

ESPECIAL BATATA

Como lucrar em tempos de custos em alta?

Técnicas modernas de gestão são o assunto do Especial Batata 2008 (edição de novembro)



A edição será distribuída durante o IV Seminário Brasileiro da Batata, nos dias 12 e 13 de novembro, em Uberlândia (MG).

PARA USO DOS CORREIOS

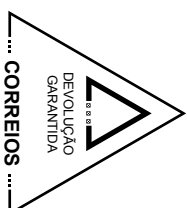
- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Mudou-se | 2 <input type="checkbox"/> Falecido |
| 3 <input type="checkbox"/> Desconhecido | 4 <input type="checkbox"/> Ausente |
| 5 <input type="checkbox"/> Recusado | 6 <input type="checkbox"/> Não procurado |
| 7 <input type="checkbox"/> Endereço incompleto | 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
1.74.18.0518-7/2001-DR/SPI
Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

... CORREIOS ...



IMPRESSO

Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ

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

Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829

e-mail: hfbrazil@esalq.usp.br

Hortifruti ^{Brasil}

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 7 - Nº 73 - Outubro de 2008 - ISSN 1981-1837



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

www.cepea.esalq.usp.br/hfrasil

OPORTUNIDADES NO MERCADO INTERNACIONAL

Apesar das barreiras, o Brasil pode se tornar
um dos 10 maiores exportadores de frutas



Stroby

Dormex

Collis

**Nascer com tradição.
Crescer com inovação.
Isso tem um nome, ou melhor, vários.**

Dormex® Caramba® Stroby®

Produtos registrados no Ministério da Agricultura com as marcas Dormex, Cabrio Top, Caramba 90, Stroby SC e Collis. Com restrição de uso no Estado do Paraná para a cultura

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

PRATIQUE O MANEJO INTEGRADO.

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

cabrio top
caramba

Linha de produtos
BASF para
a cultura de uva:

Nasceu para aumentar
a produtividade
e a qualidade
do seu vinhedo.

Cresceu junto
com você.



Collis® CabrioTop®

de uva para Caramba 90 e em Phakopsora euvtis para Cabrio Top.

 **BASF**
The Chemical Company

ESCREVA PARA NÓS

Envie suas opiniões, críticas e sugestões para:

Hortifruti Brasil

Av. Centenário, 1080

Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)

hfbrazil@esalq.usp.br

HORTIFRUTI BRASIL ON-LINE



Acesse a versão *on-line* da **Hortifruti Brasil** no site:

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrazil.

A última edição é atualizada até o DIA 10. Além disso, todas as edições estão disponíveis no site.

OPINIÃO

Citricultura orgânica

Amigos da **Hortifruti Brasil**, parabéns pelo belo trabalho! Gostaria de sugerir que vocês realizassem uma matéria sobre citricultura orgânica em São Paulo, pois a citricultura precisa sair da armadilha dos agrotóxicos, e o caminho é torná-la orgânica. Isso já está sendo feito em São Paulo, e não é coisa de meia dúzia de pés na chácara, há pomares enormes, com mais de meio milhão de pés sob condição orgânica. O êxito desses cultivos não deixa dúvida quanto à viabilidade da laranja orgânica em grandes áreas. Existem pomares orgânicos em Brotas e São Carlos, no interior de São Paulo. Grato,

Cloves Trindade – Sergipe
clovestrindade@hotmail.com

*Obrigado pelo seu interesse pela **Hortifruti Brasil** e pela sugestão. Comentários de leitores como você são importantes para que possamos aprimorar a publicação, tratando os mais diversos assuntos relacionados à hortifruticultura. De fato, estamos com projeto de fazer um estudo sobre agricultura orgânica dos produtos-alvo da **Hortifruti Brasil** no ano de 2009. Fique de olho nas novidades.*



Terceirização temporária

Parabenizo o Sr. Álvaro Legnaro pela publicação da *Matéria de Capa* publicada na Revista **Hortifruti Brasil** edição nº 71 intitulada “Terceirização”,

que se refere à legalização da mão-de-obra temporária. O artigo, perfeitamente embasado no que há de mais moderno em termos de legislação e gestão, aborda temas de interesse não só dos agricultores como da população em geral, que é diretamente afetada pelos bons ou maus rumos que a agricultura segue. Desta forma, e mais uma vez, parabenizo o nobre articulista que, desde jovem, já vem dando mostras de uma carreira sólida e profícua.

Vereador José Renato Furlanetto Romano
Câmara Municipal de Casa Branca – SP

Agradecemos os elogios referentes à matéria. Vamos manter os estudos a respeito de mão-de-obra terceirizada também nos próximos anos.



IV SEMINÁRIO BRASILEIRO DA BATATA

12 e 13 de Novembro de 2008

Center Convention - Uberlândia - MG - Brasil

OBJETIVO

Discutir os principais assuntos relacionados a produção de batata no Brasil

ATIVIDADES

Palestras
Painéis de Debates
Lançamento de Produtos

APOIO

ICIAG - UFU

**Instituto de Ciências Agrárias
Universidade Federal de Uberlândia**
ORGANIZAÇÃO



Associação Brasileira da Batata

INFORMAÇÕES

www.abbabatatabrasileira.com.br

EXPORTAÇÕES DEVEM CRESCER MENOS NOS PRÓXIMOS ANOS



Ana Luisa Ferreira de Melo (esq.) e Aline Vitti são as responsáveis pela *Matéria de Capa* desta edição.

A tão divulgada receita com exportação de frutas brasileiras de US\$ 1 bilhão ao ano, como forma de integrar o Brasil no rol dos 10 maiores exportadores mundiais da fruta, é uma meta há muito tempo perseguida pela fruticultura nacional. No início das nossas pesquisas, em 2001, as projeções indicavam que esse total deveria ser superado até 2010. No entanto, a *Matéria de Capa* desta edição mostra que as oportunidades para a expansão dos embarques são cada vez menores.

A projeção dos analistas da **Hortifru-ti Brasil** é que a taxa de crescimento das exportações reduza nos próximos anos, apesar da tendência de se manter positiva.

Todo ano, desde 2001, a **Hortifru-ti Brasil** dedica uma das suas edições às exportações brasileiras de frutas. Ao longo dos anos, observa-se o “amadurecimento” dos exportadores. No início, era notável a limitação de qualidade de algumas frutas brasileiras direcionadas ao mercado externo. Com o passar dos anos, algumas cadeias, como a do melão, conseguiram oferecer produtos diferenciados dos vendidos por concorrentes. Outro ponto importante é o conhecimento que se acumulou sobre o mercado externo. Hoje, exportadores têm uma boa noção de calendário de exportação e das melhores oportunidades de envio da fruta. Além disso, estão mais atentos a novos mercados (além do europeu), expandindo suas vendas também para a Ásia, Estados Unidos e África. Isso permitiu saltarmos de uma

receita de US\$ 215 milhões em 2001 para US\$ 643 milhões em 2007, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Outro ponto que contribuiu para o aumento das exportações foi a melhoria da produtividade nas roças, como no caso das uvas sem semente.

No entanto, algumas limitações ainda continuam a ser observadas: infra-estrutura de logística ineficiente, poucos acordos bilaterais específicos para frutas, baixo investimento em promoção da fruta brasileira no exterior e dólar fraco – pelo menos até agosto/08. Outro ponto de incerteza, principalmente no próximo ano, é quanto à crise financeira norte-americana e o seu possível impacto também na Europa, especialmente na Inglaterra, que pode afetar as exportações brasileiras de frutas.

A superação desses desafios é fundamental para que se amplie o comércio externo de frutas e se alcance logo na primeira metade da próxima década um lugar entre os principais exportadores de frutas do mundo.

NETUNO

- Líder no Segmento
- Alta Produtividade
- Excelente Padrão
- Longa Vida



Durabilidade e sabor, frutos de um bom investimento.



TRADIÇÃO EM ITALIANOS!

A Eagle traz toda a linha de sementes para o seu negócio.

Eagle Comércio de Sementes Ltda | Telefone: 34 3217 - 3110 | eaglesementes@eaglesementes.com.br



SATURNO



PLUTÃO



VENUS



KÁTIA

CAPA



07

Analistas da **Hortifruti Brasil** apontam na Matéria de Capa desta edição as oportunidades do Brasil para elevar as exportações de frutas. Confira!

FÓRUM

30

Além de analisar oportunidades do Brasil no comércio externo, o entrevistado do Fórum, Herbert Scholdei, mostra as limitações que o País tem de enfrentar para ganhar mais espaço lá fora.

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

Editora Econômica:
Aline Vitti e João Paulo Bernardes Deleto

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 Paola Garcia Ribeiro

Equipe Técnica:
Álvaro Legnaro, Ana Luisa Ferreira de Melo, Camila Pires Pirillo, Daiana Braga, Fabícia Basílio Resende, Flávio Bombonatti, Joseana Arantes Pereira, Larissa Gui Pagliuca, Lilian Cabral Missura, Maíra Paes Lacerda, Marina Isaac Macedo, Margarete Boteon, Mayra Monteiro Viana, Mônica Georgino, Natalia Dallocca Berno, Renata Pozelli Sabio, René Voltani Broggio, Richard Truppel, Ticyana Carone Banzato e Yuri Uchoa Rodrigues.

Apoio:
FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

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

Impressão:
Indústria Gráfica GR e Editora Ltda.
19 3493-1616

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

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrazil

A revista Hortifruti Brasil pertence ao Cepea.

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

SEÇÕES

**CEBOLA****18****BATATA****19****TOMATE****20****CENOURA****21****MELÃO****22****BANANA****23****MANGA****24****UVA****26****MAMÃO****27****CITROS****28****MAÇÃ****29**

Seção Eletrônica

Hortifruti Brasil

Informações semanais sobre o seu produto.

**MAIOR COMUNIDADE
HORTIFRUTICOLA
DA INTERNET**

Faça aqui seu cadastro!

Você não precisa esperar até a próxima edição para se manter informado a respeito dos preços dos produtos-alvo da **Hortifruti Brasil**.

Receba toda segunda-feira no seu e-mail os preços dos hortifrutícolas de seu interesse.

Cadastre-se

Para se cadastrar é necessário entrar na página da **Hortifruti Brasil** no site do Cepea

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrazil

OPORTUNIDADES NO MERCADO INTERNACIONAL

Apesar das barreiras, o Brasil pode se tornar um dos 10 maiores exportadores de frutas

Por Ana Luisa Ferreira de Melo e
Aline Vitti

A receita com exportação de frutas em 2008 deve ser recorde em dólar: entre US\$ 650 milhões e US\$ 700 milhões, segundo projeção da **Hortifruti Brasil**. Isso representaria um crescimento entre 5% e 10% em relação ao montante de 2007, percentual significativo, mas inferior ao avanço observado no ano passado, que foi de 35% frente a 2006.

Para os próximos anos, tudo indica que a taxa de crescimento das exportações (em receita) será menor devido à redução das oportunidades ao Brasil nas janelas de exportação tendo em vista a elevada concorrência de outros países. Mesmo assim, o Brasil poderá, na próxima década, se firmar entre os 10 maiores exportadores mundiais de fruta, com uma receita superior a US\$ 1 bilhão ao ano. Para tanto, algumas ações devem ser tomadas, como as apontadas pelos analistas da **Hortifruti Brasil** nesta edição.

O estudo que se apresenta foi baseado no calendário de importação dos dois maiores mercados consumidores da fruta brasileira, União Européia e Estados Unidos. A partir dos dados do Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA), foi levantado o período da entrada da fruta do Brasil e dos principais países concorrentes no mercado norte-americano

e em Roterdã (Holanda), porto de maior importância para o destino das frutas brasileiras. O objetivo é verificar se o Brasil tem condições de expandir seu período de exportação ou de aumentar ainda mais o volume exportado nos períodos atuais sem limitar sua rentabilidade.

Segundo opinião de exportadores/produtores, a fruticultura exportadora brasileira já superou diversos obstáculos, o que tem possibilitado o crescimento do volume exportado e da participação do Brasil no mercado internacional. Esses avanços, porém, ocorrem em esferas que competem ao próprio setor: como o plantio de variedades globalizadas e melhorias no pós-colheita e no controle fitossanitário.

O salto que colocaria o País entre os 10 maiores exportadores dependerá da coordenação do setor produtivo com o governo no sentido de desonerar tarifas de importação dos Estados Unidos e União Européia; buscar acordos comerciais em novos mercados como: Rússia, América Central, África e Ásia; promover a diferenciação da fruta brasileira em relação à de concorrentes através da qualidade, segurança e preço; reduzir os custos logísticos e regularizar a oferta e a qualidade ao longo do ano, evitando a concentração da colheita.



Exportação de frutas brasileiras em milhões (US\$)



Fonte: Secex/lbrat (2000-2007); Hortifruti Brasil (2008)

MENOS TARIFAS E MELHOR QUALIDADE SÃO ESSENCIAIS PARA AMPLIAR AS EXPORTAÇÕES DE BANANA



Por Marina Isac Macedo
bananacepa@esalq.usp.br

Apesar de o Brasil ser o segundo maior produtor mundial de banana, não é tradicionalmente um grande exportador desta fruta. As principais barreiras ao crescimento são o comércio externo dominado por grandes *traders*, barreiras tarifárias – principalmente o protecionismo europeu em relação à fruta de suas ex-colônias produtoras de banana –, o alto custo de exportação, a baixa produtividade/qualidade nas principais roças brasileiras e também o elevado consumo interno.

