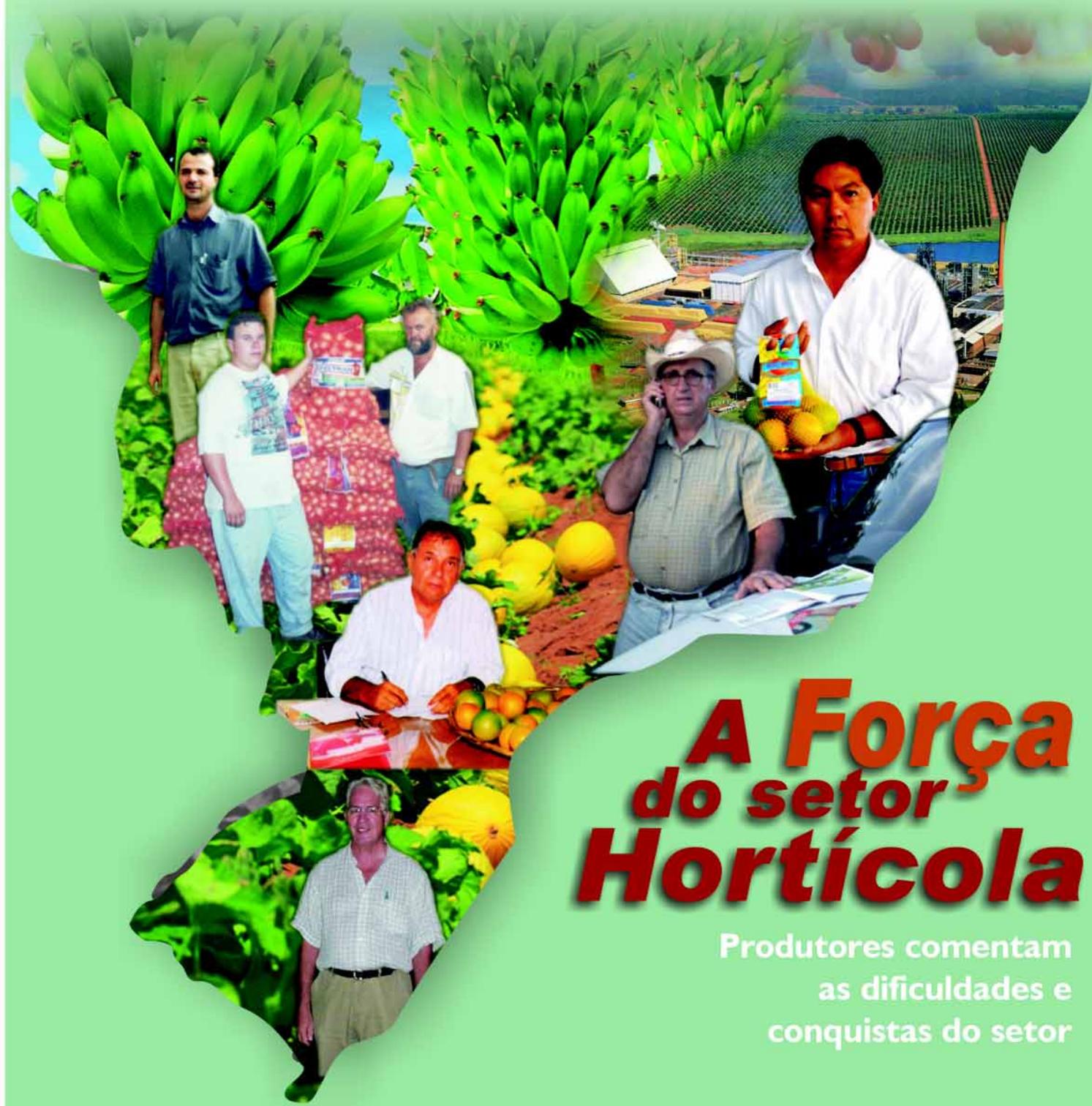


Especial Aniversário

Hortifruti Brasil

Uma publicação do Cepea - USP/ESALQ
Ano 2 Nº 13 Maio de 2003



A Força do setor Hortícola

Produtores comentam
as dificuldades e
conquistas do setor

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



**Tem a
ver com Atitude.**

ATITUDE
100%
DU PONT®

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

Adote a Atitude 100%:

Atitude 100% preventiva. Atitude 100% consciente.

Atitude 100% DuPont.

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

Consulte sua revenda e seu representante DuPont.

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

Midas BR®
Exclusividade DuPont

Curzate®
Exclusividade DuPont

Equation®
Exclusividade DuPont

Kocide® WDG**
FUNGICIDA / BACTERICIDA
BioActive

DU PONT®

*Os milagres da ciência**

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

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receituário agrônômico.



EDITORIAL

Por Ana Júlia Vidal

Desde maio de 2002, a Hortifruti Brasil tem conseguido unir o setor hortícola neste espaço para discutir informações importantes à tomada de decisão dos agentes desta cadeia agrícola.

Em nosso primeiro aniversário, ganhamos como presente a certeza de que a união está longe de ser uma utopia neste setor. Nossos leitores mobilizaram-se, opinaram, explicaram, criticaram, expuseram novas idéias, desafios, receios... Para quem? Para o próprio setor hortícola.

Foi você, leitor, quem construiu, junto a nossa equipe e nossos patrocinadores, cada edição da Hortifruti Brasil, formando, assim, uma só comunidade e uma comunidade que se ajuda, que se une para crescer.

Temos muito o que comemorar: foram 12 edições, 12 matérias de capas, 10 artigos de leitores (mais 28 declarações) e 62 cartas publicadas até esta edição. Trabalhamos como uma grande equipe e, para os próximos anos, nosso objetivo é, além de estabelecer novas parcerias com as empresas interessadas em colaborar com este projeto, aumentar a interatividade com nossos leitores. Assim,

lembre-se: a Hortifruti Brasil é feita por você, prá você. Caso tenha algo a dizer, então diga! E claro, se for negociar, é melhor ler!

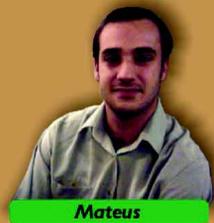
Agradecemos os leitores, colaboradores e patrocinadores que participaram e que ainda participarão da elaboração da Hortifruti Brasil. Parabéns pelo primeiro aniversário da nossa união!

Hortifruti Brasil On Line
Lembramos que todas as edições da Hortifruti Brasil estão disponíveis no site do Cepea: www.cepea.esalq.usp.br.

A partir do próximo mês, nosso site também disponibilizará os textos na íntegra dos leitores que colaboraram com esta edição. Eles deram um show de conhecimento e mostraram uma postura muito mais profissional, não só priorizando melhores preços, mas aumento de rentabilidade e ganho de qualidade. Nossa equipe só tem a agradecer-los!



Ana Júlia



Mateus



Eveline



Carolina



Maria Luiza



Aline



Renata



João Paulo



Thiago



Vanessa



Marina



Aline Vitti



Renata Cintra



Margarete Boteon
Editora Executiva



Mauro

Equipe
Hortifruti Brasil

8 Capa



A FORÇA DO SETOR HORTÍCOLA

Ninguém melhor que os agentes do setor para expor a grandeza dos hortícolas...

3 Editorial

Um ano de união. Parabéns!

