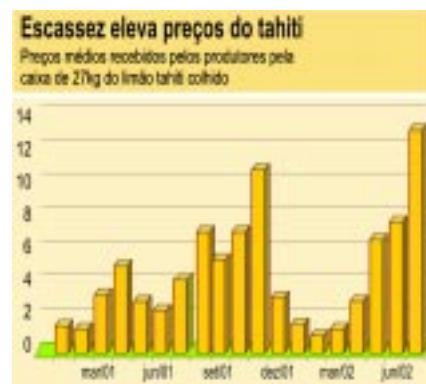
De olho no dólar  
Em julho, a alta na indústria sustentou os preços da laranja destinada ao mercado interno, mesmo com as vendas dificultadas pelo frio e pelas férias, fatores que costumam afastar os consumidores. Os valores recebidos pelos produtores pela caixa de 40,8kg da laranja pêra na árvore mantiveram-se praticamente nos mesmos níveis praticados em julho de 2001, cerca de R\$ 8,00. O setor espera melhores vendas a partir de agosto, com a provável elevação das temperaturas e retomada das aulas. Além disso, as atenções devem voltar-

se ao dólar – se continuar em tendência de alta, deve manter elevado o interesse das fábricas pela fruta posta, aumentando os preços no mercado “portão” e valorizando a laranja comercializada no mercado interno.

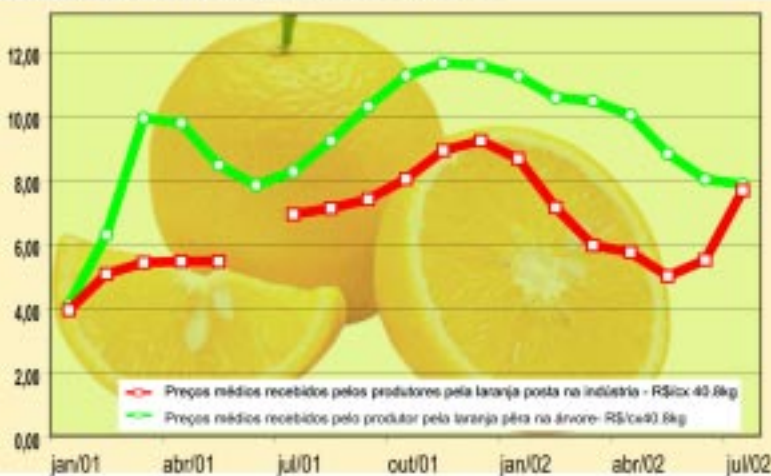
É vez da murcote  
A safra da poncã praticamente encerrou-se em julho, embora ainda haja oferta da fruta tratada com ácido giberélico até agosto. A variedade começa a ser substituída pela murcote, que neste período também é destinada ao mercado externo. Em julho, a caixa de 40,8kg da murcote destinada à exportação oscilou entre R\$ 9,00 e R\$ 11,00, na árvore. Os exportadores foram prejudicados pelas condições climáticas desfavoráveis no período de formação da fruta, que apresentou casca esverdeada no início da safra. Além disso, a crise argentina deve tornar a tangerina produzida no país vizinho mais competitiva. Ainda assim, o mercado asiático, principal comprador da murcote nacional, não deve decepcionar.

Tahiti falta e reage  
O clima reduziu a oferta de

tahiti no primeiro semestre, quando a quantidade disponível de limão costuma ser elevada. A falta de limão com qualidade superior logo na principal janela de exportação prejudicou as vendas externas do produto. Ainda assim, o consumo de tahiti entre os europeus tende a crescer nos próximos anos, com a propagação da cachaça no continente. No mercado interno, os preços do produto começaram a reagir atipicamente ainda no primeiro semestre (abril/maio), chegando a níveis próximos a R\$ 13,00/cx 27kg em julho, alta de quase 200% em relação ao mesmo período de 2001.