O mercado internacional de banana apresenta uma estrutura oligopolista, isto é, poucas empresas dominam a produção e comercialização da fruta. Essas empresas têm elevado controle das diversas etapas da cadeia: produção, beneficiamento, navios próprios para a exportação e distribuição da fruta no varejo, através de parcerias com grandes redes de supermercados. Essa integração da cadeia pelos grandes *traders* é mais comum nos países que são tradicionais exportadores da fruta, como o Equador e a Costa Rica, e acaba sendo também uma das principais barreiras para o Brasil negociar, por exemplo, com o mercado norte-americano.

Além da integração e concentração desse mercado mundial, o Brasil enfrenta as barreiras protecionistas da Europa que favorecem suas ex-colônias, a ACP (países produtores de banana da África, Caribe e Pacífico). Os países que compõem o ACP são: Belize, Cabo Verde, Costa do Marfim, República dos Camarões, Dominica, Granada, Jamaica, Madagascar, Suriname, Somália, Santa Lúcia e São Vicente e os Grenadinos (país em um grupo de ilhas do Caribe).

O fracasso das negociações em Doha em 2008 enfraqueceu as expectativas dos produtores/exportadores de banana quanto a uma maior abertura do mercado europeu.

A banana é exportada o ano todo

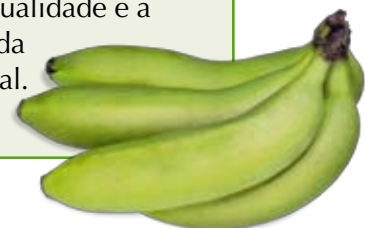
pelos principais produtores, reduzindo a possibilidade de o Brasil aproveitar janelas de mercado na entressafra dos seus concorrentes. Apesar disso, a produção dos principais exportadores para a União Européia reduz no primeiro trimestre do ano, tornando esse período mais propício para a fruta brasileira.

Nesta época, no entanto, o Vale do Açu (RN), principal região brasileira exportadora de banana ao continente europeu, também tem problemas para colher, por enquanto, um bom volume de frutas de elevada qualidade porque também coincide com o nosso período de chuvas. Neste ano, por causa das enchentes nas roças do Rio Grande do Norte, as exportações em volume para a União Européia entre janeiro e agosto foram 32% menores que no mesmo período do ano passado, segundo a Secex.

Apesar das elevadas barreiras, o Brasil pode ampliar suas exportações devido ao grande mercado mundial da banana. De qualquer forma, é fundamental melhorar a qualidade, produtividade e desenvolver um canal de exportação, atraindo inclusive as principais *traders* globais para o Brasil.

O que fazer para exportar mais banana brasileira?

- Retomar as negociações de Doha em busca de maior abertura do mercado europeu a partir da redução/isenção de tarifa de importação.
- Estimular a entrada de grandes *traders* da fruta no País.
- Melhorar a qualidade e a produtividade da banana nacional.



Calendário de importação dos Estados Unidos - 2005 a 2007

Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Guatemala	Jan-Dez
2	Equador	Jan-Dez
3	Costa Rica	Jan-Dez
4	Colômbia	Jan-Dez
5	Honduras	Jan-Dez

Fonte: Depto. Agricultura dos EUA (USDA/AMS) - Annual Fresh Fruit and Vegetable Shipments

¹ Esses países representam mais de 95% das importações (em volume)

Calendário de importação da União Européia - 2005 a 2007

Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Equador	Jan-Dez
2	Colômbia	Jan-Dez
3	Costa Rica	Jan-Dez
4	Panamá	Jan-Dez
5	Camarões	Jan-Dez
6	Costa do Marfim	Jan-Dez
7	República Dominicana	Jan-Dez
8	Brasil	Jan-Dez

Fonte: Export Helpdesk para países em desenvolvimento e Colaboradores do Cepea (*traders*)

¹ Esses países representam 88% das importações (em volume)

EXPORTAÇÃO DE MAÇÃ COMEÇA A EXPANDIR PARA NOVOS MERCADOS



Por Lilian Cabral Missura
macacepea@esalq.usp.br

O calendário dos embarques de maçã brasileira normalmente define-se com envios de gala durante os meses de fevereiro a julho e, de fuji, de abril a julho, com algumas cargas sendo embarcadas até o fim de agosto, especificamente ao mercado europeu. O primeiro semestre é o mais favorável para as exportações tanto do Brasil como de outros países do Hemisfério Sul em razão das condições climáticas. Já o segundo semestre é considerado período de safra no Hemisfério Norte, dificultando a entrada da fruta brasileira naquele mercado.

Outra dificuldade deste período é que, a partir de agosto, a Europa passa a cobrar tarifa de importação sobre a maçã brasileira. Na verdade, nossa fruta é isenta dessa tarifa somente entre 31 de março e 31 de julho. O Chile, por sua vez, não paga esta taxa devido a um acordo bilateral, dando vantagem competitiva para este país. Não fossem esses valores, as exportações de maçã brasileira teriam espaço para crescer ainda mais na Europa, principalmente as de fuji. Vendas para os Estados Unidos, por outro lado, são pequenas devido a diversos entraves: barreiras tarifárias e fitossanitárias, câmbio fraco e exigência do tratamento a frio.

O que fazer para exportar mais maçã brasileira?

- Acordo bilateral com a União Européia para exonerar a tarifa de importação.
- Consolidar novos mercados: Rússia, América Central, África e Ásia.



Oportunidades mais consistentes de crescimento concentram-se em novos mercados, como Rússia, Oriente Médio, Caribe, Leste Europeu e América Central. Exportadoras nacionais de maçã já se mostraram interessadas em investir em novos mercados, principalmente para a variedade gala. No primeiro semestre deste ano, dados da Secretaria do Comércio Exterior (Secex) mostram que aumentaram as vendas para Rússia, Oriente Médio, África e América Central, reduzindo a participação da União Européia entre os principais destinos da maçã exportada pelo Brasil. Em 2008, no acumulado de janeiro a agosto, os embarques para a União Européia reduziram em 5% em relação ao mesmo período em 2007, segundo a Secex.

Em alguns dos novos mercados, empresas brasileiras têm conseguido negociações mais favoráveis que as praticadas até o ano passado, obtendo melhor rentabilidade que na venda para a União Européia. O Sudão, por exemplo, elevou suas compras de 21 toneladas entre janeiro e agosto de 2007 para 317,5 toneladas no mesmo período deste ano, segundo a Secex. Em dólar, aquele país pagou em média 25,5% a mais pelo quilo da fruta se comparado com o ano anterior e cerca de 14% a mais que o bloco europeu neste ano. Da mesma forma, países da África chegaram a comprar 360% a mais neste ano, em comparação com igual intervalo de 2007, passando de 233 toneladas para 837 toneladas, pagando (em dólar) 66,5% a mais pelo quilo da fruta neste ano.

Segundo exportadores, esses países são mercados com potencial de expansão, mas que poderão ser considerados “bons compradores” após três ou quatro temporadas de comercializações. De qualquer forma, o Brasil tem se mostrado em plena capacidade de explorar novos mercados e expandir as exportações do setor macieiro.

Calendário de importação dos Estados Unidos - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Chile	Mar-Set
2	Nova Zelândia	Mar-Set
3	Canadá	Jan-Dez

Fonte: Depto. Agricultura dos EUA (USDA/AMS) - Annual Fresh Fruit and Vegetable Shipments

¹ Esses países representam mais de 95% das importações (em volume)

Calendário de importação da União Européia - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Itália ²	Jan-Dez
2	França	Jan-Dez
3	Chile	Mar-Out
4	Polônia ³	Jan-Dez
5	Nova Zelândia	Abr-Out
6	África do Sul	Abr-Out
7	Argentina	Mar-Set
8	Brasil	Mar-Set

Fonte: Export Helpdesk para países em desenvolvimento e USDA/AMS (Fruit & Vegetable Market News) - base: Roterdã

¹ Esses países representam 81% das importações (em volume)

² Com base em Hamburg, Plovdiv, Sofia e Varna

³ Com base em Poznan e Warsaw

FIDELIDADE DO CONSUMIDOR É A SAÍDA PARA EXPANDIR AS EXPORTAÇÕES DO MAMÃO



Por Flávio Bombonatti e
Ticyana Carone Banzato
mamao@esalq.usp.br

O Brasil tem um importante papel no comércio internacional de mamão papaia. Na União Européia, o mamão brasileiro tem uma fatia de 64% no total das importações em volume de acordo com o site *Export Helpdesk*, ostentando a posição de maior fornecedor do produto a esse mercado.

Quanto à produção brasileira, muitas lavouras detêm tecnologia para garantir frutos de qualidade e em quantidades adequadas em grande parte do ano. No entanto, a sazonalidade da demanda externa, principalmente dos europeus, influencia tanto nos embarques quanto nos preços de exportação do mamão nacional. Em junho e julho, o mamão concorre com frutas européias e, de setembro a janeiro, é a elevação nos embarques de outras frutas tropicais, incluindo o mamão de outros países, que pressiona as cotações da mercadoria na Europa.

Com relação aos embarques para os Estados Unidos, a participação do mamão brasileiro é pequena em comparação com a fruta mexicana ou de Belize, representando apenas 3% do importado por aquele país. De acordo com dados do AMS/USDA, referente ao triênio 2005/07, a variação do preço médio do *golden* no porto de Filadélfia (EUA) é notadamente menor que na Europa. Uma oportunidade de aumento dessas vendas seria a oferta entre agosto e outubro, período de menor produção dos seus concorrentes, além do aumento do consumo da fruta nos Estados Unidos. Ocorre que as frutas formadas no inverno brasileiro têm maior calibre, característica pouco aceita pelo consumidor norte-americano. Além disso, pesam contra o alto investimento técnico-administrativo para obter a permissão para exportar para aquele mercado e a concorrência com países mais próximos, que têm menores custos de frete.

Em se tratando do *maradol*, produzido no México, seu preço é menos da metade do obtido pelo *golden* comercializado pelo Brasil. Segundo produtores, embora o *golden* tenha características comerciais vantajosas sobre o *maradol*, como melhor sabor, a fruta mexicana acaba se sobressaindo devido à preferência dos consumidores latinos residentes nos Estados Unidos e também por ser mais barato. Estratégias de marketing vêm sendo trabalhadas pelas grandes empresas brasileiras para elevar as vendas do *golden*, focando nas características nutritivas do produto. As diversas barreiras para expandir as exportações já afetam na quantidade exportada de mamão. Segundo a Secex, entre 2003 e 2005, os embarques de mamão eram 40 mil toneladas/ano. Nos últimos dois anos (2005 e 2007), o volume médio foi de 32,5 mil toneladas/ano.

Frente às dificuldades em se aumentar a quantidade de mamão nacional nos mercados europeu e norte-americano, exportadores têm buscado novos compradores. Além disso, o setor tenta manter a rentabilidade do negócio buscando novos nichos de mercado e conquistando, ainda mais, a confiança dos consumidores estrangeiros.

O que fazer para exportar mais mamão brasileiro?

- Reduzir a sazonalidade de demanda externa pelo mamão através de campanhas de fidelização e diferenciação do papaia brasileiro.
- Buscar novos mercados: países da América Central, África e Ásia.



Calendário de importação dos Estados Unidos - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	México	Jan-Dez
2	Belize	Jan-Dez
3	Brasil	Jan-Dez

Fonte: Depto. Agricultura dos EUA (USDA/AMS) - Annual Fresh Fruit and Vegetable Shipments

¹ Esses países representam mais de 95% das importações (em volume)

Calendário de importações da União Européia - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Brasil	Jan-Dez

Fonte: Export Helpdesk para países em desenvolvimento e USDA/AMS (Fruit & Vegetable Market News) - base: Roterdã

¹ O Brasil representa 64% das importações (em volume)

ABERTURA DO MERCADO NORTE-AMERICANO PODERIA IMPULSIONAR AS VENDAS DA TAHITI

O Brasil, em especial o estado de São Paulo, é o maior exportador de lima ácida tahiti *in natura* para a União Européia e o segundo maior do mundo. O México é o maior exportador em volume, mas concentra suas vendas nos Estados Unidos. Na União Européia, no triênio 2005/07, ao serem excluídos os países produtores/exportadores daquele bloco, constata-se que o México foi responsável por 20% e o Brasil, por 74% do total importado da lima ácida tahiti, de acordo com o site *Export Helpdesk*.

A oferta da tahiti brasileira concentra-se no primeiro semestre. No entanto, por conta do melhor desempenho dos preços tanto na Europa quanto no mercado interno no segundo semestre, é de interesse do setor buscar o aumento da produção nesta época. As condições climáticas em São Paulo, porém, torna a alteração do calendário de oferta local muito difícil. Além disso, o elevado pre-

ço doméstico, principalmente entre setembro e outubro, também limita os embarques paulistas no período. Em regiões áridas e semi-áridas no Brasil, como a Bahia, é possível colher um bom volume da fruta no segundo semestre. Assim, a tendência é de aumento dos embarques da lima ácida do Nordeste brasileiro nos últimos meses do ano, com vistas a atender a demanda européia, o que tem estimulado a produção da fruta na região.

Com relação aos embarques para os Estados Unidos, o México é praticamente o único fornecedor da lima ácida, com 95% do mercado, segundo o Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA). Assim, o comportamento dos preços nos Estados Unidos segue a disponibilidade da fruta mexicana, apresentando as menores cotações na segunda metade do ano, período de safra no México.