21 Especial Cartas

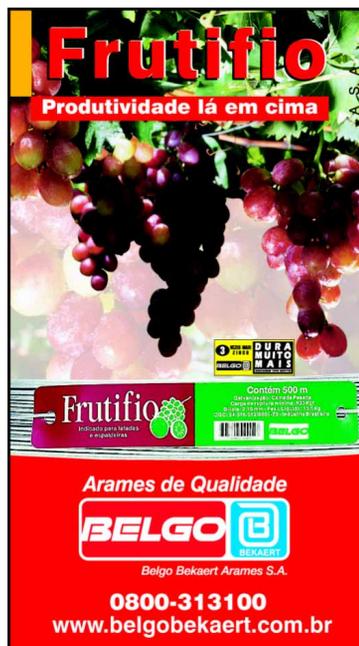
Produtores comemoram aniversário da Hortifruti Brasil

SEÇÕES

- 6** Batata
Ágata sai na frente
- 7** Cebola
Cai movimento na fronteira
- 8** Tomate
Sumaré e Araguari intensificam colheita
- 15** Uva
Volume aumenta no Paraná
- 16** Melão
Safra 2003 já menor
- 17** Citros
Aberta a temporada de contratos
- 18** Manga
Clima afeta indução floral
- 19** Banana
SC e norte de Minas entram em safra
- 20** Mamão
Mamão: Cultura de risco

ESCREVA PRA GENTE

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



EXPEDIENTE

CEPEA
Centro de Estudos Avançados em
Economia Aplicada - USP/ESALQ

Editor Científico:
Geraldo Sant' Ana de Camargo Barros

Editora Executiva:
Margarete Boteon

Editora Econômica:
Mirian Rumenos Piedade Bacchi

Editora Assistente:
Ana Júlia Vidal

Diretor Financeiro:
Sergio De Zen

Jornalista Responsável:
Ana Paula da Silva - MTb: 27368

Revisão:
Mariana B. Perozzi Gameiro

Equipe Técnica:
Aline Vitti, Aline Barrozo Ferro, Ana
Júlia Vidal, Carolina Dalla Costa,
Eveline Zerio, Ilonka M. Eijsink, João
Paulo B. Deleo, Maria Luiza Nachreiner,
Mateus Holtz C. Barros, Marina L.
Matthiesen, Margarete Boteon,
Mauro Osaki, Renata Braga Lacombe,
Renata Ferreira Cintra, Thiago Luiz
Dias S. Barros e Vanessa C. Caron.

Apoio:
FEALQ Fundação de Estudos Agrários
Luiz de Queiroz

Capa e Arte
Thiago Luiz Dias S. Barros
Fernando Andrade

Projeto Gráfico:
JR&M Propaganda e Marketing
Fone: 19 3422-0634
jr@mmerconet.com.br

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

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

Tiragem:
6.500 exemplares

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

A revista **Hortifruti Brasil** pertence ao Cepea - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - USP/Esalq. A reprodução de matérias publicadas pela revista é permitida desde que citada a fonte e a devida data de publicação.

Especial de Aniversário

Hortifruti Brasil

De acordo com os dados publicados na Hortifruti Brasil, os produtores podem elaborar um cronograma de plantio de modo a entrar no mercado quando as condições são mais favoráveis. A revista também auxilia na escolha na hora do plantio.

Nelson Yoshio Igarashi – Igarashi Lavoura e Pecuária

Acreditando no setor hortícola, a Dell Monte criou um centro de distribuição de frutas.

Marcelo Holtz – Del Monte

Resultado possível desta safra: custo de produção nas alturas e preços em reais caindo.

João Guilherme D. Iglesias – Guacho Agropecuária

O uso racional de insumos já vem sendo empregado em nossas lavouras de tomate.

Lauro Andrade – Grupo Irmãos Andrade

O que mais me agrada na Hortifruti Brasil é a facilidade de leitura.

Álvaro Favero – Ouro do Brasil

Gostaria de salientar a importância da Hortifruti Brasil para os produtores e para o comércio de hortifrutis.

Airton Benedito Feltran – Feltran Cebolas

A Hortifruti Brasil constitui um ponto inesgotável de informação de alta qualidade - *Edson Trebeschi – Trebeschi Tomates*

A Hortifruti Brasil é minha referência de preços. *Roberto Fukugati – Santa Eliza*

Na nossa região, a perspectiva é de um plantio igual ou até menor devido a doenças...

Adolfo Maeda – Maeda Tomate

Tanto o Vale quanto Janaúba enfrentam problemas como o elevado custo com os fertilizantes, alta taxa de inadimplência e falta de incentivo.

Edson Magário – Magário Frutas

Parabéns pelo esforço e pela persistência. O Brasil precisa de vocês.

Carlos Prado – Itaueira Agropecuária

Patrocine!
Seus clientes
estão aqui.

Contato Comercial: (19) 3429-8829

hfbrasil@esalq.usp.br

Por Eveline Zerio e
João Paulo Deleo

Para os produtores, a ágata registra maior produtividade, além de ter pele lisa e praticamente sem manchas

Ágata sai na frente

Regiões priorizam plantio de ágata

No Alto Paranaíba e no Triângulo Mineiro, regiões que estão em plena colheita de batata, a área de plantio da ágata vêm aumentando. Segundo os produtores, o aspecto desse cultivar é melhor frente às demais batatas comuns. Ele tem a pele mais lisa e praticamente não apresenta manchas, além de registrar maior produtividade. Por outro lado, o cultivo da batata lisa (especialmente a bintje), destinada à fritura, está diminuindo em todo o país, em decorrência dos altos custos de produção. Em Minas Gerais, por exemplo, os únicos municípios que ainda ofertam essa variedade são Uberlândia e São Gotardo. Em Goiás, onde o plantio de batata aumentou significativamente nos últimos dois anos, os produtores estão disponibilizando a batata bintje desde o início de abril. Entretanto, o volume é pouco representativo. Em busca de uma maior rentabilidade, grande parte dos produtores locais

também priorizou o cultivo de ágata.

Cresce área de batata "in natura" no PR

Neste ano, o estado do Paraná, tradicional produtor de batatas destinadas à indústria, está ampliando significativamente o plantio de variedades destinadas ao mercado "in natura". Apesar dos contratos industriais darem segurança aos produtores, em função dos preços fixados por longos prazos, os bataticultores locais estão expandindo a produção voltada ao mercado doméstico, pesquisando, para isso, adaptações de novos cultivares. Em Castro, uma das principais regiões produtoras do estado, alguns bataticultores aumentaram em aproximadamente 20% a área de produção de batata "in natura", em relação ao ano anterior. A principal variedade plantada é a ágata, dada sua elevada produtividade. Entretanto, outras variedades estão sendo produzidas em pequenas escalas, entre elas a cupido e a vivaldi, ambas classificadas como comuns. A variedade caiser, similar à monalisa, está sendo

testada na região. Contudo, ela não apresentou resistência ao ataque de algumas pragas comuns nesta época do ano,

Produtores mudam área de produção

Segundo agentes do setor, a região de Monte Mor, no interior de São Paulo, não tinha iniciado, até o final de abril, o plantio de batata referente à produção da safra de inverno de 2003. Os trabalhos de campo, que eram para ser iniciados em meados de abril, foram atrasados em função das sucessivas e intensas precipitações. Outro importante município que não havia começado a fase de plantio até abril foi Planura, no Triângulo Mineiro. Há poucos produtores fixados na região, porém, os donos das terras locais costumam arrendar suas fazendas, sobretudo para bataticultores paranaenses e paulistas. Até abril deste ano, contudo, não foi registrada nenhuma procura por essas terras. Por outro lado, a demanda pelo arrendamento de terras na região do Alto do Paranaíba tem aumentado significativamente em 2003. Segundo agentes locais, o plantio de inverno na região é feito em pivôs irrigados, o que, apesar de elevar os custos, garante melhor produção e qualidade do produto. A expectativa é que o plantio de batata termine apenas em julho nas regiões de plantio de inverno. Dessa forma, ainda não foi possível estimar o volume que poderá ser produzido na safra de inverno, que se estende de julho a setembro.