### "Portão reage e sustenta mercado interno"



ex: Cepes

*Aumenta o cultivo do cantaloupe, galia e orange, de polpa alaranjada*

## Bem-vindo o melão nobre

🍉 Área plantada aumenta em até 50%

A safra da região da Chapada do Apodi – entre os rios Açu (RN) e Jaguaribe (CE) - que engloba os Pólos Açu/Mossoró e Baixo Jaguaribe, deve finalmente iniciar em agosto, após o atraso causado pelas chuvas na época do plantio. Neste ano, a safra conta com o aumento da área plantada dos chamados melões “nobres”, de polpa alaranjada, dentre os quais, destacam-se as variedades cantaloupe, galia e orange. A expansão da área chega a 50% em alguns casos e o principal destino dessa oferta é o mercado externo, que demanda um produto mais aromático. O Brasil, já conhecido como exportador do melão amarelo – responsável por 70% de toda exportação de melão do Rio Grande do Norte – pretende conquistar também esta fatia de mercado. Hoje, Israel, que abastece o mercado europeu entre os meses de novembro a janeiro, é um grande produtor das variedades no-

bres, tendo reconhecida e aprovada a qualidade do produto que oferece. Além de mais saborosas, as variedades aromáticas – ou nobres – possuem duas vezes mais vitamina C e oito vezes mais vitamina A do que os melões amarelos comuns.

Esse aumento no volume da fruta brasileira enviada aos consumidores da União Européia, contudo, pode exceder à procura pelo produto, diminuindo o preço pago pelos importadores. Para contornar esse possível problema, os exportadores estão tentando negociar com compradores norte americanos no intuito de alocar a produção, conquistando mercado e favorecendo os preços na Europa.

🍉 Final da safra do Vale A safra do Vale do São Francisco – Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) – praticamente finalizou-se em julho. Neste ano, a produção local, que atende ao mercado interno na ausência do produto potiguar, contou com

grandes oscilações nos preços pagos pelas frutas, escassa tanto no início quanto no final da safra em função das condições climáticas no Vale e na Chapada. Os produtores que colheram nesses períodos de falta da fruta ganharam com a

valorização do produto. No entanto, isso não foi uma condição observada durante toda a safra. No ano de 2001, eles não chegaram a receber valores tão altos como os verificados em momentos da safra 2002, embora a remuneração constante durante os meses garantiu lucro a um maior número de produtores. Animados com os preços atingidos a partir do mês de junho, alguns poucos produtores arriscaram estender sua safra, apostando no atraso da colheita na região da Chapada.

🍉 E os preços em agosto? Após os altos e baixos acompanhados desde o início do ano, o mês de agosto deve ser marcado por nova queda nos preços da fruta, em função do aumento no volume ofertado com o início da safra no Rio Grande do Norte e Ceará. Esse aumento, contudo, deve ser concretizado na segunda quinzena do mês, com a entrada de quase totalidade dos produtores da região. As retrações esperadas para o mês de agosto devem ser ainda mais acentuadas nesse período, a exemplo do que ocorreu nos meses de abril e maio após as sucessivas valorizações em meses anteriores. O ano de 2002 vem sendo caracterizado por grandes oscilações nos preços do melão amarelo, acompanhando a oferta da fruta. Essa, por sua vez, está diretamente ligada às condições climáticas nas regiões produtoras que, neste ano, causaram muitos transtornos.







FOTO: IBRAP

*O Espírito Santo sai do pescoço. Produtores trocam o café por mamão*

## Cresce produção capixaba

**Calor eleva produção**  
O inverno mais ameno ocasionou uma maior produção de mamão, principalmente nas regiões produtoras da Bahia. Ao mesmo tempo, nos principais centros consumidores, localizados no Centro-Sul do país, as baixas temperaturas reduziram a procura por frutas, acarretando a sobra de grande volume de mamão, o que colaborou para a manutenção do ritmo lento do mercado. Esses fatores associados culminaram em um comportamento atípico dos preços do mamão havaí, que, contrariando as expectativas do mercado, não atingiu pico de preços em julho.

**Oferta deve aumentar**  
Para agosto, a expectativa é de um grande aumento na produção de mamão, uma vez que o Espírito Santo, que até então se encontrava no "pescoço", já começa a apresentar cachos mais desenvolvidos. Além disso, as temperaturas devem se elevar ainda mais, possibilitando a maior saída de frutas, dada a normalização de sua maturação.

**Cresce área no ES**  
Algumas roças implantadas após as chuvas de novembro no Espírito Santo já devem começar a produzir em agosto. A partir do final de 2001, muitos cafeicultores passaram a plantar mamão no estado em função da previsão de safra recorde do café em 2002/2003. Esse fato contribuiu para o aumento da área plantada de mamão, embora não haja expectativa de acréscimo proporcional no volume de mamão ofertado, uma vez que as doenças que atacam a cultura estão se tornando cada vez mais

difíceis de serem controladas, principalmente devido à resistência que desenvolvem à aplicação sucessiva de produtos químicos com o mesmo princípio ativo. Mesmo assim, é possível que os preços mantenham-se mais baixos neste ano, enquanto as roças estiverem no início da produção, em função do maior volume disponível no mercado neste período. Conseqüentemente, essa desvalorização deve causar uma redução da área cultivada por produtores menos especializados, podendo ocasionar a retomada dos níveis normais de preços.