No primeiro semestre do ano – entressafra mexicana –, o Brasil poderia abastecer o mercado norte-americano sem grande concorrência. No entanto, essa oportunidade é prejudicada pelas barreiras fitossanitárias impostas à citricultura brasileira, independente da fruta: laranja, tangerina ou lima ácida. Nesse sentido, é necessário que seja retomado um trabalho que havia sido iniciado junto ao Ministério da Agricultura solicitando a abertura deste mercado para áreas comprovadamente isentas de doenças que atingem a cultura – como o cancro cítrico e a pinta preta.

Na União Européia, a concorrência entre Brasil e México é maior na entressafra paulista, que ocorre no segundo semestre. Além disso, o bloco cobra durante todo o ano taxa de importação de 8,9%. A desoneração dessa tarifa seria importante para a ampliação das vendas brasileiras.



Por Mayra Monteiro Viana
citroscepea@esalq.usp.br

O que fazer para exportar mais lima tahiti brasileira?

- Ações de marketing para estimular os tradicionais consumidores do limão siciliano a adquirir a lima ácida tahiti.
- Ampliar o plantio da fruta no Nordeste para expandir os embarques no segundo semestre.
- Abrir o mercado norte-americano para a tahiti no primeiro semestre.
- Desonerar o Brasil da tarifa européia de importação de 8,9% através de acordos bilaterais.



Calendário de importação dos Estados Unidos - 2005 a 2007		
Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	México	Jan-Dez

Fonte: Depto. Agricultura dos EUA (USDA/AMS) - Annual Fresh Fruit and Vegetable Shipments

¹ O México representa mais de 95% das importações (em volume)

Calendário de importação da União Européia - 2005 a 2007		
Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Brasil	Jan-Dez
2	México	Jul-Dez

Fonte: Export Helpdesk para países em desenvolvimento e USDA/AMS (Fruit & Vegetable Market News) - base: Roterdã

¹ Esses países representam 80% das importações (em volume)

INVESTIMENTOS EM QUALIDADE PODEM COLABORAR PARA O CRESCIMENTO DAS EXPORTAÇÕES DE MELÃO



Por Lilian Cabral Missura
melaopea@esalq.usp.br

O Brasil é o maior fornecedor não europeu de melão para a União Europeia. Do total importado de melão fora dos países membros, a comunidade europeia importou 50% do Brasil entre 2005 e 2007. Entre os principais concorrentes do Brasil no mercado de melão na Europa destacam-se países da América Central (Costa Rica, Panamá e Honduras). Nesses países, a produção é de elevada escala e, em geral, tem custo menor que o do Brasil, principalmente o do frete marítimo. Assim como o Brasil, esses ofertantes também atuam na entressafra da Espanha. Além deste país, também França e, em menor quantidade, Turquia, Israel, Irã, Chipre e Bulgária, entre outros, abastecem o mercado europeu. Assim, durante o período da produção europeia é inviável aumentar as exportações do Brasil ou de países em que a distância limita a competitividade da fruta.

Além da concorrência, o nível de exigência cada vez maior dos importadores através da certificação da fruta pode levar a restrição do comércio. Tais exigências existem tanto para o mercado europeu quanto para o norte-americano.

Segundo agentes do setor, o avanço das vendas externas de melão requer, sobretudo, diminuição dos custos logísticos. Seriam de grande importância ações como maior agilidade na liberação de carga e documentos nos portos e aeroportos pelos agentes fiscalizadores, diminuição dos custos dos serviços dos operadores portuários e melhora nas condições das estradas.

Avaliando os preços médios do melão entre 2005 a 2007, no porto de Roterdã, observa-se que a boa qualidade do produto nacional permite, muitas vezes, uma maior valorização dessa fruta em relação à de outras origens. A diferenciação do produto brasileiro é essencial, uma vez que os custos com a produção estão crescendo em ritmo

acelerado. Contudo, existem momentos em que o volume embarcado é muito elevado e os preços caem muito abaixo do que o registrado para outros países, chegando a ocorrer rejeição da fruta até mesmo em consignação, vista a dificuldade nas vendas.

Segundo exportadores, as maiores oportunidades estão nos países árabes e na Rússia. Os embarques para os norte-americanos, ao contrário, deverão seguir muito restritos, pois exportadores necessitam de grande elevação dos preços para manter a rentabilidade das vendas devido à queda do dólar. Além disso, as barreiras tarifárias no valor de 28% para os meses de março a outubro inviabilizam uma ampliação no calendário de embarques brasileiros.

Apesar desses impasses, boa parte dos exportadores acredita numa oportunidade real de crescimento das exportações, mantendo-se o atual calendário de vendas. Isso seria possível, principalmente, com foco na qualidade, que não se restringe apenas à isenção de avarias, mas também num investimento em embalagem, cuidados pós-colheita e garantia de *brix* suficiente para que o consumidor se sinta satisfeito ao adquirir a fruta brasileira.

O que fazer para exportar mais melão brasileiro?

- Investir na qualidade da fruta nacional, diferenciando-a das concorrentes.
- Investir em novos mercados, como o árabe e o russo.
- Reduzir os custos logísticos.



Calendário de importação dos Estados Unidos - 2005 a 2007 (Cantaloup/Honeydew)

Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	México	Out-Jul
2	Guatemala	Nov-Jun
3	Honduras	Dez-Mai
4	Costa Rica	Jan-Mai

Fonte: Depto. Agricultura dos EUA (USDA/AMS) - Annual Fresh Fruit and Vegetable Shipments

¹ Esses países representam mais de 95% das importações (em volume)

Calendário de importação da União Européia - 2005 a 2007 (Cantaloup/Honeydew)

Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Espanha	Mai-Out
2	Brasil	Set-Abr
3	Costa Rica	Fev-Jun

Fonte: Export Helpdesk para países em desenvolvimento e USDA/AMS (Fruit & Vegetable Market News) - base: Roterdã

¹ Esses países representam 77% das importações (em volume)

REDUZIR CUSTO É UMA ALTERNATIVA PARA AMPLIAR AS EXPORTAÇÕES



Por Ana Luisa Ferreira de Melo
uvacepea@esalq.usp.br

A uva brasileira representa apenas 2% da receita gerada por essa fruta em transações internacionais, segundo a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO/ONU) em 2003/2005. No entanto, é destaque da pauta de exportações de frutas frescas do País, sendo a principal fruta exportada (em receita) nos últimos três anos.

O crescimento nas exportações se deu principalmente pelo aumento da produção do Vale do São Francisco e pela possibilidade de manejar a colheita para as épocas de maiores preços e menor competição na Europa e América do Norte. Essa estratégia tem caracterizado o mercado de uvas de mesa brasileiro como um mercado de “janelas”, ou seja, competitivo somente quando não há outro ofertante. Com base em preços médios dos portos de Roterdã (Holanda) e da Filadélfia (Estados Unidos), entre os anos de 2005 e 2007, constata-se tendência altista entre os meses de abril e junho e principalmente de outubro a dezembro, indicando que são períodos de baixa oferta, o que favorece a entrada da uva brasileira.

O Brasil tem muita dificuldade em ampliar seu calendário de embarques

da fruta, visto que enfrenta a concorrência local da Europa (Itália, Espanha e Grécia) e Estados Unidos (estado da Califórnia) que, apesar de serem os principais consumidores mundiais, figuram também como os maiores produtores da fruta. Outros concorrentes do Brasil nesses mercados, a partir de dezembro, são o Chile e a África do Sul. Pesa também contra as vendas brasileiras o câmbio. Nesse cenário, uma estratégia pode ser focada no aumento das vendas para os mesmos mercados – Estados Unidos e Europa – nos períodos em que a fruta brasileira tem melhor competitividade.

Apesar da dificuldade em ampliar as “janelas” de exportação nacional, a tendência ainda é de crescimento das exportações para a União Européia, mas em ritmo menor que o dos últimos três anos, visando manter os preços a patamares que sustentem a rentabilidade das exportações. Um pouco mais de espaço existe para o mercado inglês, no entanto, a qualidade deve atender as exigências superiores desse destino. Quanto aos Estados Unidos, as expectativas são mais animadoras, visto que a demanda desse país é crescente em volume e por novas variedades. Apesar dos Estados Unidos serem o quinto maior produtor mundial de uva de mesa, o país precisa importar fruta nos períodos de menor oferta.

O Brasil tem se mostrado capaz de ofertar frutas em quantidade e qualidade satisfatórias, exportando para os Estados Unidos na entressafra do México e do Chile, países que têm como vantagem nesse mercado a ausência de taxações. Nessa janela, o Peru também tem ampliado suas vendas, ofertando uvas sem semente. A produção desse país é inferior à brasileira, mas requer atenção por parte dos exportadores brasileiros.

No primeiro semestre, o Brasil possivelmente se encaixaria com vantagem

O que fazer para exportar mais uva brasileira?

- Aumentar a produtividade e reduzir os custos para tornar o produto mais competitivo no mercado internacional.
- Ampliar os embarques da uva para os Estados Unidos na entressafra dos principais exportadores.



Calendário de importação dos Estados Unidos - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Chile	Dez-Jun
2	México	Mai-Jul e Set-Out
3	Peru	Nov-Fev
4	Brasil	Set-Nov

Fonte: Depto. Agricultura dos EUA (USDA/AMS) - Annual Fresh Fruit and Vegetable Shipments

¹ Esses países representam mais de 95% das importações (em volume)

Calendário de importação da União Européia - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Itália	Jul-Jan
2	África do Sul	Dez-Jun
3	Chile	Fev-Jun
4	Espanha	Ago-Jan
5	Grécia	Set-Nov
6	Turquia	Set-Dez
7	Brasil	Jun e Out-Dez
8	Argentina	Jan-Mar
9	Egito	Jun-Ago
10	Índia	Abr-Jun

Fonte: Export Helpdesk para países em desenvolvimento e USDA/AMS (Fruit & Vegetable Market News) - base: Roterdã

¹ Esses países representam 93% das importações (em volume)

no mercado mundial, ofertando após a safra chilena e sul-africana fruta de qualidade. Além disso, nos Estados Unidos, há um período livre de taxaço entre 1º de abril e 30 de junho. No Vale do São Francisco, é possível produzir ao longo de todo o ano, mas as chuvas entre março e maio inviabilizam a qualidade para exportação, fazendo com que a região se organize para produzir com maior eficiência no segundo semestre, tendo como principal período de embarque os meses de setembro a novembro. Ainda no primeiro semestre, por mais que as chuvas não prejudiquem diretamente a fruta, a umidade do ar pode aumentar as doenças fúngicas, demandando mais pulverizações que podem comprometer a garantia quanto ao limite máximo de resíduos de produtos fitossanitários.

As alternativas para o Brasil, especificamente para o Vale do São Francisco, encontram-se no aumento da produtividade e redução do custo de produção, que proporcionariam frutas mais competitivas no mercado internacional e aumentariam a rentabilidade do setor. Para isso, produtores do Vale já investem em mudanças nas técnicas de produção, como adensamento entre plantas, encurtando dos galhos, e produção de cachos menos alongados (definidos no raleio), que deixam as bagas mais uniformes tanto em tamanho como em coloração. Outras estratégias são o investimento em variedades que agradem o mercado internacional, como a *crimson*, sendo que o Brasil é o único capaz de produzir entre novembro e meados de dezembro.

REGULARIZAR A OFERTA AO LONGO DO ANO PODE AMPLIAR OS EMBARQUES DA MANGA



Por Maíra Paes Lacerda
mangacepea@esalq.usp.br

As exportações da manga brasileira, representadas principalmente pela variedade *tommy atkins* produzida no Vale do São Francisco, são realizadas em sua maioria durante o segundo semestre (de agosto até início de dezembro), período que coincide com o de maior oferta e melhor qualidade da fruta nas roças nordestinas, principalmente para União Européia e Estados Unidos, maiores consumidores da manga brasileira. O segundo semestre é o melhor período de colheita no Vale porque apresenta um maior volume e uma melhor qualidade da fruta.

Em se tratando do mercado norte-americano, as exportações brasileiras iniciam-se em agosto, quando chega ao fim a safra mexicana, estendendo-se até dezembro. Analisando-se os preços da manga *tommy atkins* no porto da Filadélfia, nos Estados Unidos, os valores mais altos são pagos na entressafra do

México e Peru, entre setembro e novembro. Exportar no primeiro semestre significa competir com a manga do México, ofertada com custos menores que os da fruta brasileira devido à proximidade daquele país ao mercado dos EUA. Questões de logística e custo de

O que fazer para exportar mais manga brasileira?

- Regularizar a oferta e a qualidade ao longo do ano, evitando a concentração no segundo semestre.
- Ampliar a promoção do consumo da manga, especialmente na Europa.



produção tornam praticamente impossível a ampliação do calendário das exportações brasileiras para os EUA no primeiro semestre.

A exceção ocorre para a manga produzida no Rio Grande do Norte, mais especificamente na região de Ipangaçu, que representa uma pequena parcela da manga brasileira que entra no mercado norte-americano no primeiro semestre, entre fevereiro e março. A produção nesta região é pequena quando comparada à do Vale do São Francisco, mas apresenta qualidade superior nos primeiros meses do ano, devido a características climáticas mais favoráveis. Assim, os embarques para os Estados Unidos ocorrem por algumas semanas em fevereiro e março, quando o México ainda tem pequeno volume. As exportações terminam em março, conforme aumenta a oferta mexicana e começa a safra da Guatemala, que tornam a manga do Rio Grande do Norte pouco competitiva.