Ágata registra melhores preços que a monalisa

Preços médios obtidos nas máquinas com os cultivares ágata e monalisa - R\$/sc 50kg

Fonte: Cepea



FOTO: ARQUIVO



FOTO: ARQUIVO

A entrada da ipa 11 e da texas grano resultou em queda no volume importado da Argentina em abril

Cai movimento na fronteira

❶ Cai ritmo da Argentina

Em abril, a demanda pela cebola argentina sintética 14 foi menor em relação aos outros meses, devido à entrada das cebolas Ipa 11 e texas grano, produzidas no Nordeste brasileiro. Mesmo em fase inicial de colheita, essas variedades nacionais são negociadas a menores preços, já que o consumidor brasileiro prefere a cebola importada. Com o desaquecimento das negociações na fronteira, em abril, agentes importadores acabaram reduzindo o valor do produto importado, já que a maior parte deles necessita de pagamentos à vista. Com isso, a margem de lucro dos importadores caiu. A queda no ritmo de negociações também causou uma redução de aproximadamente 40% nos preços negociados nas lavouras argentinas. Apesar desse cenário, a expectativa de importação ainda é positiva, já que a oferta interna não deve ser suficiente para suprir a demanda ao menos até junho (segundo agentes, o produto argentino deve ser comercializado no mercado nacional até agosto). Além disso, a área de produção na Argentina neste ano aumentou em aproximadamente 40% em relação a 2002. Entre janeiro e março deste ano, o volume importado aumentou cerca de 109% em relação ao mesmo período do ano anterior. Isso se deve ao término antecipado da safra sulista, que registrou uma quebra estimada em 50%, aquecendo a procura pelo bulbo argentino no início das importações (março). Em 2002, um vo-

lume maior começou a ser importado a partir de abril e se encerrou em meados de junho.

❷ Nordeste tem menor produtividade

As regiões do Vale do São Francisco e de Irecê (BA) registraram perda de produtividade de aproximadamente 30% nesta safra, uma consequência das elevadas temperaturas no período de desenvolvimento do bulbo. Com isso, houve uma menor quantidade produzida de cebola tipo 3, que é mais aceita no mercado. A umidade também prejudicou o bulbo nordestino. Com as chuvas ocorridas no período de colheita, houve casos de doenças como Míldio e Alternaria. Apesar disso, o Nordeste ainda está em fase inicial de colheita, podendo haver uma melhora na qualidade das próximas cebolas a serem ofertadas. O pico de oferta deverá ocorrer em maio e junho. Vale lembrar que Irecê deverá ofertar um volume maior em relação à última safra, já que concentrou toda a produção para este semestre por causa dos prejuízos obtidos com os baixos preços do bulbo no segundo semestre de 2002.

São Paulo começa a semear. As regiões paulistas

de Monte Alto, Piedade e São José do Rio Pardo anteciparam suas safras neste ano. A colheita deve começar entre os meses de junho e julho. Monte Alto conta com aproximadamente 1.500 hectares de área cultivada com variedades diversas, entre elas, mercedes e granex. Já em São José do Rio Pardo e Piedade, os produtores estão produzindo a variedade precoce alfa tropical, desenvolvida pela Embrapa. De acordo com agentes, essa variedade híbrida tem formação heterogênea.

❸ Sul pode produzir menos

O Rio Grande do Sul começou a semeadura da próxima safra em abril. Segundo agentes, a tendência é que a produção seja menor. Muitos produtores da região estão descapitalizados, já que foram prejudicados pela quebra de produção de aproximadamente 50% na última safra. Além disso, os custos com insumos praticamente dobraram neste ano, inviabilizando ainda mais os gastos com o cultivo da cebola.



Fonte: Cepea

Por Mateus Holtz C. Barros,
Carolina Dalla Costa, Ana Júlia Vidal e
Renata B. Lacombe

A mosca branca ainda é a grande preocupação do setor, devendo ser a maior responsável por uma oferta controlada neste ano

Sumaré e Araguari intensificam colheita

★ Oferta deve aumentar

Após quase 60 dias de escassez, a oferta de tomate deve voltar a um patamar normal. Em maio, algumas regiões produtoras devem encerrar a colheita, mas a entrada da safra de cidades paulistas e mineiras poderão aumentar significativamente a oferta. Na macrorregião de Itapeva (SP), alguns municípios como Taquarivaí (SP) ainda colhem algumas lavouras, enquanto Ribeirão Branco (SP) praticamente encerra a safra neste mês. O que deve afetar o mercado, contudo, é o aumento do volume colhido em Araguari (MG) e Sumaré (SP). A cidade mineira, apesar de ter registrado perdas no rendimento das lavouras, em função das chuvas em excesso (alguns produtores chegam a falar em 100 caixas por mil pés), deverá intensificar a colheita em maio. O pico de safra para a região está previsto para agosto. Em Sumaré (SP), que já iniciou a colheita no fim de abril,

uma significativa quantidade de tomate deverá

ser disponibilizada ao mercado durante o mês de maio. Outra importante cidade paulista, Mogi-Guaçu, está com sua colheita atrasada em aproximadamente um mês em relação à Sumaré. A cidade iniciará a safra somente em meados de maio, intensificando-a em junho. Assim, neste mês, a maior oferta pode pressionar os preços do produto. Entretanto, a média dos valores praticados internamente dificilmente será inferior à do mesmo período do ano anterior, considerando a redução de 15% da área plantada em Sumaré e em Mogi-Guaçu e os problemas climáticos verificados em Araguari (MG), que comprometeram as lavouras.

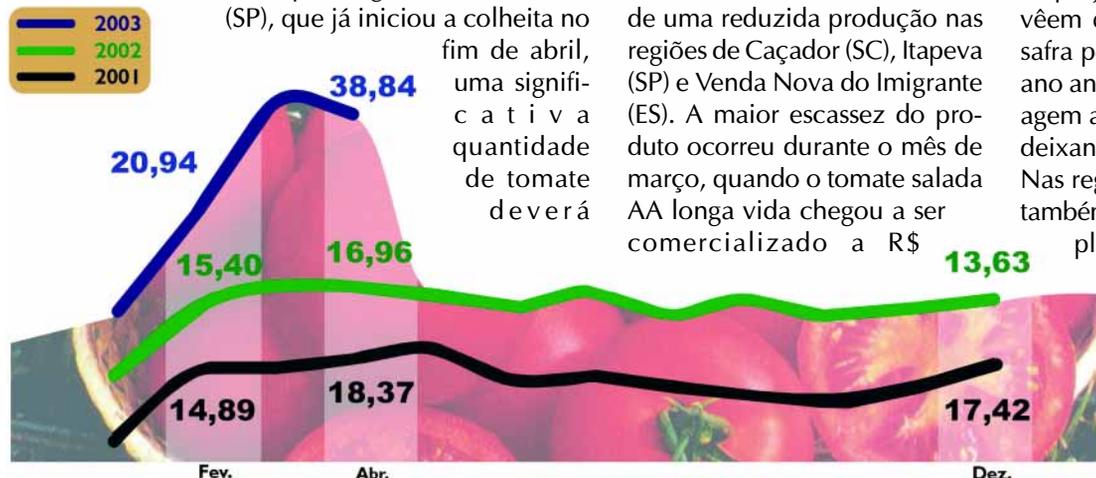
★ Preços altos nos últimos meses

Nos últimos dois meses, o preço do tomate atingiu valores extremamente elevados, resultantes de uma reduzida produção nas regiões de Caçador (SC), Itapeva (SP) e Venda Nova do Imigrante (ES). A maior escassez do produto ocorreu durante o mês de março, quando o tomate salada AA longa vida chegou a ser comercializado a R\$

55,00/cx 23kg no atacado paulista. Já em abril, apesar do início das safras de Araguari (MG) e Sumaré (SP) terem amenizado o problema, os preços continuaram elevados.