**Consumindo saúde**  
Para reduzir os riscos de contaminação por produtos químicos, a União Européia pretende proibir o uso de 320 substâncias utilizadas na produção de pesticidas a partir de 2003. Uma alternativa para a utilização de pesticidas de forma sustentável é a Produção Integrada de Frutas (PIF). O programa já se encontra bastante avançado na produção de maçã brasileira e começou a ser implantado para

manga e uva no Vale do São Francisco, o que pode incentivar a adesão dos produtores de mamão, principalmente na Bahia. Já está sendo criado o selo "PIF Brasil" para identificar as frutas produzidas em sistema

integrado, que pretende ser reconhecido internacionalmente, uma vez que muitas redes européias de supermercados já estão exigindo esse tipo de identificação. O programa será uma importante ferramenta para a ampliação das exportações, já que os consumidores europeus e principalmente os norte-americanos exigem cada vez mais frutas de qualidade e sem resíduos de agroquímicos.

**Novo marketing**  
O índice de crescimento das exportações de papaia diminuiu em 2001 em comparação aos anos anteriores. Preocupada, a Brapex (Associação Brasileira de Exportadores de Papaya), decidiu ampliar o consumo do mamão no exterior, transferindo o foco para o consumidor final, pois apenas 2% dos europeus conhecem o papaia. Além disso, será necessário ampliar a divulgação entre os norte-americanos e não entre os imigrantes, que já possuem o hábito de consumir a fruta.

### Consumo cai e barra alta

R\$/kg - mamão Havaí [12-18] - preços médios recebidos por produtores do Espírito Santo



Fonte: Cipea

Por Renata Cintra

A Europa compra mais em agosto. Nos Estados Unidos, o México sai mais cedo.

# Setor espera boas exportações

A Europa quer comprar O volume de manga exportado para a União Européia deve aumentar em agosto com a intensificação da colheita no Vale do São Francisco e com a maior demanda pelo mercado europeu. Segundo dados da Secex, nos últimos anos, o volume de manga enviado para esse mercado tem aumentando significativamente a partir de agosto. Comparando-se o volume exportado em julho e agosto de 2000 e 2001, houve um acréscimo de cerca de 1.632 toneladas de tommy. Neste ano, as perspectivas para as exportações à Europa são positivas. Já em junho, as vendas externas tiveram um aumento de 68% em volume e 76% no preço FOB em relação ao mesmo período de 2001. Segundo os dados do Cepea, os preços recebidos pelos produtores de Petrolina

(PE) e Juazeiro (BA) pela fruta destinada ao mercado externo estão acompanhando essa reação. Em julho, os valores da tommy para a venda externa oscilaram em torno de R\$ 1,04/kg frente a R\$0,58/kg no mercado interno. Diante disso, o mercado internacional tem se tornado bastante atrativo e as exportações brasileiras têm aumentado a cada ano, representando uma saída para o aumento de renda dos produtores nordestinos.

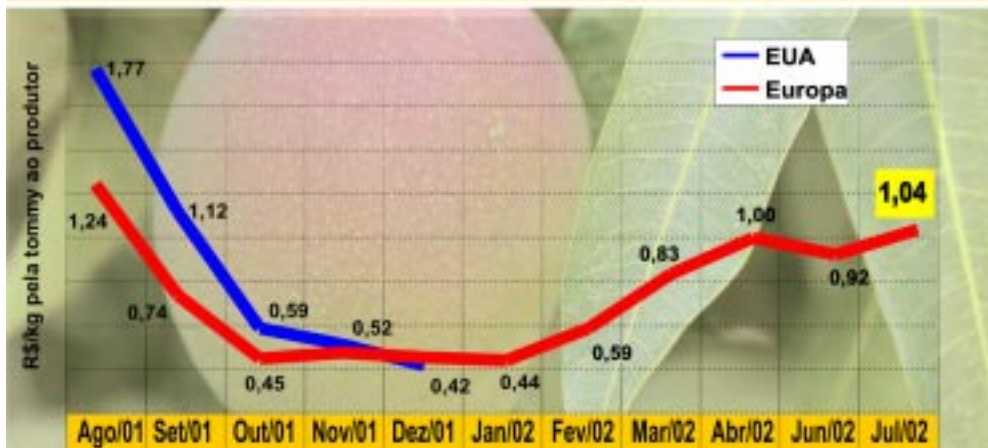
México finaliza safra No Brasil, as exportações para os Estados Unidos iniciam-se oficialmente em agosto. Apesar do bom desempenho no ano passado, ainda há receios depois dos atentados de setembro. É provável que o Brasil exporte uma maior quantidade de fruta por mais tempo, já que o México reduziu consi-