Já em relação ao mercado europeu, o maior volume também é embarcado no segundo semestre, principalmente entre setembro e dezembro, período em que a concorrência com outros países é menor e os preços são mais altos. Analisando-se o calendário das importações da União Européia, verifica-se que, apesar da oscilação no volume ao longo dos meses,

há entrada da manga brasileira durante o ano todo. Tal fato pode ser considerado um indicativo de que, quando se trata da União Européia, não existe um exportador com grandes vantagens competitivas em relação à manga brasileira, como é o caso do México nos Estados Unidos. O Brasil é o principal fornecedor de manga para a União Européia, representando 40% do total das importações daquele bloco (*Export HelpDesk*).

De acordo com exportadores brasileiros, o principal limitante à ampliação das vendas é o fator qualidade. Em certos períodos do primeiro semestre, os preços pagos pela manga no mercado europeu são elevados, pois a oferta de outros países não é grande o suficiente para pressionar as cotações. Contudo, o Brasil não tem fruta em volume e qualidade necessários para aproveitar essa janela. Neste ano, essa oportunidade ocorreu em abril, quando se encerraram os embarques do Peru e ainda não haviam começado os da Costa do Marfim.

Se a produção brasileira nas roças nordestinas fosse mais distribuída ao longo do ano e apresentasse qualidade constante, poderíamos aumentar os volumes embarcados para a União Européia no primeiro semestre. Simultaneamente, é preciso também reforçar o estímulo ao consumo desta fruta principalmente na Europa. ■

Calendário de importação dos Estados Unidos - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	México	Fev-Out
2	Equador	Out-Jan
3	Peru	Dez-Abr
4	Brasil	Fev-Abr e Ago-Dez
5	Guatemala	Abr-Jun
6	Haiti	Mar-Ago

Fonte: Depto. Agricultura dos EUA (USDA/AMS) - *Annual Fresh Fruit and Vegetable Shipments*

¹ Esses países representam mais de 95% das importações (em volume)

Calendário de importação da União Européia - 2005 a 2007 (todas as variedades)



Ranking ¹	Origem	Meses de Importação
1	Brasil	Jan-Dez
2	Peru	Dez-Mar
3	Israel	Set-Out
4	Costa do Marfim	Abr-Jul

Fonte: *Export Helpdesk* para países em desenvolvimento e USDA/AMS (*Fruit & Vegetable Market News*) - base: Roterdã

¹ Esses países representam 67% das importações (em volume)

Melhore a qualidade da fruta exportável com produtos Improcrop®

Crop-Set®

Fertilizante foliar complexo por aminoácidos

Benefícios

- ✓ Frutos maiores e mais uniformes;
- ✓ Cor mais intensa;
- ✓ Reduz o estresse.

Conheça também

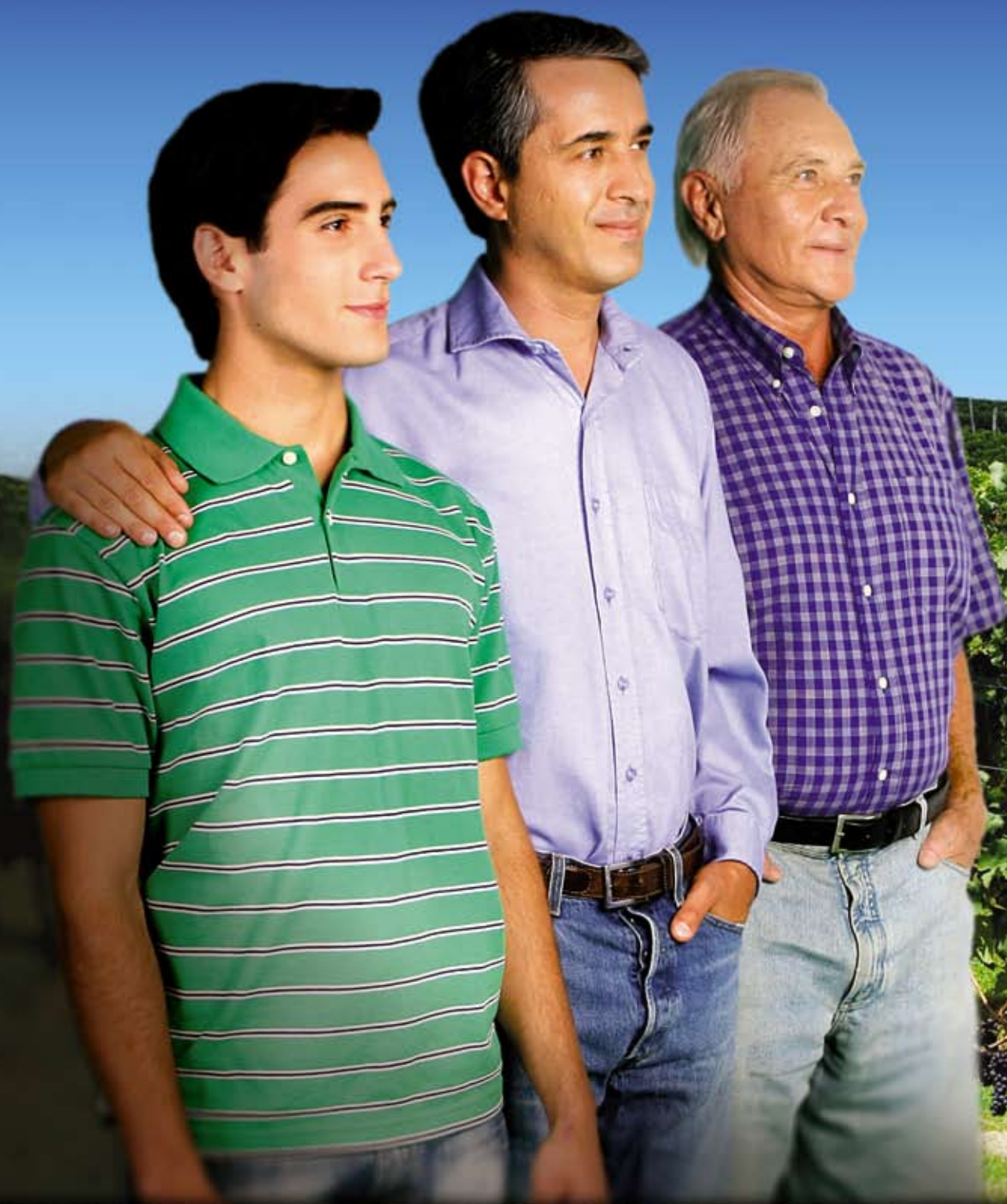
Liqui-Plex Fruit

Fornecimento de aminoácidos de extrema qualidade enriquecida com Cálcio, Boro, Manganês e Zinco para Citros, Café e outras fruteiras

Liqui-Plex CaMg+B

Fornecimento de aminoácidos com a perfeita relação Cálcio/Magnésio enriquecida com Boro

IMPROCROP®



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 recatidade agronômica.



TRADICIONALMENTE
INOVADOR **Dithane^{NT}**

 Dow AgroSciences

Dithane*
NT
Fungicida



Três gerações e uma tradição!

O sucesso de Dithane NT faz parte da tradição da família! Usado por gerações na proteção de batata, tomate e uva e outras 32 culturas. É atual e inovador! Quando alguém ia pensar em aplicar Dithane NT antes da chuva? Hoje, isso já é possível! E o que mais será possível, já pensou? Nossos pesquisadores continuam pensando...

 Dow AgroSciences



Maior oferta derruba preços em setembro

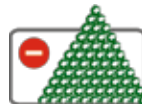
Preços recuam fortemente em setembro

Os preços da cebola recuaram expressivamente em setembro, após registrar oito meses de valores elevados. A maior oferta, decorrente do pico de safra das regiões paulistas de Monte Alto e São José do Rio Pardo, juntamente com a colheita da área plantada no repasse no Vale do São Francisco pressionaram as cotações do bulbo. A cebola nordestina e a paulista desvalorizaram 53,3% e 36%, respectivamente, em relação a agosto. A expectativa é que os preços subam novamente a partir da segunda quinzena de outubro, com a diminuição no ritmo de colheita da cebola paulista e com o término da safra goiana. A forte desvalorização do produto tornou viável a importação do bulbo paulista por parte dos argentinos. O volume embarcado, contudo, foi baixo no período.

Cebola chilena e espanhola no atacado de SP

Em setembro, houve oferta de cebola chilena e espanhola no atacado de São Paulo (Ceagesp). Apesar do grande volume de cebola nacional no mercado, atacadistas justificam que a cebola importada vem como uma alternativa ao consumidor. A cebola chilena, por exemplo, é um produto diferenciado (de pele vermelha), o que atrai consumidores. O valor médio de setembro negociado pela caixa 3 da cebola chilena foi de R\$ 18,50/cx de 20 kg, valor 10% superior à da cebola produzida em São Paulo. No caso da cebola espanho-

la, as compras se deram por conta do baixo preço, que chega ao atacado custando apenas R\$ 17,00/cx.



Safra paulista caminha para o final

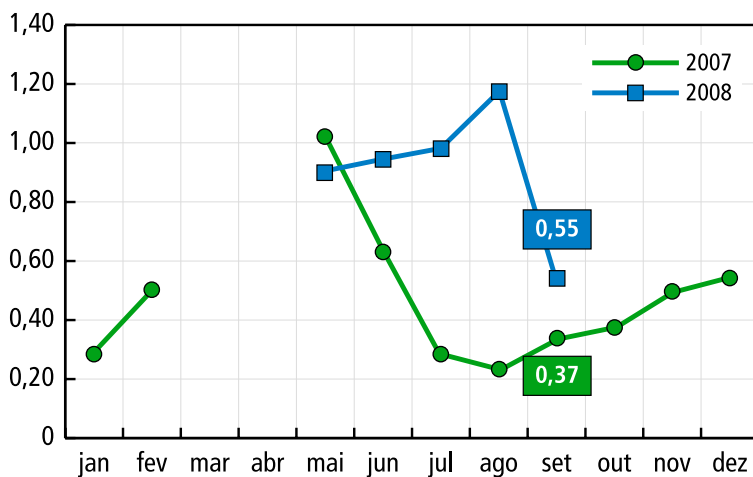
As regiões paulistas de São José do Rio Pardo e Monte Alto colheram e comercializaram, até o início de outubro, cerca de 85% da área total cultivada, com o restante devendo ser colhido até o fim do mês. O rápido avanço da colheita se deve à antecipação da safra na segunda quinzena de julho – naquela época, os elevados preços motivaram produtores a colherem o bulbo antecipadamente. Além disso, o encurtamento do ciclo ocasionado pelo forte calor em setembro também influenciou o avanço da colheita. Mesmo com a forte desvalorização da cebola em setembro, produtores paulistas devem fechar a safra com rentabilidade positiva. Até setembro, o preço médio recebido pelo produtor ponderado pela área colhida foi de R\$ 0,82/kg, valor duas vezes superior ao mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura na região.

Redução de oferta no cerrado

A oferta de cebola de Minas Gerais e de Goiás deve reduzir em outubro, devido à proximidade do final da safra. Até setembro, foi colhido e comercializado cerca de 95% da área total cultivada na região de Cristalina (GO) – o restante deve ser colhido até a primeira quinzena deste mês. Produtores goianos obtiveram uma ótima rentabilidade nesta safra – o preço médio recebido pelo produtor, ponderado pela área colhida, foi de R\$ 0,95/kg, valor duas vezes superior ao mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura na região. Em Minas Gerais, vários agricultores já finalizaram a colheita.

Inicia colheita no Sul

A região Sul deve iniciar a colheita dos primeiros bulbos no final de outubro. A área colhida nessa época é pequena, correspondendo apenas 2% do total da safra. A partir de novembro é que haverá uma quantidade mais significativa do bulbo sulista no mercado.



Forte desvalorização com o pico de oferta de SP

Preços médios recebidos por produtores nordestinos pela cebola IPA na roça - R\$/kg

Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA CEBOLA
Cadastre-se e receba preços semanais de cebola.
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Área de colheita cai, mas continua superior à de 2007

A área disponível para colheita em outubro deve ser 25% inferior à de setembro (pico da safra de inverno), mas 5% superior à do mesmo período de 2007. As maiores quedas na área ofertada devem ocorrer em Vargem Grande do Sul (SP) e Cristalina (GO). Nesse cenário, a expectativa é que os preços da batata voltem a subir em outubro, mas podem não ser o suficiente para cobrir os custos de produção. Vale lembrar que a elevada oferta do tubérculo nas roças argentinas neste ano vem limitando as exportações brasileiras para o Mercosul, diferente do ocorrido em outubro de 2007. Naquele período, os embarques do Brasil para os países do bloco contribuíram para enxugar a oferta interna, elevando os preços da batata à casa dos R\$ 51,00/sc de 50 kg no atacado paulistano. Em setembro deste ano, as cotações seguiram em queda por conta do período de pico de safra de inverno. A batata especial padrão ágata foi comercializada à média de R\$ 32,28/sc de 50 kg no atacado paulistano, queda de 28% em relação a agosto e de 13% sobre setembro de 2007.