★ Valorização pode animar plantio

Os elevados preços atingidos pelo tomate nos últimos meses estão alterando o ânimo dos produtores em relação ao plantio. Em algumas regiões, alguns agentes acreditam que as previsões iniciais possam ser alteradas. Na cidade de São José de Ubá (RJ), por exemplo, no fim da safra passada muitos produtores estavam desestimulados com a baixa rentabilidade da cultura. Porém, os elevados patamares de preços e os maiores retornos com o plantio fizeram com que eles reavaliassem a situação, voltando a investir na produção do tomate. Assim, as projeções mais otimistas prevêem que a área plantada nesta safra poderá ser semelhante à do ano anterior. Neste ano, uma estiagem atrasou o plantio na região, deixando a colheita para junho. Nas regiões produtoras de Goiás, também se prevê aumento na área plantada em virtude da reação dos preços. Em janeiro, a projeção inicial era que dificilmente a cidade plantasse mais que cinco milhões de pés. Já em abril, alguns agentes locais acreditam que esse número possa ser incrementado em até 1,5 milhões de pés.



Leve aumento da oferta não derruba preços em abril

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

Fonte: Cepea



Agora sua lavoura
vai mais longe

ATENÇÃO

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

Consulte
sempre um
Engenheiro
Agrônomo



Venda
sob
receituário
agronômico

syngenta

www.syngenta.com.br

A Força do setor Hortícola

“Um fruto saudável, que gera empregos, renda e divisas” – isso resume a força do setor hortícola brasileiro que, em muitas regiões, emprega cerca 60% da mão-de-obra agrícola (Nordeste). No Brasil representa 37% da for-

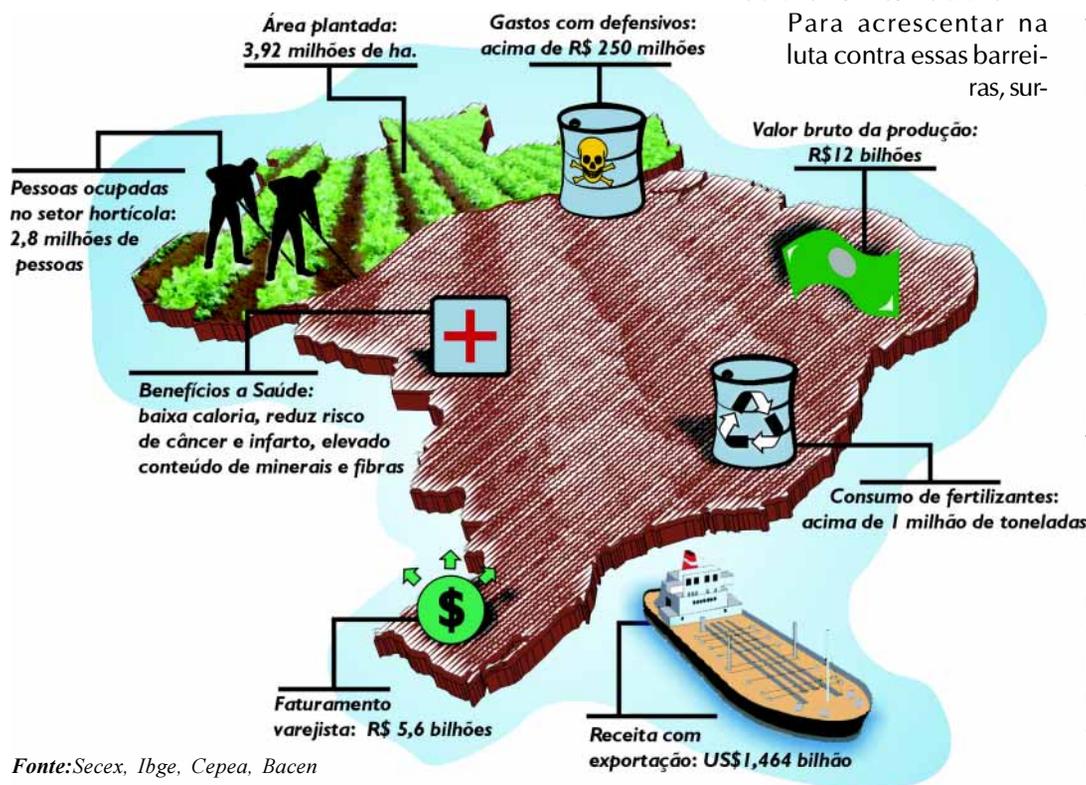
ça do trabalho rural. Contudo, este potencial não está totalmente explorado e o grande desafio para os próximos anos é incrementar a receita do setor, bem como aumentar o consumo das frutas e hortaliças no mercado nacional e internacional.

Para acrescentar na luta contra essas barreiras, sur-

giu a Hortifruti Brasil, que oferece informações econômicas ao setor, além de fornecer um espaço para discussão dentro da comunidade hortícola.

Atualmente, 6.500 produtores e mais de 1.000 agentes de comercialização, extensão e pesquisa interagem com o Cepea mediante a Hortifruti Brasil. Além disso, milhares de leitores acessam nossas informações pelo nosso site e pela mídia.

Neste último ano, formamos uma comunidade unida pela revista capaz de abordar e analisar diversos assuntos econômico. Juntos, produzimos informações transparentes e de qualidade. Essa comunidade é representada por todas as regiões produtoras/comerciais brasileiras que, nesta edição especial de aniversário, está destacada. Para descrever o potencial regional, ninguém melhor que os próprios produtores como autores.



Fonte: Secex, Ibge, Cepea, Bacen

Desafios do Setor



Poucas variedades compõem o setor hortifrutícola



Baixos investimentos no pós-colheita dos alimentos



Menos 4% do custeio do governo vai para as hortifrutícolas



Baixo consumo per capita



Menos de 1% da produção nacional é exportada.

A força do "Velho Chico"



DESAFIO DE NOVOS MERCADOS

A cultura do melão no Brasil é uma das poucas atividades agrícolas que dá a oportunidade a médios e muitas vezes até a pequenos produtores de realizar a comercialização de sua produção diretamente com importadores europeus, o que durante muitos anos fez desse ramo um excelente negócio. No entanto, de algum tempo para cá, algo em torno de três a quatro anos, estamos assistindo e experimentando mudanças profundas. Se observarmos, por exemplo, os maiores produtores e exportadores brasileiros de melão há cinco anos atrás, vamos ver que essas empresas estão com suas atividades encerradas. Antes, os vultuosos e sempre disponíveis incentivos governamentais para a região, se por um lado foram os principais responsáveis para o desenvolvimento da fruticultura irrigada, por outro, criou uma cultura de pouca competitividade junto aos gestores dessas empresas. Posteriormente, dois fatores modificaram esse perfil. O primeiro, o próprio governo federal reduziu ou praticamente extinguiu tais incentivos. O segundo foi à vinda para a região produtora de uma das maiores empresas de frutas do mundo. Com isso, a produção de melões nobres, além da melancia sem sementes, tornou-se viável e uma excelente opção para expansão de novos mercados. Atualmente, as maiores empresas do setor passaram a existir a menos de quatro anos, ou seja, nasceram sob um regime de maior competitividade. O drama que se vive hoje no setor é que a oferta de melão para o mercado europeu vem aumentando na ordem de trinta por cento a cada ano. Desta forma, nos últimos três anos, a oferta praticamente dobrou. A cada safra aumenta mais a pressão dos importadores para baixar o preço. Como os exportadores já trabalham com uma estreita mar-

gem, não há como reduzir os preços atualmente praticados. Falar em reduzir as áreas plantadas também não surtiria efeito, pois para se obter economia de escala e portanto reduzir os custos de produção, a cada ano os produtores incrementam seus plantios. Assim, o desafio agora é abrir novos mercados que possa absorver a crescente demanda de melões brasileiro.