deravelmente o volume de tommy destinado aos Estados Unidos a partir de julho, devido ao término antecipado de sua safra. Segundo o USDA, em julho dos dois últimos anos (2001/2002), os portos americanos movimentaram 15% menos manga vinda desse país. O fim da safra do México pode favorecer as exportações nordestinas em agosto. As variedades kent e keitt, também produzidas nas lavouras mexicanas, são comercializadas em menor volume, devendo interferir muito pouco na quantidade de tommy a ser negociada pelo Brasil.

Monte Alto com problemas de floração A região de Monte Alto (SP), principal produtora de manga a partir de outubro/novembro, está enfrentando problemas na floração de seus pomares neste ano. A manga tommy, ao contrário do que normalmente ocorre entre julho e agosto, ainda está bastante vegetada, tendo florido de forma irregular, com poucos "cachos de flor". Se a floração permanecer reduzida, alguns produtores podem produzir menos. Ainda não se esclareceu o que ocorreu nos pomares, mas segundo técnicos da região, o inverno de "altas" temperaturas foi o grande transtorno. Mesmo assim, os produtores esperam uma nova floração até o final de agosto, o que amenizaria o problema.

## Alta nos preços da manga destinada à União Européia

Os valores pagos pelo mercado internacional têm sido mais atrativos que o nacional



Fonte: Cepea

*Qualidade, volume e constância no fornecimento fazem do Vale do São Francisco, o único o pólo exportador de manga no Brasil.*

## A competência do Vale

FOTO: IBRAF

A manga brasileira, principalmente a produzida no Nordeste, apresenta excelente qualidade para a exportação, uma vez que os produtores nordestinos investem em infra-estrutura adequada às exigências do mercado internacional.

O Vale do São Francisco é considerado o maior produtor nacional, além de ser o principal exportador de manga brasileira. A maioria dos produtores possui moderna infra-estrutura e tecnologia, e as grandes empresas do complexo Petrolina - Juazeiro preenchem todos os requisitos exigidos pelo mercado externo como, por exemplo, volume, qualidade e constância no fornecimento da fruta. Segundo o IBGE, Petrolina respondeu por cerca de 33% da produção brasileira em 2000, enquanto Juazeiro representou 29% da mesma. A cidade de Livramento do Brumado (BA) também se destaca pelo volume produzido e por conseguir atender aos mercados interno e externo.

O Brasil é o décimo-sétimo produtor mundial de manga, mas exporta 15% da sua produção. Em 2001, a fruta liderou o *ranking* do faturamento entre as frutas frescas brasileiras destinadas ao mercado internacional.

Os principais importadores, Estados Unidos e União Européia, demandam um maior volume da fruta a partir de agosto. Para o mercado europeu, a manga também é destinada no

primeiro semestre, porém, em menor volume. Cabe destacar que o Brasil é o principal abastecedor de manga à União Européia.

O complexo produtor nordestino possui grande vantagem em relação ao paulista. O Vale do São Francisco, graças à técnica de indução floral, mantém uma oferta regular da fruta durante o ano todo. Esse procedimento, favorecido pelas condições edafoclimáticas (pouca variação durante o ano) e irrigação, permite o escalonamento da produção e o retardamento no florescimento.

As cidades paulistas não adotam os métodos de indução floral (alguns produtores de Monte Alto, interior de São Paulo, estão testando neste ano) e, dessa forma, concentram a oferta do produto em certos meses do ano (a partir de outubro a fevereiro). Além disso, a manga produzida na região não recebe os mesmos tratamentos na produção e pós-colheita exigidos pelo mercado externo. Em suma, a oferta restrita a um determinado período do ano aliada ao não cumprimento das exigências internacionais impede a exportação da manga paulista.

Outro fator desfavorável para o setor produtivo de São Paulo diz respeito à forma de organização dos produtores. No eixo Petrolina (PE) / Juazeiro (BA), há uma concentração de grandes empresas

com elevada infra-estrutura e tecnologia, compondo um grupo forte de produtores de manga, capazes de captar recursos e atender às exigências dos mercados mais exigentes. Além disso, as estruturas de comercialização são modernas e com infra-estrutura para a venda externa. As empresas exportadoras possuem packing houses adaptados para atender aos tratamentos de pós-colheita exigidos pelos Estados Unidos, enquanto os produtores de Monte Alto e Taquaritinga apresentam problemas de organização na produção e comercialização - são propriedades de pequeno porte, pouco organizadas em cooperativas, associações ou empresas.