Reduz oferta em outubro

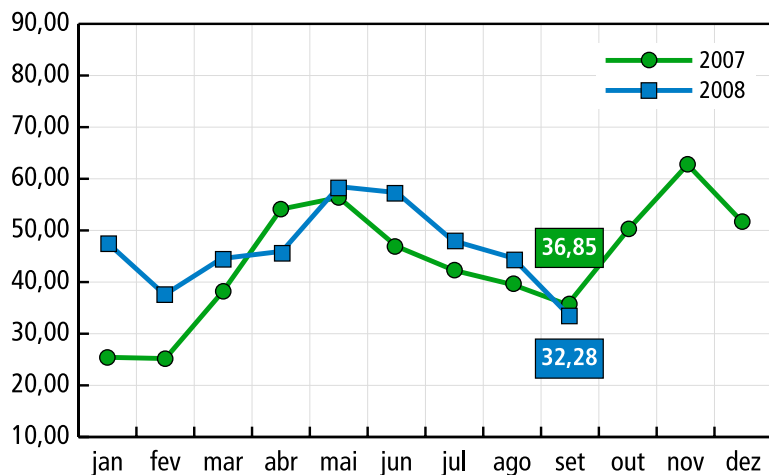
Escassez de mão-de-obra em Vargem Grande do Sul

Produtores de Vargem Grande do Sul (SP) vêm encontrando dificuldades em contratar mão-de-obra para a colheita de batata, devido à con-

corrência com outras culturas, como cebola, café e laranja, que também se encontram em período de colheita. O resultado tem sido o encarecimento desse serviço, prejudicando ainda mais a rentabilidade de bataticultores, que em setembro receberam em média R\$ 18,31/sc de 50 kg, valor até 25% inferior ao mínimo necessário estimado pelos produtores para cobrir os gastos com a cultura. Em outubro, a área colhida na praça paulista deve diminuir aproximadamente 40% em relação ao mês anterior, reduzindo um pouco a demanda por mão-de-obra.

Baixa rentabilidade e custos elevados podem reduzir área em Minas Gerais

A baixa rentabilidade registrada na safra das águas 2007/08 e a alta dos custos previstos para a temporada 2008/09 podem reduzir em até 5% a área de batata nas regiões do Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba e Sul de Minas. Em agosto deste ano (período de plantio), os preços dos fertilizantes mais utilizados na cultura praticamente dobraram em relação ao mesmo período de 2007. No período de colheita da safra 2007/08 (de fevereiro a julho), a rentabilidade dos produtores no Triângulo Mineiro caiu cerca de 60% sobre a temporada anterior. Os preços recebidos nessa região neste período tiveram média de R\$ 23,00/sc de 50 kg na roça, inferior ao mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura, de cerca de R\$ 25,00/sc de 50 kg. O plantio da safra 2008/09 no Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba deve iniciar em outubro, com o cultivo de aproximadamente 15% dos 11,5 mil hectares estimados para a temporada na região. Entre novembro e dezembro, espera-se que a área plantada chegue a 85% do total. Os 15% restantes deverão ser cultivados em janeiro. No Sul de Minas, o plantio da safra das águas 2008/09 atingiu, em setembro, cerca de 60% do total previsto para a região – o clima ameno e úmido na região motivou produtores a intensificarem as atividades. Se o tempo permanecer favorável, o cultivo deverá ser finalizado em meados de novembro, seguindo o calendário normal da região.



Pico de safra derruba preços em setembro

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

Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA BATATA
Cadastre-se e receba preços semanais de batata.
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Aumenta oferta de tomates novos

Inicia segunda parte da safra de inverno

A colheita da segunda parte da safra de inverno de tomate inicia em outubro nas regiões do Sul de Minas, Sumaré (SP) e Norte do Paraná, com a concentração de oferta devendo ocorrer em novembro. Em Paty do Alferes (RJ), diferentemente dessas regiões, não houve período de entressafra - produtores locais alteraram o calendário de colheita, na tentativa de conseguir preços mais elevados. Com isso, algumas lavouras de Paty já proporcionam tomates novos desde a última quinzena de setembro. Segundo produtores dessas quatro regiões, o aumento no custo de produção inibiu investimentos na safra de inverno, refletindo em redução de 5,5% na área cultivada de outubro a dezembro de 2008, totalizando 15,5 milhões de pés. Apesar dessa diminuição na área, os preços no último trimestre deste ano devem permanecer semelhantes aos do mesmo período de 2007, com tendência de queda em relação à primeira parte da safra de inverno deste ano, uma vez que pouco mais de 70% da safra está prevista para ser colhida entre outubro e novembro.

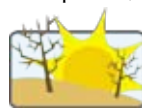
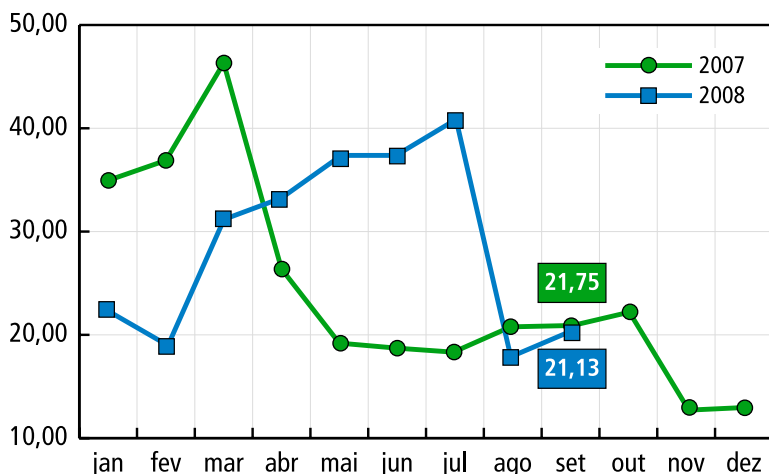
Tomate tem valorização tímida em setembro

Em setembro, houve um aumento de 19% nos preços médios do tomate em relação a agosto, devido à redução no ritmo de colheita em São José de Ubá (RJ), que diminuiu a oferta do produto principalmen-

te no atacado de São Paulo (Ceagesp). A reação dos preços só não foi maior porque o clima quente e seco manteve a produtividade média elevada nas roças durante a primeira quinzena do mês. Segundo agentes de mercado, outro fator que conteve a alta nos preços foi a baixa demanda pelo fruto no início de setembro. Em outubro, apesar do encerramento da safra de São José de Ubá, a oferta deve permanecer elevada, devido ao início da segunda parte da safra de inverno.

Ubá encerra safra com rentabilidade positiva

São José de Ubá (RJ) encerra a colheita da safra de inverno neste mês, com rentabilidade média superior à de 2007. Os preços maiores neste ano decorrem da colheita de 20% do total da safra em julho, quando o fruto foi vendido à média de R\$ 34,07/cx. Assim, apesar da desvalorização do tomate salada AA longa vida em agosto e setembro, ponderando o preço de venda pela porcentagem colhida mensalmente (entre julho e setembro), o produtor recebeu R\$ 15,53/cx - valor 35% maior que o mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura, de R\$ 11,50/cx. Os investimentos para a safra de inverno de 2009 vão depender do grau de capitalização dos produtores, já que aqueles que iniciaram a colheita somente em agosto não obtiveram essa rentabilidade, e a maioria tem venda consignada. Quanto à área cultivada nesta safra, até junho deste ano, a previsão era de que seriam plantados 6 milhões de pés, queda de 14% em relação à de 2007. Porém, a valorização do tomate no primeiro semestre deste ano motivou investimentos na região, elevando a área para 6,4 milhões de pés.



Clima prejudica qualidade dos frutos mineiros

O tempo quente e seco nos últimos quatro meses vem prejudicando a qualidade do tomate, principalmente na região de Araguari (MG), resultando na produção de tomates de tamanho reduzido. Além disso, as temperaturas acima de 30°C podem inibir a formação do licopeno, deixando o fruto com aspecto amarelado (manchado).



Preços reagem com o fim da safra de São José de Ubá (RJ)

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

Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA TOMATE

Cadastre-se e receba preços semanais de tomate.

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Maior produtividade derruba preços

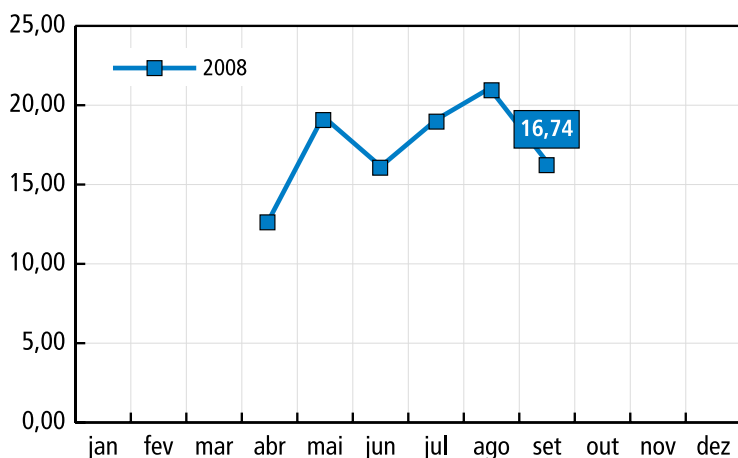
Cotações param de subir

Em setembro, os preços da cenoura interromperam o movimento de alta, que vinha sendo observado desde meados de junho. O principal motivo é a maior oferta nas principais regiões produtoras (Minas Gerais e Goiás) por conta do ganho de produtividade, resultado do clima favorável ao desenvolvimento da raiz. Esses fatores devem continuar exercendo pressão sobre as cotações em outubro. De acordo com produtores, em setembro, houve aumento de 3% na produtividade média dessas praças em relação a agosto, passando de 66 t/ha para 68 t/ha. Apesar da des-

valorização da cenoura em setembro, o preço médio, de R\$ 15,08/cx "suja" de 29 kg, continuou superior – cerca de 147% – ao mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura durante a safra, de R\$ 6,09/cx de 29 kg. A expectativa de agricultores é que a produtividade continue elevada até o final da safra de inverno, em meados de dezembro.

Bahia também registra quedas

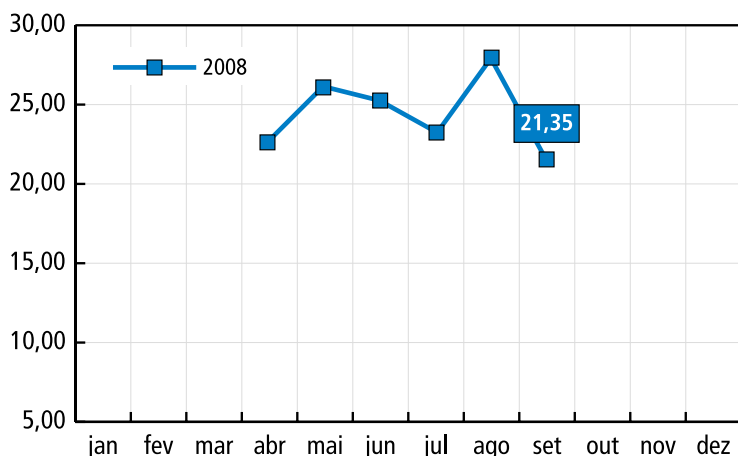
Em Irecê (BA), os preços da cenoura também caíram em setembro. A média foi de R\$ 5,70/cx "suja" de 20 kg na roça, recuo de 39% sobre agosto. A desvalorização se deve à concorrência da cenoura baiana com a de Pernambuco e Paraíba, estados que intensificaram a colheita em setembro. Apesar de a qualidade da raiz de Irecê ser superior, a proximidade com o destino de venda beneficiam Pernambuco e Paraíba. A produtividade da cenoura baiana aumentou em setembro, passando de 50 t/ha na média de agosto para 52 t/ha no último mês, devido ao clima quente e seco no correr da safra. Esse aumento na produtividade reduziu o valor mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura, de R\$ 5,90/cx em agosto para R\$ 5,20/cx em setembro.



Preços caem com melhora na produtividade

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

Fonte: Cepea



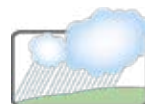
Desvalorização da cenoura nas lavouras reflete no atacado

Preços médios recebidos no atacado de São Paulo na caixa 3 A - R\$/cx 20 kg

Fonte: Cepea

Inicia plantio da safra de verão 2008/09

Produtores mineiros e goianos iniciaram em setembro o plantio da safra de verão 2008/09 – a colheita deve começar em meados de dezembro. Apesar de os preços atuais animarem produtores, a área cultivada nessas regiões deve permanecer estável ou, até mesmo, diminuir em torno de 10% em relação à da safra de verão anterior (2007/08). Entre os motivos estão o aumento do custo de produção da cultura – devido principalmente à valorização da mão-de-obra e dos fertilizantes que, de acordo com produtores, chega a 30% – e os baixos preços da cenoura no início da temporada 2007/08 (janeiro a março), que inibiram novos investimentos.



Volta a chover em outubro

Em outubro, deve iniciar o período de chuvas nas regiões do Sudeste e Centro-Oeste, segundo o Cptec/Inpe. Em excesso, as precipitações poderão atrapalhar as atividades de campo – plantio da safra de verão 2008/09 e colheita da temporada de inverno no momento. As temperaturas deverão oscilar entre a média normal para o período, com tendência de elevação.