Luiz Roberto M. Barcelos
Agrícola Famosa Ltda
Fortaleza/CE

APOSTANDO NO BRASIL

Acreditando no setor hortícola, a Dell Monte criou um centro de distribuição de frutas em Cabreúva (SP). O objetivo é preservar a qualidade das frutas, distribuindo-as nos entrepostos varejistas (mantendo a cadeia do frio), atendendo a todos os clientes.

Marcelo Holtz
Dell Monte/RN

BUSCA DE MAIOR RENTABILIDADE

Para as frutas direcionadas ao mercado interno, como é o caso da goiaba, acerola, banana, coco etc, é importante a implantação de um parque agroindustrial com capacidade para atender o mercado interno e externo, isso ajudará a evitar quedas bruscas nos preços da fruta no período de pico da safra. Em ambos os casos, precisamos de parceiros (compradores) que compartilhem as vantagens das vendas. Uma barreira no escoamento da produção, e que exige uma solução imediata, são as péssimas condições de nossas estradas e a insegurança com assaltos.

José Carlos Valente
Eng. Agr. produtor de uva -
Petroliña/PE

DEMANDA PRECISA CRESCER

O grande problema que a cultura do mamão vem enfrentando é a alta pro-

dução e a baixa demanda. Existe a necessidade de aumento de renda da população, de forma que com isso, aumente a demanda pela fruta.

Danilo Kumagai - Vale do Urso Barreiras (BA)

REDUÇÃO DA OFERTA

Para aumentar a rentabilidade financeira do produto, é necessário que os grandes produtores diminuam suas áreas de produção, já que o mercado externo e, principalmente, o interno não absorve o grande número de frutos que vem sendo produzido.

Sérgio Hilário Foeger
GGF Comércio de Frutas Ltda
Teixeira de Freitas (BA)

A FORÇA DA CITRICULTURA SERGIPANA

A área estimada de laranja na atualidade em Sergipe é de 51.500 hectares, sendo 1.500 ha irrigados. É cultivada por cerca de 18.000 produtores, na sua maioria, 90% de pequenos produtores de até 20 hectares. Com média de produção anual variando de 700.000 a 850.000 toneladas no Estado. O estado dispõe hoje de 18 beneficiadoras, 2 indústrias de suco concentrado congelado e inúmeras pequenas indústrias de suco natural, afóra outros derivados da laranja. A comercialização da laranja "in natura" cerca de 60 a 70% se destina ao mercado interno. Apesar da incidência de algumas doenças e pragas similares a São Paulo, o fator positivo do estado é a pouca utilização de agrotóxicos não atingindo 5% do valor da produção, sendo nossa laranja considerada uma "laranja ecológica". A partir de janeiro de 2004 toda produção de mudas no estado será produzida em viveiros telados.

Nilton de Araújo Fontes
Presidente da
ASCISE
Boquim/Segipe





O maior centro consumidor do país!

LIMITAÇÕES À PRODUÇÃO

Na região do sudoeste paulista, que engloba Itapeva, Ribeirão Branco, Capão Bonito e Apiaí, a perspectiva para a safra 03/04 é de um plantio igual ou até menor do que a safra anterior, devido às dificuldades encontradas na safra anterior como doenças e pragas, além da pressão exercida por fiscais do Ministério do Trabalho e da Agricultura.

Adolfo Shigueji Maeda - Itapeva/SP

Lauro Andrade Monte Mor/SP

BANANICULTURA É VIÁVEL

A produção de bananas "Magário" está há mais de 50 anos no Vale e há 6 em Janaúba. O Vale é uma boa região para produzir apesar das enchentes do rio Ribeira. A produção em Janaúba é muito prejudicada pelo elevado custo com a energia elétrica, devido à irrigação. Janaúba passa por um período de mudança, onde os pequenos produtores, inviabilizados pelo elevado custo de produção estão abandonando a cultura. O Vale tem uma grande vantagem: a proximidade com o mercado paulista, possuindo menores gastos com transporte. Em compensação, Janaúba possui uma banana prata de excelente qualidade compensando o custo do frete.

Sr. Edson Magário, produtor no Vale do Ribeira/SP e Janaúba/MG

Roberto Fukugati Mogi-Guaçu/SP

PERIGO NO FLUXO DE CAIXA

Nas turbulências que o mundo atravessa, a taxa de câmbio nos parece às vezes o único fator de sucesso em nossas operações... Longe disto! Porém, seria loucura menosprezar sua influência nos resultados de nosso dia a dia. Influência nas receitas e influência nos custos. Resultado da safra passada: custo de produção subindo e recei-

tas em alta. O risco desta safra pode ser semelhante a este, porém com influência contrária (caso a taxa de câmbio continue em baixa): Produzimos sob o impacto de uma alta taxa de câmbio, que elevaram os preços de defensivos, fertilizantes, combustíveis, embalagens, etc. (e conseqüentemente os custos de produção) e estaremos vendendo os produtos a uma taxa provavelmente menor, podendo neste momento receber menores valores principalmente com referência aos produtos diretamente indexados ao dólar (produtos exportáveis). Nosso fluxo de caixa pode correr perigo. Resultado possível desta safra: custo de produção nas alturas e preços em reais caindo. Nosso poder de barganha deve ser exercitado nas duas pontas: compra e venda. Comprar bem, negociando cada centavo e cada dia de prazo vai nos proteger de dias piores. E finalmente, vender da melhor forma já que infelizmente somos em geral tomadores e não formadores de preços. Mãos à obra!

João Guilherme D. Iglezias - Dir. Produção Guacho Agrop. S/A

CLIMATIZAÇÃO FAZ A DIFERENÇA

A cadeia de comercialização da banana é atípica. Por necessitar de climatização, inclui os na cadeia também os climatizadores e atacadistas. Estes fatores dificultam a comercialização direta ao setor varejista e encarecem a logística de distribuição da fruta, especialmente nos grandes centros consumidores. A climatização direta durante o transporte ou na origem é arriscada e pode causar perdas qualitativas e quantitativas. Com a centralização no varejo, as grandes cadeias de supermercados comeram

a margem de lucro do parceiro (atacadista), deixando toda cadeia funcionando como uma "bicicleta", se parar, cai! (o produtor não recebe). Atualmente, o atacadista vende a nossa fruta para pagar as faturas já vencidas.

Marcos de F. Ribeiro - Cia da Fruta - Janaúba/MG

REDUÇÃO DE CUSTOS

Para aumentar a rentabilidade financeira da bananicultura, precisamos diminuir os custos dos insumos da atividade (fertilizantes, defensivos, energia elétrica, etc), com a redução dos impostos incidentes nestes fatores de produção, em especial ICMS e IPI.