Contudo, o avanço da cadeia agroindustrial da manga deve priorizar a especialização dessas duas regiões produtoras que, juntas, podem levar o Brasil a se tornar o maior produtor, consumidor e exportador mundial de manga. Enquanto o Nordeste se especializa cada vez mais em atender ao mercado internacional, o Sudeste, principalmente as regiões paulistas de Monte Alto e Taquaritinga, deve priorizar o atendimento dos principais centros consumidores do Brasil que, aliás, estão muito mais próximos do pólo paulista que do Vale do São Francisco.

Com a oferta reduzida, o fim das férias e a saída das tangerinas deve impulsionar os preços da prata e nanica

## Frio aquece cotações

Banana segue valorizada. Em agosto, a oferta da prata no Vale do Ribeira e no norte de Santa Catarina deve continuar reduzida, principalmente a de qualidade superior, pois a prata paulista encontra-se em final de safra e a produção catarinense é pouco significativa no mercado. A antecipação da colheita e do florescimento dos bananais (formação dos cachos) durante o inverno poderá reduzir a produção e a qualidade da fruta em agosto e setembro. Além disso, a maturação poderá ser retardada pelas baixas temperaturas de inverno. A possibilidade de redução da oferta aliada ao maior consumo de bananas previsto com início das aulas e com a saída das tangerinas, além da volta do calor, podem melhorar os preços das bananas prata e nanica nas regiões paulistas e catarinenses em agosto.

Prata mineira sobe 50%. Em 2002, o frio mais intenso no norte de Minas reduziu a oferta das pratas mineiras, impulsionando os preços pagos ao produtor, que registraram alta de 48% em julho em relação ao mês anterior – a variedade chegou a atingir R\$ 9,00 / cx. 20 kg. Essa alta, no entanto, teve curta duração, pois os preços mais atrativos em outras praças e a elevação das temperaturas já no final de julho e início de agosto normalizaram a oferta. Para os próximos meses, espera-se uma nova queda da produção de prata mineira em função do envelhecimento dos bananais e falta de tratamentos culturais por parte dos produtores descapitalizados, o que cria a expectativa de queda restrita dos preços dessa variedade neste semestre. Por sua vez, a nanica mineira,

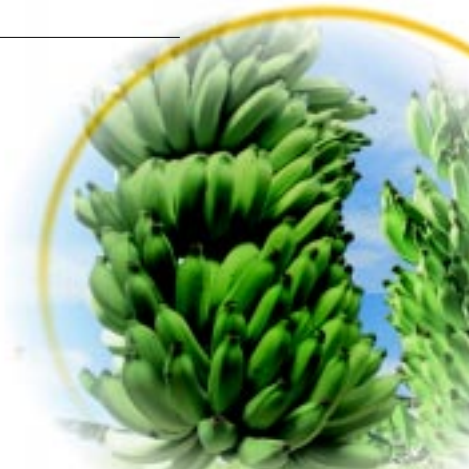


FOTO: JOÃO ROSA - FAZ. DO SERTÃO.

dessa variedade nas demais praças produtoras, no mesmo período, garante o interesse dos compradores pela fruta mineira.