Mosca-minadora entra em cena nas lavouras potiguares

Mosca-minadora começa preocupar melonicultores

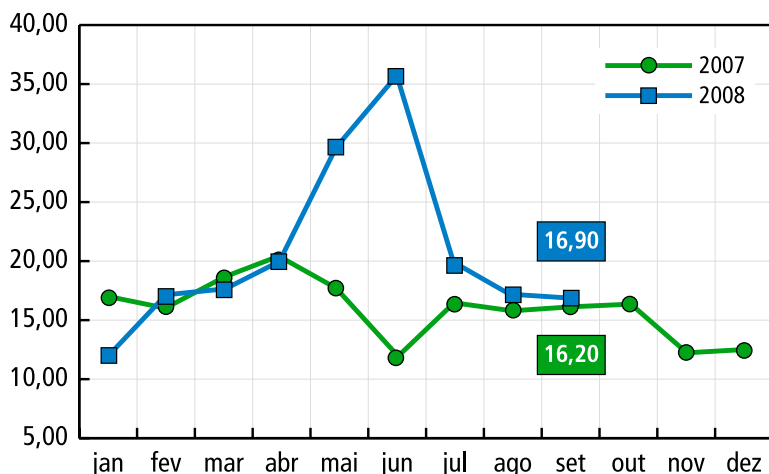
Em outubro, a incidência da mosca-minadora (principal praga dos meloeiros) deve aumentar nas lavouras do Rio Grande do Norte e do Ceará. Segundo produtores, já em agosto foi constatado o aparecimento da praga em várias fazendas dessas regiões. No começo e no final da safra, quando a mata nativa está verde e a incidência da mosca é menor, fazem-se em média duas aplicações de pesticidas na semana. No meio da safra, dobram-se as aplicações, na tentativa de reduzir as infestações. O tratamento da lavoura contra a mosca-minadora representa até 20% dos custos totais da produção de melão. Segundo produtores, 50% do valor gasto com pesticidas é aplicado no combate à minadora. Nas últimas safras, houve um incremento de até R\$ 1.000,00/ha só com defensivos contra esta praga. Em 2007/08, especificamente, houve redução de cerca de 10% na produtividade em relação à temporada anterior. Além disso, diminuiu a qualidade da fruta, que ficou com menos teor de açúcar, sendo que um *brix* elevado é uma das principais exigências do mercado internacional. Produtores afirmam que o controle biológico, iniciado com mais intensidade na última safra, ainda não pode ser considerado uma saída para o problema. Isso porque o custo inicial do uso dessa técnica é alto e a eficiência ainda está sendo pesquisada. Além da distribuição em massa de parasitóides e o manejo mais adequado de plantio, poucas são as novidades no combate à mosca para esta safra.

RN/CE intensifica colheita

A safra de melão entra em pico de colheita no pólo produtor Chapada do Apodi (RN) e no Baixo Jaguaribe (CE) em outubro. De setembro a dezembro, estima-se que sejam colhidos cerca de 70% do volume total da safra, segundo agentes do setor. Apesar de a maior parte da fruta colhida ser destinada ao mercado externo, a região também atende sozinha à demanda interna, abastecendo os boxes na Ceagesp.

Aumentam embarques brasileiros à Europa

Com o avanço da colheita no Rio Grande do Norte e Ceará, a expectativa é que as exportações brasileiras de melão aumentem em outubro, principalmente à União Européia. Em setembro, além da fruta do Brasil, o bloco também recebeu o melão da Espanha, mas em menores volumes por ser final da safra naquele país. Nesse período, segundo agentes do setor, a oferta de melão foi baixa no porto de Roterdã, na Holanda, mas suficiente para atender à demanda, que esteve retraída dadas as baixas temperaturas. Em setembro, segundo o Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA), o melão brasileiro *honeydew* tipo 9 foi comercializado à média de US\$ 10,85/cx de 10 kg, queda de 1,8% sobre a do mês anterior, e alta de 14,20% sobre o mesmo período de 2007.



Demandas interna e externa valorizam melão

O aumento das exportações brasileiras de melão somado ao aquecimento no consumo interno por conta das temperaturas mais elevadas devem impulsionar as cotações da fruta em outubro. Em setembro, a procura pela fruta já foi maior em relação a agosto, contribuindo para sustentar os preços, mesmo com o aumento na oferta. O melão amarelo tipo 6-7 foi vendido nas roças em setembro à média de R\$ 14,56/cx de 13kg, sem alterações em relação a agosto.



Lentidão nas vendas

Preços médios de venda do melão amarelo tipo 6-7 no atacado de São Paulo - R\$/cx de 13 kg

Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA MELÃO

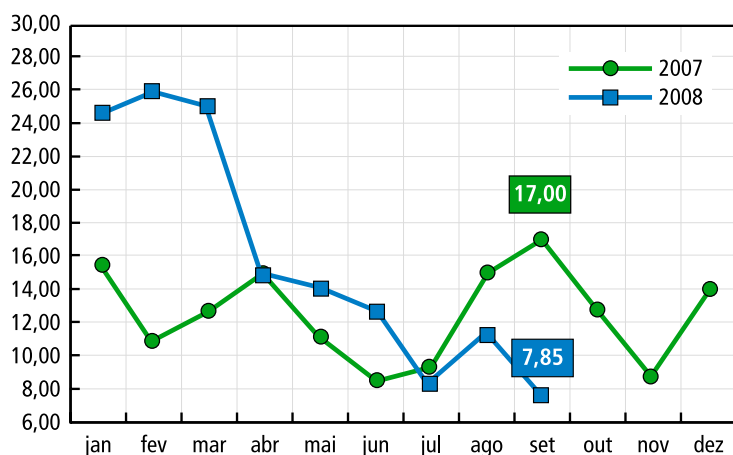
Cadastre-se e receba preços semanais de melão.
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Combate a sigatoka no Sul e Sudeste

Vale do Ribeira e norte de Santa Catarina intensificam pulverizações

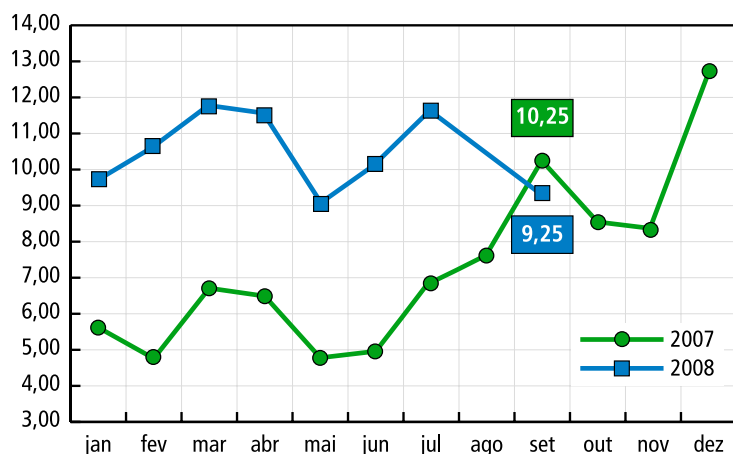
A partir de outubro, bananicultores do Vale do Ribeira e do norte de Santa Catarina devem intensificar as pulverizações contra a sigatoka negra. Nesta época, a alta umidade e as temperaturas elevadas aumentam a incidência do fungo *Mycosphaerella fijensis*. Dessa forma, a aplicação de fungicida deve ocorrer com maior frequência, a cada 25 ou 30 dias. Ao longo do ciclo produtivo, bananicultores realizam em média oito pulverizações, garantindo eficiência no controle da doença e alta produtividade nas lavouras.



Elevada oferta derruba preço da prata mineira

Preços médios recebidos por produtores do norte de Minas Gerais pela prata-anã - R\$/cx de 20 kg

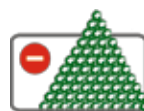
Fonte: Cepea



Preço da nanica recua no Vale do Ribeira

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

Fonte: Cepea



Baixa oferta de nanica para outubro

Devido a adversidades climáticas no primeiro semestre, o pico de safra da banana nanica no Vale do Ribeira e no norte de Santa Catarina foi deslocado para o início do segundo semestre (agosto a setembro), reduzindo o volume comercializado em outubro. Dessa forma, deve haver aumento nos preços este mês. Já em novembro e dezembro, quando o regime de chuvas tende a ficar de normal a acima da média, segundo o Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos (Cptec/Inpe), o volume de banana nas roças deve voltar a se elevar, normalizando a oferta para o início de 2009. Isso será possível se o clima favorecer o desenvolvimento dos brotos que se formaram até setembro, para que a colheita aconteça do final de dezembro ao início de 2009, respeitando o período de três meses entre a formação dos cachos e a colheita.

Excesso de prata derruba preço em setembro

Em setembro, tanto o Vale do Ribeira (SP) quanto o norte de Minas Gerais estiveram em pico de colheita da prata. Com isso, a oferta desta variedade no atacado paulistano teve significativo aumento, resultando na queda de 12% no valor negociado em relação ao de agosto.

Furacões prejudicam safra em Cuba

A ocorrência de três furacões nas Américas Central e do Norte em setembro – Gustav, Hanna e Ike – destruiu bananais de Cuba, cuja cultura é a terceira em importância para o país. Assim como o Brasil, Cuba destina a maior parte da produção ao mercado doméstico. Dessa forma, a oferta global disponível para negociações internacionais não deve ser prejudicada. Em 2007, o impacto sobre a oferta mundial da fruta foi mais severo, tendo em vista que outros três furacões – Dean, Henriette e Noel – atingiram bananais de importantes regiões exportadoras da fruta, como a Jamaica, República Dominicana e México.

SEÇÃO ELETRÔNICA BANANA
Cadastre-se e receba preços semanais de banana.
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Aumenta oferta no Nordeste

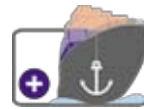
Inicia pico de safra no Vale do São Francisco

Em Petrolina (PE) e Juazeiro (BA), municípios que compõem a região do Vale do São Francisco, o pico da colheita de manga deverá ocorrer em meados de outubro, pressionando as cotações da fruta no período. Sem chuvas durante as floradas em junho, a qualidade desta safra deve ser boa, praticamente sem incidência de doenças, como a antracnose. Em setembro, a variedade *tommy atkins* foi comercializada à média de R\$ 0,66/kg, desvalorização de 24% em relação a agosto, devido ao aumento no volume colhido. Na região de Livramento de Nossa Senhora (BA), o pico de safra começou no final de setembro e deve se estender até novembro. A produção nesta praça deverá ser bem distribuída ao longo da colheita, pois as temperaturas mais amenas durante as noites (agosto/setembro) resultam numa maior amplitude térmica diária, controlando a maturação da fruta.

Frutos em desenvolvimento em São Paulo

Em outubro, os mangueirais da região de Monte Alto e Taquaritinga, no interior de São Paulo, estão com os frutos em desenvolvimento. A falta de chuva até meados de setembro, contudo, pode ter prejudicado alguns pomares dessas regiões, visto que a estiagem prolongada ocasiona o abortamento de frutos. Com isso, alguns produtores paulistas podem registrar diminuição na produção neste semestre. Já

outros afirmam que o ótimo florescimento em julho deve resultar no aumento da produção em relação à safra passada. Dessa forma, ainda é preciso esperar o desenvolvimento dos frutos para saber mais precisamente como será a safra este ano. A colheita da variedade *tommy atkins* deve iniciar na segunda quinzena de outubro, com pico esperado a partir de novembro e, para a manga palmer, em dezembro.

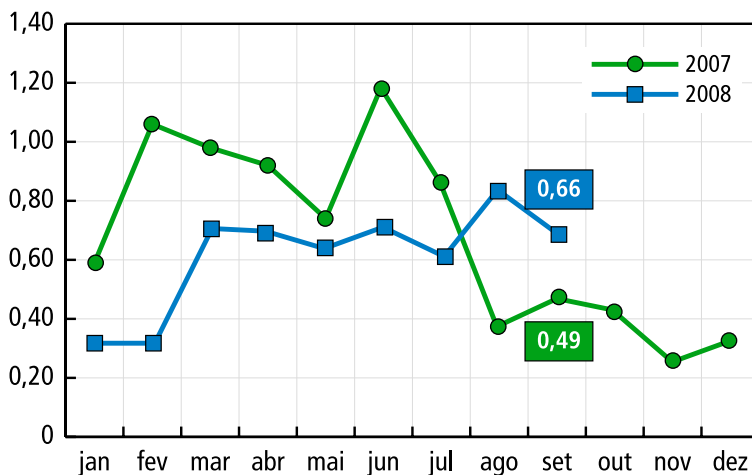


Exportações crescem com avanço da colheita no Vale

As exportações da manga brasileira para os Estados Unidos, que no final de agosto estavam limitadas pela oferta, aumentaram em meados de setembro. Isso ocorreu devido à intensificação da colheita no Vale do São Francisco e à redução dos embarques da fruta do México. Em outubro, o Brasil deve manter o volume exportado para o mercado norte-americano, seguindo até meados de dezembro, quando reiniciam os embarques peruanos – a manga brasileira é menos competitiva que a do Peru por questões de logística. No porto da Filadélfia, a variedade *tommy atkins* brasileira foi comercializada em setembro, em média, a US\$ 9,05/cx de 4 kg, de acordo com o Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA). Para outubro, agentes acreditam que os preços devem recuar, em decorrência do aumento do volume exportado.

Aumentam embarques para Europa

Em setembro, os preços da manga no mercado europeu atraíram exportadores brasileiros, aumentando o volume embarcado. A variedade *tommy atkins* foi comercializada no porto de New Covent Garden (Inglaterra) em média de US\$ 11,23/cx de 4 kg, valorização de 44% em relação a agosto, de acordo com o AMS/USDA. Além da fruta do Brasil, principal fornecedor de manga à Europa, o mercado europeu também tem sido abastecido com a manga de Israel, cujos embarques terminam em outubro. Já neste mês, agentes acreditam em queda nas cotações devido ao expressivo aumento no volume embarcado pelo Brasil.