Vicente de Paula Pereira Silva - FrutVale - Janaúba/MG

INADIMPLÊNCIA ZERO

Nós da Cooperativa da Região de Tatuí (CART), cujo carro chefe é a comercialização da batata, tivemos como desafio diminuir a inadimplência. Foi um trabalho árduo, mas após análise de nossos números, verificamos que a mesma situou-se na média de 0,2%. Problemas também não nos faltaram. Do lado dos fornecedores, por exemplo, assistimos fusões, principalmente no segmento de adubos e defensivos, caracterizando monopólios e cartéis, que só tende a prejudicar os agricultores. Nossos custos dobraram. O dólar começou a cair, mas ainda escutamos que os fertilizantes podem subir 8%.

Antonio Francisco Alves - Cooperativa da Região de Tatuí/SP

A BATATA DE IBIÁ

O setor hortícola é de suma importância na nossa região (Ibiá-MG,) uma vez que promove uma variedade de cultivos para rotação de culturas e conseqüente melhoria no manejo de

Rafael B. Ferrari Afonso Cláudio/ES

solos. É uma excelente alternativa de renda para os produtores, uma vez que permite o plantio durante todo o ano; além disso, oferece oportunidade de trabalho para a população do município. A principal hortaliça plantada é a Batata. O principal problema em nossa região é a comercialização. Tentamos montar uma associação de produtores, mas não obtivemos sucesso. Permanecer no ramo da horticultura com lucratividade, respeito ao meio ambiente e aos consumidores, é um grande desafio para esta década. Helga França de Paiva - Ibiá/MG

O ruim prejudica o bom

O envio do limão para o mercado externo acabou favorecendo o controle da oferta interna. Por outro lado, favoreceu também a oferta do limão miúdo e o refugo de exportação para mercado doméstico com preço baixo, desvalorizando o produto de elevada qualidade. Do lado da exportação, a qualidade precisa melhorar. Tem pouca gente exportando com responsabilidade, mas com quantidade.

Everaldo Costa Mello - Jales/SP

SOBREVIVER ÀS NOVAS DOENÇAS

Para esta década, o grande desafio na região Aguaí/Mogi será sobreviver às novas doenças que estão surgindo na citricultura, como a morte súbita dos citros e a alternária, que afeta principalmente a murcote. Para que possamos combatê-las e para que os investimentos na tecnificação da produção possam crescer é preciso que os preços mantenham-se em patamares melhores, como neste ano.

Roberto Fukugati - Fazenda Sta Eliza - Mogi-Guaçu/SP

Busca da rentabilidade

A rentabilidade da cultura do mamão poderia aumentar com o acréscimo de produtividade. O histórico de preços de mamão mostra que é impossível ter prejuízo com lavouras produtivas e longevas. Existe outro problema que afeta a todos produtores que é a comercialização caótica, desorganização desse segmento e inadimplência. O desafio para os próximos anos é atender as demandas do mercado: produtividade e qualidade. As exigências dos mercados de produtos agrícolas, em

geral, são atualmente mais rápidas do que os produtores têm condições de assimilar.

Ismael Orletti - Fazendas Orletti - Pinheiros/ES

SP VISANDO O MERCADO EXTERNO

Os desafios para a região de Monte Alto são os produtores de manga se unirem para exportar, porque com as renovações dos pomares velhos e mais adensados, e com novos plantios, o mercado interno não conseguirá absorver toda a produção da região.

Aparício, Germano e Antônio Garbin - Monte Alto/SP

ATENDER AS EXIGÊNCIAS DO CONSUMIDOR

O desafio para esta década é atender o mercado consumidor, cada vez mais exigente, principalmente com produtos de qualidade e com um maior controle de produtos químicos, onde qualidade de vida e saúde estão interligados. Além da falta de incentivo e apoio por parte do governo em muitos setores produtivos, em minha região devido ao produtor não ter muitas alternativas, acaba optando pela monocultura, sobrecarregando o mercado interno por não ter o exportador (manga).

Hermes Pinhatti Filho - Monte Alto/SP

CUSTOS ELEVADOS

Os custos de produção subiram muito com a alta do dólar. Mesmo agora que a moeda norte-americana está caindo, a maior parte dos valores dos insumos continua elevada. Aqui em Ribeirão Branco, a mosca-branca tem sido uma preocupação constante. Gastamos muito com inseticidas para o controle dessa praga.

Cláudio Glauser - Ribeirão Branco/SP

BUSCA DE VARIEDADES RESISTENTES

A região de Araguari planta em média 10 milhões de pés/ano, sendo a grande maioria de tomate longa vida. O tomate longa vida veio trazer subsídios para que fosse viabilizado essa exportação, dada sua rusticidade e seu alto índice de produção. Atualmente, o grande desafio que os produtores enfrentam em

suas lavouras são o ataque fortíssimo de mosca branca que está limitando a produção em qualidade e principalmente em quantidade. O setor fica na esperança do desenvolvimento de variedades resistentes e com alto poder de produção!

Ivan Pádua Vansconcelos - Copel - Araguari /MG

Utilização racional de agrotóxicos

O uso racional de insumos já vem sendo empregado em nossas lavouras de tomate estaqueado, evitando gastos desnecessários. É importante também tentar adquiri-los com preços melhores. O emprego de novas tecnologias tem limite em potencial genético da planta e número de frutos por planta; o que às vezes chega a ter um custo maior e rentabilidade nem sempre na mesma proporção. Lauro Andrade - Grupo Irmãos Andrade - Monte Mor/SP

ADMINISTRAÇÃO RURAL

Administrar custo de produção, minimizar custo de comercialização e certificação do produto são pontos indispensáveis para aumentar a rentabilidade do tomate. Para esta década, os principais desafios são: tecnificar a cultura, aumentar satisfação do consumidor e controlar as pragas, principalmente a mosca branca.

João Milani/Ney Milani - Elias Fausto/SP

TOMATE CAPIXABA

O estado tem a particularidade de produzir tomate a ano todo. A mosca branca sempre esteve presente, mas não chegou a níveis de causar danos. Esperamos cumprir com nossa missão de levar tecnologia e reduzir o custo de produção dos produtores rurais e poder proporcionar uma qualidade de vida melhor tanto para quem produz como para quem consome tomate.

Rafael B. Ferrari, responsável técnico da filial de Afonso Cláudio da COOPEAVI



Ivan P. Vasconcelos
Araguari/MG



Vicente P. P. Silva
Janaúba/MG



Hermes P. Filho
Monte Alto/SP



Convivendo com o grande e o pequeno produtor

PROFISSIONALIZAÇÃO

De um modo geral, se faz necessário uma maior organização do setor. Uma forma de planejamento é dar início ao plantio de trás para frente, isso mesmo, o produtor contacta, em primeiro lugar, seu cliente e analisa suas demandas. Dessa forma, nasce à parceria onde todos ganham. Outro ponto importante é a maturidade com que as parcerias terão de chegar, onde haja transparência na relação produtor/cliente e cada um passe a desempenhar bem o seu papel, onde o produtor será o empresário da produção e o cliente agregará valor ao produto, satisfazendo produtor e consumidor final. Nesta maturidade, preço passa a ser consequência de oferta e demanda e não uma guerra. Já evoluímos muito, mas o setor ainda precisa criar marcas fortes, sérias, idôneas que conquiste a confiança do consumidor. Outra tendência é a segmentação de produtos por regiões, onde de São Paulo para cima a solução será o desenvolvimento de materiais resistentes a geminivirus, no Sul resistente às doenças. Porém é chegada a hora de ouvir o nosso -"Patrão Rico"- o consumidor final - buscando o que ele necessita. Tomaticultura não é loteria e sim se conscientizar dos altos riscos e profissionalizar-se para amenizá-los. **Edson Trebeschi - Produtor de tomate em Minas Gerais e Santa Catarina.**

EXPORTAÇÃO PARA CRESCER

Minha família produz bananas há mais de 20 anos aqui no norte de Santa Catarina. Durante este período, o mercado passou por altos e baixos, o que não animava nem a nós nem aos outros produtores a aumentar a área plantada. O grande salto da bananicultura na região foi o início das exportações para os

países do Mercosul, principalmente para a Argentina, o que nos levou a buscar a melhoria das técnicas de produção e principalmente de pós-colheita. Hoje em dia a maioria dos produtores de banana do norte de SC vendem sua produção para a Argentina. Graças à exportação, conseguimos crescer em vendas, em produção e em infraestrutura de pós-colheita. Já temos condições de atender novos mercados em outros países do mundo e acho que teremos que buscar isso se quisermos crescer mais ainda.