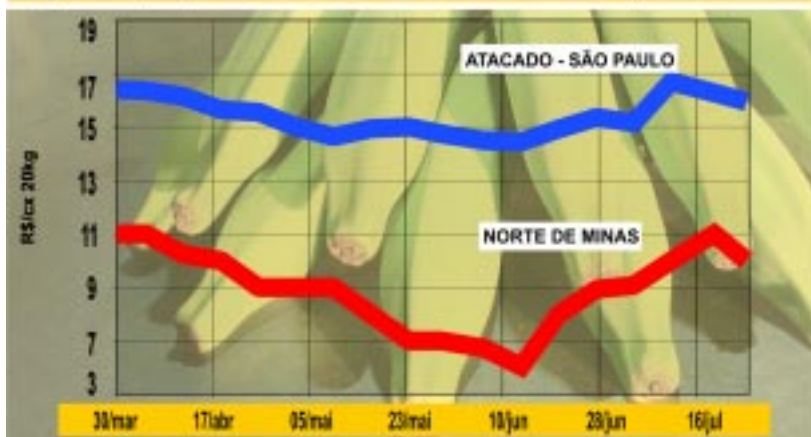


Vendas melhores na Ceagesp

A normalização das vendas na Ceagesp só deverá ocorrer a partir da segunda quinzena de agosto e início de setembro, com a retomada das aulas e elevação das temperaturas, que aumenta o consumo das frutas em geral. Contudo, o calor tende a aumentar também a oferta no mercado, embora com qualidade inferior, principalmente das nanicas do Sul e do Vale do Ribeira, pois as menores temperaturas do inverno causaram escurecimento e redução do diâmetro da fruta. No caso da prata, causam ainda uma maior quantidade de manchas pretas. Assim, a banana de qualidade superior pode valorizar-se. A dificuldade de encontrá-la, contudo, facilita as vendas daquelas com qualidade inferior, o que deve sustentar os preços em agosto.

### Prata mineira chega a R\$ 9,00 na roça

Preço recebido pelo produtor semanalmente no norte mineiro - R\$/cx de 20 Kg



Com o fim da safra do Paraná, a cidade paulista torna-se a principal fornecedora de uva.

## Jales abastece mercado paulista

Em pico de safra Jales entra no período de maior concentração da colheita. Com o fim da safra no Paraná em meados de julho, a cidade paulista passou a ser a principal abastecedora dos grandes centros consumidores do estado de São Paulo. Quanto aos preços, a expectativa de alta não se confirmou em julho devido às baixas temperaturas ocorridas nesse mês. A retração nos valores preocupa os produtores, pois estão reduzindo a margem de lucro da cultura - no mesmo período do ano anterior, os preços praticados estavam 35% superiores. A expectativa é que as vendas melhorem com o aumento das temperaturas em agosto.

Unindo forças Neste ano, a Cooperativa de Jales, juntamente com a Casa da Agricultura, está organizando os produtores para comercializar seus produtos. A compra de insumos passou a ser feita em conjunto, reduzindo os custos de produção nas lavouras. Esse trabalho vem animando os produtores e tornando a região mais competitiva no mercado.

Nordeste continua com pequena oferta A região nordestina continua ofertando um pequeno volume de uva para o mercado interno. Nesta época do ano, a maior parte das parreiras está em desenvolvimento e a colheita deve começar a se intensificar somente no início de outubro, quando reiniciam as exporta-

ções. No segundo semestre, os produtores não terão dificuldades na captação de água para irrigação, como ocorreu no ano anterior - o que afetou o desenvolvimento das bagas. Segundo dados da ONS (Operadoria Nacional do Sistema Elétrico), o volume da barragem Sobradinho - que representa cerca de 60% da energia gerada na região - está com 42,77% de sua capacidade (dado coletado no dia 18/7/2002), ante 18,46% no mesmo período do ano anterior.

Cai volume exportado para Argentina A crise enfrentada pela Argentina está afetando as negociações entre produtores brasileiros e importadores argentinos. Segundo a Secex, a quantidade exportada para o país vizinho neste ano foi de 3.774 toneladas. Entre os meses de março e maio de 2001, foram enviadas 532,9 toneladas, enquanto no mesmo período de 2002, apenas 20,5 toneladas. Vale lembrar que as vendas para a Argentina normalmente se intensificam a partir de agosto, quando o país entra em entressafra. Jales,

Pirapora e o Nordeste são as regiões que tiveram a maior participação nas exportações em 2001 e, neste ano, deverão ser prejudicadas.

Uva sem semente pode abrir mercado americano O aumento da produção de uva sem semente no Vale do São Francisco pode tornar viável a entrada da fruta nacional no mercado norte-americano. As exportações brasileiras para os Estados Unidos nunca alavancaram devido a uma série de medidas quarentenárias impostas pelo governo desse país. Dentre as exigências, o controle técnico rigoroso durante o período em que a fruta fica no navio torna as vendas pouco compensatórias, uma vez que o preço recebido pela uva com semente não é elevado. Com a uva sem semente, que é mais valorizada e cada vez mais procurada, o país pode conquistar um espaço no mercado americano.

### Exportações para a Argentina caem em 2002

Crise argentina prejudicou vendas da uva brasileira

	2001		2002	
	US\$ FOB	Peso Líquido(Kg)	US\$ FOB	Peso Líquido(Kg)
<b>Março</b>	73.205	83.762	0	0
<b>Abril</b>	151.248	178.590	11.077	18.720
<b>Maió</b>	220.299	270.520	1.584	1.760

Fonte: Secex

# Fique de olho...

FÓRUM DE IDÉIAS

## CUIDAR PARA EXPORTAR

“Hoje, o grande problema enfrentado pelos produtores/exportadores de melão é o Amarelão. Trata-se de uma virose cujo vetor é a mosca branca, que ataca a lavoura por volta dos 45 dias após o plantio, ocasionando perda da clorofila e diminuição do grau brix no fruto - inferior a 10. A doença, ainda sem controle conhecido, tem sido combatida através da diminuição da população de mosca branca na lavoura por meio do uso de defensivos, eliminação de restos culturais e uso de manta térmica nos primeiros 30 dias evitando, assim, a picada do inseto”.