Aumento da oferta no Nordeste pressiona as cotações

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




Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA MANGA

Cadastre-se e receba preços semanais de manga.

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Quando a fruta tem Amistar,
todo mundo aprova.

Quando a fruta tem Amistar,
o mundo todo aprova.

Amistar

A evolução natural e econômica dos fungicidas.

Amistar proporciona muito mais lucratividade ao fruticultor pela sua eficiência e superioridade no controle de doenças, resultando em melhor qualidade dos frutos e maior tempo de prateleira. Só com Amistar suas frutas são valorizadas não só aqui, mas também no mercado externo. Quando o assunto é qualidade da fruta, o mundo todo fala uma só língua: Amistar.

Restrição de uso no estado do Paraná.

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 crianças de idade.

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo



Venda sob receituário agrônomo



UNIDADE DE
NEGÓCIOS ON-LINE
C.A.S.A.

0800 704 4304

faleconosco.casa@syngenta.com

syngenta

www.syngenta.com.br



Oferta paulista deve reduzir em outubro

A oferta de uva de Jales (SP) e Palmeira d'Oeste (SP), que iniciaram a safra em julho, deve diminuir em outubro, com previsão de finalização da colheita em novembro. Neste ano, a produtividade das uvas finas esteve entre 25 e 30 toneladas por hectare, número considerado satisfatório para a região. Esse preço mais elevado da fruta ocorreu, em parte, por conta da substituição de alguns parreirais de uvas finas pela uva rústica (niagara), reduzindo, dessa forma, o volume de uva Itália produzido. A expansão da área cultivada com a uva rústica deve-se ao fato de que a variedade demanda menos tratos culturais e, conseqüentemente, menos mão-de-obra, tornando seu custo produtivo mais baixo. Além disso, essa variedade é ofertada apenas por Jales neste período do ano, obtendo preços mais elevados. Em setembro, a uva rústica foi negociada, em média, a R\$ 2,66/kg, 23% superior ao recebido pela Itália.



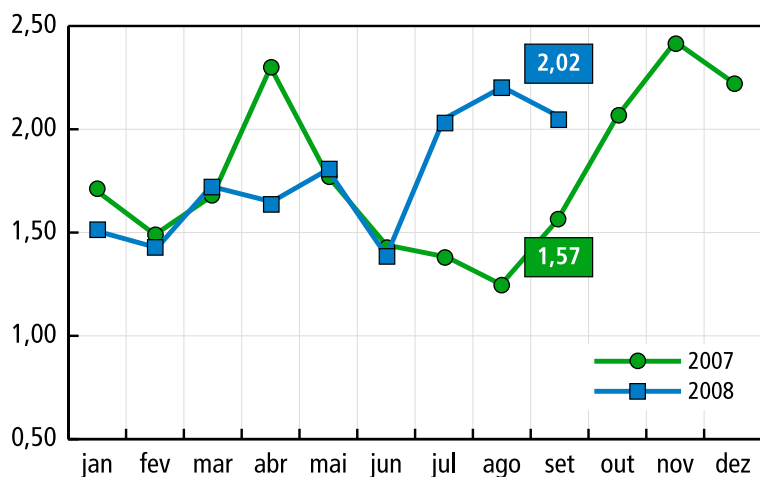
Termina safra mineira

A região de Pirapora (MG) deve encerrar a safra em outubro, colhendo os 25% finais da produção no período. As uvas mineiras apresentaram qualidades distintas neste ano, visto que houve alguns problemas quanto à aparência da casca, devido a períodos mais quentes durante a safra. Quanto à produtividade, a média obtida por

produtores da região foi considerada semelhante à obtida em 2007, ficando entre 25 e 30 toneladas por hectare para as uvas finas. O valor pago ao produtor pela uva Itália subiu 9% em setembro se comparado ao mesmo período da última safra. Além da menor quantidade de uvas com semente disponibilizada pelo Vale do São Francisco este ano, a retração da área plantada na praça de Pirapora impulsionou os preços – muitos produtores dessa região substituíram parreirais pouco produtivos pela tangerina poncã e banana.

Uva brasileira rumo à Europa

Em outubro, produtores do Vale do São Francisco devem seguir colhendo uvas sem semente para exportação, principalmente à União Européia. Neste mês, o Brasil deve suprir o mercado europeu com as variedades brancas sem semente, diversificando a oferta local, que no período engloba a fruta principalmente de países do próprio continente, como Itália, Espanha, Grécia e Turquia. Neste ano, ao contrário do que ocorreu nos dois últimos, o intenso calor durante o verão europeu não chegou a afetar a produção local, o que deve refletir em uma safra com produção e qualidade elevadas. Na Grécia, a colheita deve seguir até outubro e na Itália, até novembro. Na Espanha, há previsão de que as regiões produtoras de uvas de mesa apresentem uma safra superior à de 2007 tanto em volume quanto em qualidade.



Pico de safra paulista pressiona cotações

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

Fonte: Cepea

Exportações americanas avançam

Em outubro, as exportações de uvas dos Estados Unidos devem permanecer elevadas, à medida que a região produtora do Vale do São Joaquim, na Califórnia, se encontra em plena colheita e com uvas de boa qualidade. A estimativa é de que a produção total de uvas, englobando as de mesa e para processamento, aumente 3% este ano em relação à de 2007. Se consideradas apenas as uvas de mesa, contudo, a estimativa é de aumento de 1% na produção, alcançando 800 mil toneladas, segundo o Serviço Nacional de Estatística Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (NASS/USDA).

SEÇÃO ELETRÔNICA UVA

Cadastre-se e receba preços semanais de uva.

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



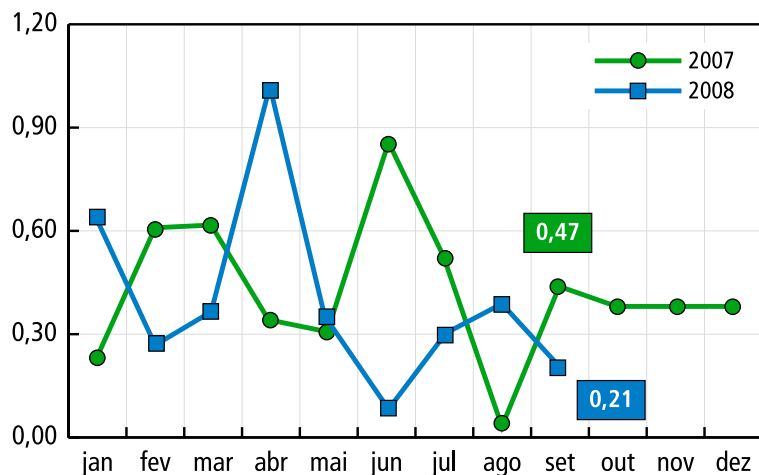
Pescoço reduz oferta no sul da Bahia

Oferta de mamão diminui no sul da Bahia

Em outubro, a oferta de mamão poderá reduzir nas roças do sul da Bahia, visto que boa parte das lavouras da região deve entrar em período de “pescoço” (quebra de produção). O pescoço se deve ao abortamento floral ocorrido nas lavouras de mamão, devido à seca prolongada que atingiu o sul da Bahia nos últimos meses. Os preços, no entanto, não devem reagir no período, já que as lavouras do Espírito Santo continuarão produzindo frutos normalmente. Além disso, o baixo calibre da fruta baiana pode prejudicar as vendas do produto no atacado. Nas roças capixabas, após vários meses de estiagem, produtores foram forçados a escalar a irrigação, visando poupar os reservatórios de água.

Baixa demanda pelo mamão pressiona cotações em setembro

As variedades de mamão havaí e formosa desvalorizaram em setembro, apesar de a oferta não ter sido elevada. No Espírito Santo, as variedades foram cotadas a R\$ 0,21/kg e a R\$ 0,25/kg, respectivamente, redução de cerca 53% para ambas variedades. Segundo agentes do mercado, a queda nos preços está, em parte, atrelada à concorrência com outras frutas ofertadas no período. Além disso, o aparecimento da mancha fisiológica nos frutos, mais comum no inverno, atrapalhou a comercialização do mamão. Com o fim do inverno e o aumento das temperaturas, há previsão de



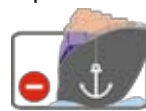
Preço do havaí cai 53% em relação a agosto/08

Preços médios recebidos por produtores do Espírito Santo pelo mamão havaí tipo 12-18 - R\$/kg



Fonte: Cepea

aquecimento no consumo da fruta em outubro.



Volume exportado cai mais de 11% em agosto

O volume de mamão exportado pelo Brasil em agosto diminuiu 11,5% em comparação ao de julho, de acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Em agosto, foram enviadas 2,1 mil toneladas de mamão ao exterior, com destaque para a União Européia (85,4%). Com relação ao meio de transporte, predominou o envio de mamão por via aérea, representando 68,2% do total. Em outubro, as demandas européia e norte-americana devem impulsionar os embarques brasileiros. O preço da fruta, contudo, pode reduzir na Europa neste período, devido ao aumento da oferta e à concorrência com outras frutas tropicais. Já nos Estados Unidos, de acordo com dados do Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA), a diminuição dos embarques do México, que vem ocorrendo desde maio, pode elevar as cotações da fruta brasileira. O mamão *sunrise* tipo 9s teve média de US\$ 13,75/cx de 3,5 kg no porto de Nova York, na primeira quinzena de setembro, segundo o AMS/USDA. No mesmo período do ano passado, a fruta foi comercializada, em média, a US\$ 13,00/cx.

Crise econômica pode afetar exportações

A desaceleração das economias dos Estados Unidos e da Europa, que se estende desde o ano passado devido à crise financeira no mercado imobiliário norte-americano, pode prejudicar as exportações brasileiras de algumas frutas, entre elas, o mamão. Isso porque o consumo de produtos importados tende a diminuir nestes países se a crise se aprofundar. Um exemplo do efeito da crise financeira foi divulgado pela BBC Brasil em setembro, a respeito da mudança de hábitos de consumo dos britânicos. Segundo a reportagem, um estudo da entidade britânica *Blood Pressure Association* revela que os gastos com estilo de vida saudável, o que inclui o consumo de frutas, reduziu no período de dificuldade financeira que o país atravessa.

SEÇÃO ELETRÔNICA MAMÃO

Cadastre-se e receba preços semanais de mamão.

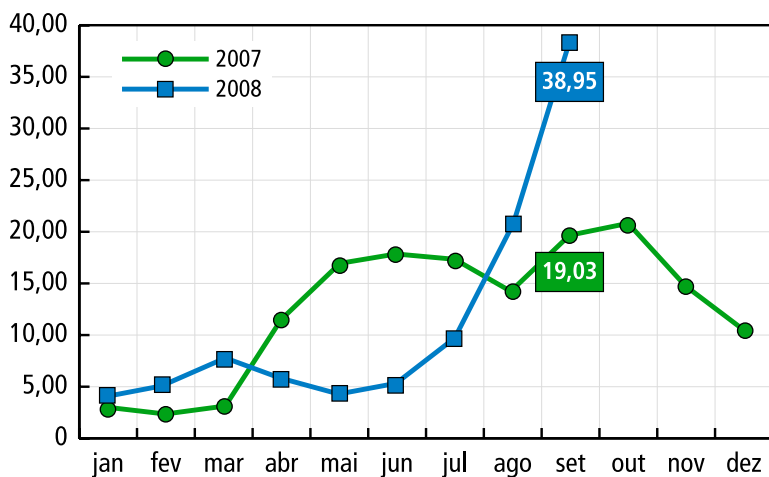
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Área da Flórida é a menor desde 1986

Reduz parque citrícola da Flórida

Em 2008, o número total de árvores na Flórida é 7% menor que o de 2006, conforme o censo biennial de árvores divulgado pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) em setembro. A área produtiva de laranja é de 201,089 hectares, a menor desde 1986 (188,832 hectares), quando houve perdas com a ocorrência de geadas. A redução no número de pés ocorreu principalmente pela erradicação de árvores devido ao alastramento do cancro cítrico e do *greening*. Com o avanço de doenças nas regiões de cultivo de laranja e o difícil controle, muitos pomares foram abandonados na Flórida. Além disso, o desenvolvimento urbano e o impacto dos furacões na Flórida entre 2004 e 2005 também pesaram para a diminuição no número de pés de laranja naquele estado. O destaque do censo é que a Flórida apresenta hoje cerca de 61,74 milhões de árvores em produção, abaixo das 65,95 milhões em 2006. Isso significa um potencial de produção entre 150 e 200 milhões de caixas por ano, volume muito próximo da sua demanda doméstica. Os dados apresentados pelo USDA mostram que cada vez mais a Flórida encontra dificuldades em recuperar seu parque citrícola. A tendência é que a cada censo esses números sejam menores, devido principalmente à expansão do *greening*. Uma inversão nesta tendência só seria possível com uma recuperação no consumo norte-americano de suco e com a descoberta de variedades mais resistentes a pragas e doenças, como variedades geneticamente modificadas.