**Juliano Schultz Schroeder
norte de Santa Catarina**

Na fronteira Brasil/Argentina, pessoas entram no mercado de cebola importada sem muita experiência, acabam atrapalhando as negociações, forçando uma redução no preço. Isso deixa o mercado muito confuso. Outra preocupação é com a cebola de Santa Catarina, que a cada ano vai perdendo ainda mais a qualidade. O principal fator é o cuidado com o solo, com quantidades certas de adubos, herbicidas, etc. Há 20 anos, a cebola do Sul podia ser armazenada por até seis meses. Hoje, ela não tem resistência para ficar nos galpões por trinta dias. A cebola nordestina tem qualidade, mas é inferior à importada. Com isso, o produto importado domina o mercado, pois tem excelente qualidade.

**Claudir Rubens Muller
São José do Norte/RS**

DEMANDA É O CAMINHO PARA RENTABILIDADE

Um dos caminhos para se aumentar o consumo. Vamos analisar uma empresa de refrigerantes. O consumidor encontra refrigerantes em qualquer bar, lanchonete, quiosque, barraca ou venda. Uma só fá-

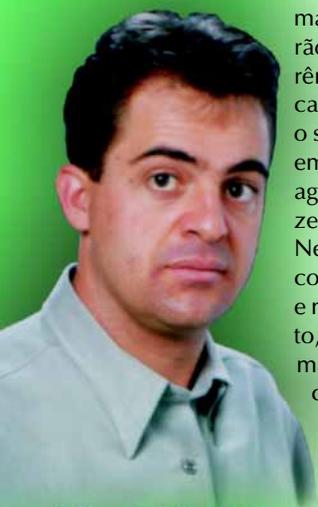
brica de refrigerantes chega a ter 5.000 pontos de venda em uma determinada região. Quantos pontos de venda de uva os produtores dispõem para escoar a produção? A realidade é que o setor produtivo cresceu em área, buscou melhores padrões de qualidade, investiu em tecnologia, mas a comercialização da produção continua sendo realizada do mesmo modo. Como a evolução do sistema de distribuição e da comercialização não tem se realizado, a única alternativa é a diminuição da produção para a elevação dos preços a patamares aonde seja viável a produção da uva. Para diminuir a produção, parte dos parceiros devem ser arrancados. Segundo dados de produtores, a área na região de Jales está se reduzindo em 30% e no Norte do Paraná em 15 a 20% conforme a região. Muitos produtores terão que amargar prejuízos, erradicando a cultura, para que aqueles que conseguirem se manter na atividade possam voltar a passar por uma fase melhor novamente.

Wener Genta - Marialva/PR

ORGANIZAÇÃO DOS PRODUTORES

O setor produtivo, incluindo pequenos e médios produtores, precisa se unir cada vez mais para poder aumentar o poder de negociação tanto no momento da venda, quanto na aquisição de insumos. A Cooperativa de Eng. Coelho é um exemplo a ser destacado. Os produtores se uniram e estão conseguindo melhores preços. Na nossa região, a pinta preta é o que mais preocupa. Essa praga não só prejudica a qualidade da fruta para mercado como pode derrubá-la da árvore, comprometendo até o que será destinado à indústria.

Álvaro Fávero - Ouro do Brasil - Produtor de laranja em São Paulo e Goiás.



**Edson Trebeschi
Araguari/MG
Caçador/SC**

Em maio, a maior oferta no Paraná e no Nordeste pode pressionar os preços

Volume aumenta no Paraná



Foto: IBRAF

● **Cresce oferta paranaense**
No início da safra, a procura pela uva paranaense foi considerada satisfatória pelos produtores da região, graças ao baixo volume de fruta ofertado por São Paulo e pelo Nordeste, conseqüência da quebra da safra e do direcionamento da poda para exportação, respectivamente. Em maio, o volume de uva colhido deve aumentar no Paraná e em Petrolina (PE), podendo pressionar a cotação do produto. A qualidade da fruta, que em abril apresentou alguns problemas, deve ter uma melhora neste mês. O aumento da variação térmica entre o dia e a noite vem favorecendo a coloração das uvas vermelhas. Além disso, a freqüência das chuvas começa a diminuir, reduzindo as perdas na produção, a necessidade de controle fitossanitário das parreiras e, conseqüentemente, o custo de produção.

● **Rosário do Ivaí volta a colher**

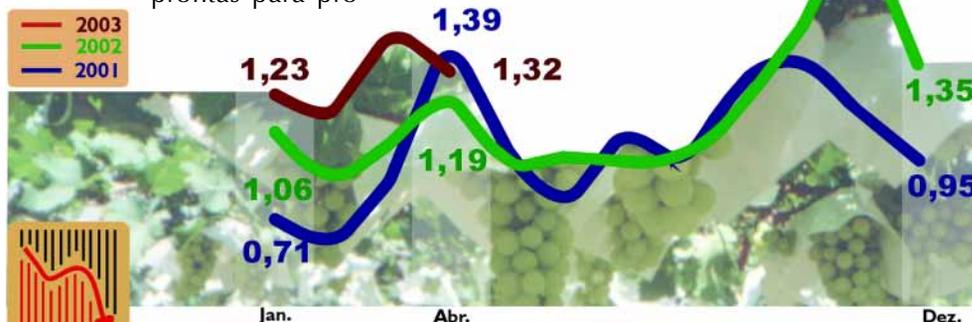
Na região de Rosário do Ivaí (PR), a colheita voltou a se intensificar em meados de abril. O volume ofertado nesta safra deve ser razoável, já que alguns produtores, desanimados com a baixa rentabilidade da cultura e com as adversidades climáticas, não fizeram a poda verde. Para os que estiveram produzindo em abril, a qualidade da fruta está boa. A expectativa é que os preços mantenham-se em patamares regulares em maio, uma vez que o consumo da fruta tende a diminuir nos meses mais frios.

● **Exportação no Nordeste**
Os embarques da uva nordestina para a Europa iniciaram no dia 16 de abril e devem terminar no dia oito de junho. O volume enviado até abril foi pequeno, pois, ao contrário do ocorrido em 2002, a África do Sul apresentou uma boa produção neste ano, permanecendo por um período maior no mercado. Além disso, uma grande parte da uva nordestina destinada ao mercado externo não apresentou qualidade ideal para exportação, devido, principalmente, às chuvas que atingiram a região entre os meses de março e abril. Em meados de maio, a exportação tende a se intensificar, já que o período costuma concentrar o pico das embarcações da primeira janela de mercado de 2003. Segundo agentes de mercado, o volume de uva ofertado, tanto para exportação como para mercado interno, será menor nesta safra, em função da erradicação de parreiras de uva com semente para a implantação de uvas sem semente, que só devem estar prontas para pro-

duzirem na segunda janela de exportação deste ano. No mercado interno, a oferta e o comportamento do preço da uva dependerão do andamento das transações internacionais. Se apenas uma pequena parte do volume da fruta for enviada à Europa, a oferta no Nordeste será grande, retraindo os preços no mercado brasileiro.