Luiz Roberto Barcelos,  
Sócio-Gerente da Agrícola Famosa – Ceará

## DIVULGAR É PRECISO

“Falta maior divulgação atrelada ao turismo, ou seja, divulgar o produto dentro dos hotéis, vôos internacionais, estimulando a curiosidade e o consumo internacional. Em algumas linhas de Salvador está sendo feita a distribuição de folders que divulgam as frutas tropicais.”

Oswaldo Kiyoshi  
Yamanishi, Prof. Dr. da  
Universidade de  
Brasília

## QUANTIDADE X QUALIDADE

“Um importante fator de competitividade é a produção em quantidade e com qualidade adequadas para o abastecimento do mercado internacional durante o ano todo. Outro fator que tem contribuído para a manutenção das exportações de mamão é o melhoramento genético de frutas, criando variedades de qualidade e aparência cada vez melhores e mais aceitas no mercado internacional, como é o caso do Golden, que atualmente é responsável por cerca de 70% das exportações de mamão brasileiro. O Brasil está saindo na frente, adotando programas de produção integrada de frutas, que reduz a utilização de produtos químicos, sendo mais aceito no mercado internacional (principalmente europeu). Está sendo criado um selo (PIF Brasil) para identificar a frutas produzida em sistema integrado, que pretende ser reconhecido internacionalmente. Esse tipo de selo está sendo exigido em muitos supermercados europeus.”

Oswaldo Kiyoshi  
Yamanishi, Prof. Dr. da  
Universidade de Brasília

## O FRETE

“O envio do melão brasileiro ao mercado europeu entre janeiro e março, além de enfrentar os competidores da América Central, é dificultado pelo preço do frete marítimo no período. Nesse, o embarque é considerado de “alta temporada”, o que favorece a elevação nos custos do transporte. No início do ano, o preço chega a ser de US\$ 205,00/pallet,

contra os US\$ 135,00/pallet praticados nos meses de setembro a dezembro. O aumento é de cerca de 51%”. Manoel Dantas, Fazenda São João – Mossoró/RN.

## VÔO CARO

“Um dos principais entraves ao crescimento das exportações é o preço elevado do frete aéreo, modo mais utilizado para transportar o mamão, dada sua alta perecibilidade.

O transporte marítimo exige muitos cuidados tanto na produção quanto na pós-colheita, sendo que qualquer falha em algum dos processos pode ocasionar em perdas consideráveis durante o transporte. Para resolver esse problema, estão sendo testados produtos para aumentar a vida pós-colheita da fruta, permitindo maior tempo de transporte.” José Carlos Marcondes Soares, CM exportações – Linhares/ES

## PESQUISA E GOVERNO DE MÃOS DADAS

“O investimento em pesquisas que resultaria na introdução de novas variedades de uva, pode contribuir para aumentar a competitividade do produto nacional. Um elevado número de variedades atinge diferentes mercados, e conseqüentemente, aumenta as oportunidades de exportação. As variedades sem semente devem ser priorizadas nessas pesquisas. Outra sugestão seria uma definição política de estímulo à implantação e utilização de contrato de câmbio, que aumentaria o volume de frutas negociado entre os produtores e as empresas exportadoras. Também



Oswaldo K. Yamanishi  
Universidade de  
Brasília

# no mercado externo

para alavancar as exportações, o governo deveria criar uma linha de crédito mais atrativa para o produtor de frutas. A uva está entre as culturas com maior custo de produção, cerca de 35 mil reais/ano por ha, de investimento inicial até a primeira colheita, o que torna essa atividade de difícil acesso para pequenos produtores.”

Antônio Fernando Feitosa, Global Fruit – Petrolina / PE

## OS OPORTUNISTAS

“O ministério tem se movimentado nas vistorias internas. A intenção não é dificultar, mas moralizar as exportações da fruta. Tem muita gente que não é laranjeiro mas entra no mercado quando as exportações estão boas. A competição é desleal aos tradicionais exportadores porque a entrada só ocorre quando os preços compensam. A atuação do Governo tem sido feita no sentido de regular a participação desses traders.”