Com baixa oferta, lima ácida tahiti reage fortemente

Preços médios recebidos por produtores paulistas pela tahiti na roça - R\$/cx de 27 kg, colhida

Fonte: Cepea

Indústrias intensificam processamento

Indústrias paulistas de suco de laranja deverão intensificar a moagem de frutas em outubro. Parte delas já elevou o processamento em setembro, dada a maior concentração de suco na fruta. Alguns citricultores aproveitaram a maior procura da laranja entregue no portão das fábricas (mercado *spot*) para escoar a fruta que já começava a cair dos pés devido ao forte calor. Em setembro, a laranja pêsca no mercado *spot* teve média de R\$ 9,34/cx de 40 kg, queda de 3,81% sobre a de agosto. Produtores que possuem contratos com a indústria também começaram a entregar a produção em ritmo maior. Entre outubro e novembro, produtores devem iniciar os trabalhos de campo de variedades tardias (valência e natal), que também começam a apresentar melhor grau de maturação. Geralmente, esse período é marcado por preços menores por conta da maior disponibilidade de frutas.



Baixa oferta impulsiona cotação da tahiti

A baixa disponibilidade da lima ácida tahiti no estado de São Paulo deve fazer com que os preços continuem altos até o final de outubro. Além disso, o clima mais quente pode aumentar a demanda no mercado *in natura*. As cotações da tahiti subiram fortemente em setembro, chegando a ser comercializada acima de R\$ 70,00/cx de 27 kg, colhida. A lima ácida tahiti obteve média de R\$ 38,95/cx de 27 kg (colhida) em setembro, forte alta de 104,67% sobre a média do mês anterior. Essa escassez da fruta neste segundo semestre está atrelada ao clima adverso em maio, que implicou em abortamento de boa parte das floradas secundárias, que originam alguns frutos no período de entressafra. Um maior volume da fruta deve ser observado apenas em novembro, com a chegada dos primeiros frutos das floradas que abrem em julho. Para garantir o bom desenvolvimento da fruta, contudo, é importante que o clima esteja úmido nas regiões produtoras, uma vez que chuvas são essenciais para o enchimento dos frutos.

SEÇÃO ELETRÔNICA CITROS

Cadastre-se e receba preços semanais de citros.

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil



Florada das macieiras: um espetáculo à parte

Florada dá início a novo ciclo das macieiras

Em outubro, ocorre a florada nos pomares de maçã das regiões de Fraiburgo (SC), São Joaquim (SC) e Vacaria (RS). Em algumas fazendas, esse processo já iniciou em setembro. Para a fertilização das flores da macieira, há a necessidade da polinização. Segundo pomicultores, para auxiliar na polinização, são colocadas duas colméias de abelhas por hectare nos pomares. No fim de outubro, devem ocorrer as operações de raleio químico, que consistem em borrifar sobre os pomares uma solução que provoca a queda de algumas frutas recém-formadas. O procedimento visa eliminar o excesso de maçãs e fazer com que as remanescentes cresçam mais, já que em cada cacho floral só pode ficar uma ou duas frutas.

Maçã brasileira conquista novos mercados

Neste ano, exportadores brasileiros de maçã estão animados com a expansão dos embarques da fruta a mercados até então pouco explorados, como Rússia, Oriente Médio, Caribe, Leste Europeu e América Central. Para a Rússia, por exemplo, o volume exportado saltou de 63,5 toneladas entre janeiro e agosto de 2007 para 2 mil toneladas no mesmo intervalo de 2008, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Em receita, o montante obtido por exportadores brasileiros aumentou 25% no mesmo período. A conquista de novos mercados é muito importante,

tendo em vista que o tradicional mercado comprador (Europa) tem preferência por maçãs de maior calibre e, neste ano, a safra brasileira resultou em maior volume de frutas miúdas. Além disso, o câmbio fraco prejudicou as negociações fechadas em dólar.

Volume exportado segue estável, mas receita aumenta 18%

De janeiro a agosto, o Brasil embarcou pouco mais de 112 mil toneladas de maçã, volume semelhante ao do mesmo período de 2007, segundo a Secex. O faturamento, contudo, superou o da temporada passada. No acumulado deste ano (janeiro a agosto), o Brasil recebeu cerca de US\$ 81 milhões, alta de 18%. Em setembro, os embarques brasileiros já deveriam ter finalizado. Contudo, exportadores da fruta ainda puderam exportar alguns volumes de fuji. Em setembro, os embarques brasileiros já deveriam ter finalizado. Contudo, exportadores da fruta ainda puderam exportar alguns volumes de fuji. Segundo o Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA), a maçã brasileira fuji Cat 1 calibre 135 teve média de US\$ 21,28/cx de 18kg no último mês, queda de 16,8% em relação ao mês anterior.

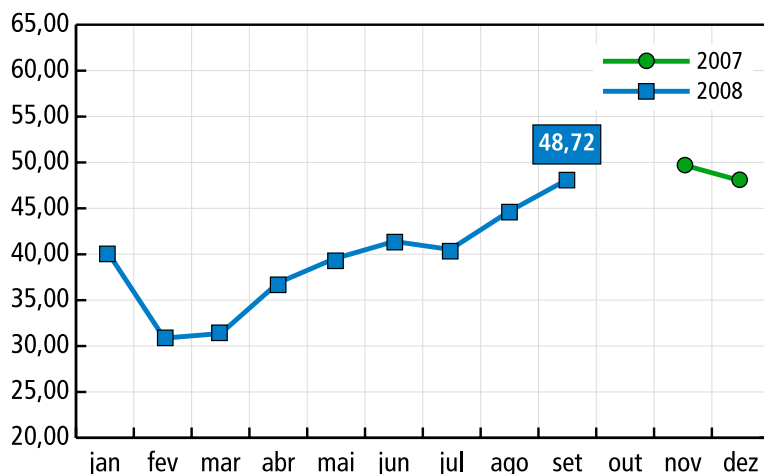


Preços seguem em alta

Em outubro, os preços internos da maçã gala e fuji devem seguir firmes, sustentados pela menor oferta da gala e pelas altas temperaturas, que favorecem o consumo da fruta. Em setembro, esses mesmos fatores já elevaram as cotações. Em Fraiburgo (SC), São Joaquim (SC) e Vacaria (R), a gala graúda (calibres 80 a 110) Cat 1 foi comercializada às médias de R\$ 41,05, R\$ 43,07 e R\$ 40,50/cx de 18 kg, altas de 12,75%, 9,60% e 7,37%, respectivamente, em relação a agosto.

Armazenagem inadequada reduz qualidade da fuji

Atacadistas da Ceagesp tiveram problemas com a qualidade de parte das cargas de fuji em setembro pelo fato de algumas empresas produtoras não terem armazenado a fruta de maneira adequada (em atmosfera controlada). Dessa forma, as vendas dessas frutas com pouca pressão de polpa tiveram de ser realizadas rapidamente, a valores menores, para que não houvesse perdas. Apesar disso, agentes acreditam em novas valorizações da variedade em outubro, principalmente para as maçãs miúdas – preferência no mercado doméstico.



Preços disparam em setembro

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

Fonte: Cepepa



POSSIBILIDADES DE EXPANSÃO DAS VENDAS EXTERNAS SÃO LIMITADAS

ENTREVISTA: Herbert F. Scholdei

Herbert F. Scholdei, 47 anos, é formado em economia pela Universidade St. Gallen, na Suíça. Atua na comercialização internacional de frutas há 20 anos. É sócio-gerente da Kölla Hamburg desde 1998 e representante no exterior da *Brazilian Grapes Marketing Association* (BGMA), organização dos exportadores de uva do Vale do São Francisco.

Hortifruti Brasil: *Seria possível ampliar o calendário e o volume de exportações das principais frutas brasileiras (banana, lima ácida tahiti, maçã, manga, mamão, melão e uva)?*

Herbert F. Scholdei: Em geral, para as diferentes frutas, o Brasil dificilmente conseguirá ampliar seu calendário de exportações, sobretudo para aquelas que são enviadas somente em alguns períodos. Mesmo para aquelas que são exportadas o ano todo, seria difícil fugir dos picos de embarques devido à concorrência internacional, já que os demais países produtores, sejam os do Hemisfério Norte ou outros representantes do Sul, são grandes competidores.

HF Brasil: *Onde estariam as oportunidades?*

Scholdei: Para as frutas que são produzidas ao longo de todo o ano e podem ser exportadas sem interrupção da oferta, como é o caso da banana, uma alternativa seria investir no produto orgânico, já que, nos países do Hemisfério Norte, o interesse por esse tipo de produto tem aumentado. Para a lima ácida, que é enviada à Europa o ano todo também, para haver incremento, é preciso continuar aumentando sua qualidade, já que o México oferece a fruta a preços maiores por ter melhor coloração. A manga também tem mercado o ano todo, só que em alguns meses seria melhor não exportar. Por exemplo, neste ano, o Peru obteve uma supersafra de manga e elevou demais a oferta. Ou seja, deve-se sempre analisar os produtores concorrentes, pois eles têm a grande vantagem de não ter um mercado interno tão grande quanto o brasileiro e precisam, portanto, exportar. Já para a maçã, um espaço para os brasileiros se abre a partir de fevereiro e vai até junho, tendo em vista que em julho inicia a oferta europeia e a fruta brasileira passa a sofrer taxações. Quanto à uva, o Brasil poderia conseguir boas vendas da fruta sem semente de outubro a meados de janeiro, já que, a partir desse período, os preços baixam muito com a entrada da África do Sul e da Argentina. Para a uva itália *muscat*,

poder-se-ia ter um mercado de dezembro até maio, sendo esta uma variedade produzida só no Brasil. Infelizmente, no Vale do São Francisco, a partir de novembro, começam as chuvas e não tem como produzir mais tarde para suprir o mercado que estaria aberto para a uva brasileira.

HF Brasil: *O aumento das exportações brasileiras poderia refletir nos preços do mercado global?*


Scholdei: Sempre tem reflexo. Por exemplo, antes de o Brasil entrar no mercado com uva sem semente, a Europa importava diariamente dois aviões de carga da África do Sul até a chegada do primeiro navio africano. Dessa forma, os preços da fruta dos sul-africanos começavam superelevados pelos custos aéreos e pela quantidade muito limitada. Hoje, com o Brasil no mercado, os preços da fruta sul-africana começam por menos da metade, já que desde o fim de outubro o Brasil consegue ofertar uva via marítima de excelente qualidade, com bons níveis de açúcar. Por esta razão, a África do Sul perdeu seu mercado aéreo e somente consegue competir via marítima.

HF Brasil: *Quais são as limitações para o crescimento das exportações brasileiras?*

Scholdei: No momento, eu diria: (a) falta de infraestrutura, como estradas ruins, portos lotados e de baixa capacidade. Hoje o Brasil tem que usar o porto de Pecém (CE), sendo que o porto mais próximo do Vale do São Francisco é o de Salvador; (b) a taxa de câmbio desvalorizada; e (c) o aumento dos custos no Brasil devido ao aumento dos custos de produção, do frete rodoviário, dos portos, etc, que quase impossibilitam as exportações.

HF Brasil: *Atualmente, quais são os principais países concorrentes do Brasil?*

Scholdei: Depende do produto. Para a maçã, são a Argentina, Chile e Nova Zelândia, para a lima ácida, o México e, no caso da uva, durante a janela brasileira, não há concorrentes. ■



**Isso aqui é o Brasil
que produz com muito
mais qualidade.**

Isso é o Brasil que usa Nativo.

O fungicida da Bayer CropScience de excelente controle preventivo com:

- Eficácia contra muito mais doenças;
- Prolongado período de proteção;
- Culturas protegidas com muito mais produtividade e qualidade.

Nativo tem o que você precisa. Afinal,
é feito pela nossa gente, para nossa terra.



ATENÇÃO: Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Lave abundantemente e ingira rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bala e na etiqueta na hora e a quem não souber ler, ligue sempre ao equipamento de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por terceiros de idade. Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob responsabilidade especializada.



Bayer CropScience
Se é Bayer, é bom.

NATIVO



Protege muito, contra mais doenças.



DuPont[™] Linha Uva

- Curzate[®] BR
- Midas[®] BR
- Equation[®]
- Manzate[®] 800
- Kocide[®] WDG
- Cercobin[®] 700 PM
- Fungitol Azul[®]
- Fungitol Verde[®]



DuPont e você. Pés no chão e olhos no futuro.

A Linha Uva DuPont oferece constante melhoria e inovação, baseadas em pesquisas e resultados sólidos.

É uma linha diferenciada de fungicidas que protege a uva, preservando sua qualidade e produtividade.

Principais Benefícios da Linha Uva DuPont:

- Elevada eficácia na prevenção e controle
- Diferentes modos de ação com resultados comprovados
- Alta eficiência contra as principais doenças fúngicas
- Formulações modernas para mais praticidade e segurança no uso
- Produtos consagrados no campo pelos agricultores



Os milagres da ciência

Cercobin - Marca registrada Iharabras S.A. e distribuído pela DuPont do Brasil S.A.

© Copyright 2007-2008, DuPont do Brasil S.A. - Todos os direitos reservados.



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 agrônomico.



0800 701-0109



www.ag.dupont.com.br



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

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

BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO **É preciso inovar!**

Na edição Especial Batata de novembro, a Hortifruti Brasil, além de trazer um exemplo real de cálculo de custo de produção, apresenta técnicas modernas e inéditas de gestão de propriedade, discutindo ainda os principais itens que pesam no custo de produção com especialistas.

Patrocinador:
Reserve já seu espaço.
Fechamento comercial: 20/10

Contato:
hfbrasil@esalq.usp.br
Tel: 19 3429.8808

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