Haroldo Batelli, Fazenda Sete Lagoas - Conchal, SP

## QUALIDADE GARANTE COMPETITIVIDADE

“O produtor de manga deve prezar a qualidade para valorizar a fruta brasileira. Quem exporta com qualidade um pouco inferi-

or acaba prejudicando os preços do produto brasileiro.” José Medrado da Silva Filho, técnico da Coampit – Juazeiro/BA

## CUIDADOS QUE FAZEM A DIFERENÇA

“O segredo na cultura da manga é não se precipitar na colheita, além de adotar os tratamentos fitossanitários adequados, garantindo assim qualidade e preço”

Eanes Melo, Frutivasf - Petrolina/PE.

## AMPLIANDO MERCADO

“Estamos concentrando nosso trabalho nos diversos foros, OMC, Mercosul-União Europeia, Alca, para ampliar o acesso aos mercados, baixando tarifas, eliminando barreiras não tarifárias sobre suco e fruta fresca. Também estamos agindo em mercados novos, como a China, Índia, Rússia e países do Leste Europeu, para aumentar a demanda e assim criar espaço para o suco de laranja brasileiro. São coisas demoradas mas de resultados muito positivos. Se conseguirmos, durante esta década, trabalhar nas duas pontas, isto é, recuperando a produção e ampliando os mercados, não teremos razão para nos



Ademerval Garcia  
Presidente da  
Abecitrus

preocupar com a próxima década. Senão...”

Ademerval Garcia  
Presidente da Abecitrus

## CÂMBIO A R\$3,00

O câmbio em alta fez novamente o mercado elevar as projeções de exportação em 2002. Sem dúvida, o nosso setor tem garantido divisas para o país à medida que o câmbio tornou o agronegócio mais competitivo em relação aos demais segmentos exportadores. Contudo, somente o câmbio não garante crescimento das exportações nos próximos anos. Depoimentos como os citados no *Fórum de Idéias*, com os principais formadores de opinião do setor de exportação, mostram que tornar nossos preços mais competitivos não é o suficiente. Devemos avançar na produção, comercialização e nos acordos bilaterais entre os principais compradores internacionais, se quisermos garantir superávits crescentes na balança comercial. Margarete Boteon - Cepea/Esalq

Para enviar artigos para a coluna, utilize o correio eletrônico: [hfbrazil@esalq.usp.br](mailto:hfbrazil@esalq.usp.br)



**SEATEC**  
CONTAINERS E MÓDULOS

Locação de containers Refrigerados(até -25°C), para cargas seca, silos e módulos habitáveis

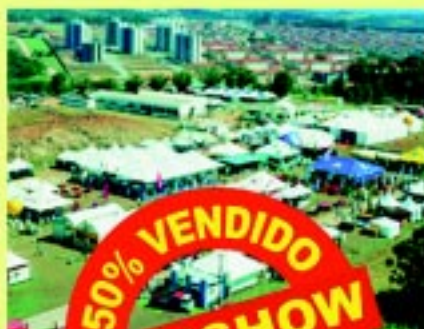
DDG: 0800-770-6670 - Fax: (13) 3296-4229  
e-mail: [atendimento@seatec.com.br](mailto:atendimento@seatec.com.br) - [www.seatec.com.br](http://www.seatec.com.br)

# AGRISHOW FFH

FEIRA DE TECNOLOGIA AGRÍCOLA APLICADA À CADEIA  
PRODUTIVA DE FLORES, FRUTAS E HORTALIÇAS

**SE VOCÊ FAZ PARTE DESTES SETORES  
NÃO PODE PERDER ESTA OPORTUNIDADE.**

- ✓ Máquinas e Implementos Agrícolas
- ✓ Adubos, Fertilizantes e Defensivos
- ✓ Equipamentos para Beneficiamento e Embalagem
- ✓ Sementes, Mudas e Substratos
- ✓ Estufas, Pulverizadores e Irrigação
- ✓ Máquinas e Equipamentos para a produção de doces e conservas em escala familiar
- ✓ Instrumentos de medição e controle. Automação
- ✓ Veículos Utilitários

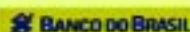


**50% VENDIDO  
AGRISHOW  
NÃO PERÇA**

**18 a 21 de Setembro de 2002 - JUNDIAÍ - SP**

**RESERVE JÁ A SUA ÁREA**

PATROCINADOR



**Tel.: (11) 5582.6397**

**www.agrishow.com.br**

TRANSPORTADORA  
OFICIAL



REVISTA OFICIAL