● **Porto Feliz intensifica colheita de niagara**

No final de maio, o volume ofertado da uva niagara volta a ser significativo em Porto Feliz (SP). Para esta safrinha, a produtividade não deve ser grande, já que alguns produtores tiveram problemas com o frio fora de época ocorrido em abril. O clima atípico atrasou o desenvolvimento da fruta e também aumentou a incidência de fungos, prejudicando a formação da uva. Contudo, se a oferta não for grande, os preços podem continuar em bons patamares, possibilitando a recuperação da lucratividade.



Preços caem com a entrada das uvas paranaenses

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

Fonte: Cepea

As chuvas estão prejudicando a produção, que deve cair neste ano

Safra 2003 já é menor

Problemas na colheita

Em 2003, na safra que iniciou em março e deve ir até meados de junho, a área colhida na região do Vale do São Francisco - Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) - deverá ser, no cenário mais positivo, 25% menor em relação à safra passada (2002). As chuvas, que neste ano estão ocorrendo durante a safra, preocupam o produtor que, muitas vezes, não consegue comercializar o produto. Aqueles que não investiram em defensivos preferem não plantar. Diante da fragilidade do produto "chuvado", muitos produtores optam por negociar o melão em praças próximas à região produtora a fim de evitar maiores perdas durante o transporte a longa distância.

Custo é o grande vilão

Apesar dos bons resultados em 2002, o setor não conseguiu se capitalizar a ponto de superar a alta no custo de produção. O aumento nos preços dos insumos, diretamente atrelados ao dólar, dificultou o planejamento dos produtores da região de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA), que não têm o mercado internacional como opção de receita. As

vendas, que ocorrem apenas no mercado nacional enfrentam uma demanda cada vez mais tímida, em função da diminuição do poder de compra do consumidor final. Todos esses fatores desmotivam os produtores dessa importante região produtora de melão, além de manga e uva.

Safra potiguar começa a ser negociada

Nas regiões produtoras do Rio Grande do Norte, maio é o mês das negociações. Os produtores, além de fecharem a compra de adubos e defensivos para a próxima safra (2003/04), iniciam as vendas ao mercado externo. O volume a ser embarcado no segundo semestre começa a ser delineado a partir deste mês, quando alguns contratos são fechados entre exportadores brasileiros e importadores europeus. Quanto à compra de adubos e defensivos, a valorização da moeda nacional não deve trazer grandes vantagens, já que, até o final de abril, os preços não se moveram diante da queda na cotação do dólar.

Câmbio preocupa

Neste ano, a base para as negociações da fruta exportada mudou consideravelmente em função da cotação do dólar. A moeda norte-americana saiu de R\$ 3,50 na última safra para R\$ 3,00 na safra que começa a ser planejada. Diante disso, a proje-



FOTO: SYNGENTA

ção de aumento da área plantada e redução do preço de venda, em dólar, tornaram-se uma incógnita. Os produtores não se sentem muito confiantes em relação ao aumento de área e começam a sentir dificuldades quanto à negociação dos preços de venda, já que ocorreu uma diminuição da margem com a valorização do real. O câmbio nos próximos meses também é uma incerteza que preocupa os produtores/exportadores, deixando ainda mais incerto o futuro da próxima safra.

Longe dos picos

Mesmo diante de uma oferta consideravelmente menor em relação à última safra, os preços recebidos pelos produtores do Vale não passaram dos R\$11,00/cx 13 kg em abril. Em 2002, no mesmo período, o produtor da região chegou a receber R\$ 18,00/cx 13 kg. Isso se explica pelas chuvas no ano passado, que atrasaram o início da safra e garantiram picos de preços até a primeira quinzena de abril. Em maio, quando é esperado o pico da safra, a qualidade do melão baiano promete melhorar e o volume que chega de Mossoró (RN) praticamente termina. Isso justifica o otimismo dos produtores do Vale, que esperam receber em torno de R\$14,00 e R\$15,00/cx de 13kg no final do mês. Em contrapartida, no setor atacado, a demanda não tem reagido e deve dificultar a elevação dos preços nos patamares esperados.



Abecitrus declara que safra não passa de 285 milhões de caixas, enquanto o IEA prevê 348,7 milhões

Aberta temporada de contratos

● Divergências no setor

Em abril, o IEA projetou 348,78 milhões de caixas para a nova safra de São Paulo, queda de apenas 3,6% em relação à safra anterior (estimada em 361,74 milhões pelo órgão do governo). Segundo o Instituto, do total produzido, 312 milhões de caixas serão colhidas na tradicional região citrícola e 36 milhões virão de áreas não tradicionais, que referem-se à região centro-sul do estado de São Paulo, como Botucatu e Itapetininga. Contestando as estimativas do Instituto, a Abecitrus estimou que a safra paulista 03/04 será de 276 a 285 milhões de caixas, ante as 350 milhões da safra anterior. Para o presidente da Associação, Ademerval Garcia, a estimativa do IEA está superestimada. Segundo ele, uma avaliação atual feita em 15 mil árvores apontou que muitas frutas têm o tamanho bastante pequeno. Os números da Abecitrus contabilizam a região comercial citrícola, incluindo o Triângulo Mineiro, calculando um parque citrícola de 150 milhões de árvores em produção, com produtividade de 1,84 de caixas/pé.

● Contratos vencem neste ano

Grande parte dos contratos fechados entre os citricultores e a indústria de suco principalmente em 2001 termina neste ano. Já em abril, algumas propostas para o fechamento de novos acordos foram registradas, variando de US\$ 2,80 a US\$ 3,50/cx 40,8kg. Em abril, a maior parte das fábricas priorizava o fechamento de

contratos com entrega nesta safra. Poucas empresas estão propondo a entrega em três anos. Normalmente em maio, a indústria intensifica as propostas de contratos com os produtores, já que os números da nova safra são mais bem definidos.

● Dólar mais baixo

Embora os preços das novas propostas estejam semelhantes aos acordos fechados nos últimos anos, a rentabilidade do citricultor que fechar contrato com a indústria deve ser menor em 2003. A cotação do dólar, moeda em que a maioria dos acordos é estabelecida, já não registra os elevados níveis do ano passado. Os investidores estrangeiros estão mais confiantes no governo Lula e a moeda norte-americana promete manter-se em níveis menos exorbitantes. Além disso, a safra deste ano é menor.

● Estoques menores na Flórida

A expectativa do mercado é que haja um aumento de 10% na próxima safra da Flórida dadas as boas condições climáticas neste início de ano. Apesar de ser ainda muito cedo para qualquer estimativa, especula-se um volume de 220 milhões de caixas para a próxima safra do estado, que começa em outubro. Por outro lado, os estoques de passa-

gem poderiam chegar a cerca de 600 milhões de galões de suco de laranja no inventário de 30 de setembro do USDA, queda de 9% em relação ao mesmo período de 2002. Caso essa expectativa se confirme, a tendência é de redução da oferta mundial de suco.

● Quando eles vão comprar?

A expectativa de aquecimento do mercado de suco de laranja na Europa não se confirmou nos últimos meses e a indústria nacional começa a dar sinais de preocupação com a dificuldade de se repassar a alta da laranja para o suco. A calma estaria relacionada à retração da economia mundial e ao elevados estoques dos engarrafadores europeus e da indústria nacional. Os receios da indústria quanto ao repasse da alta da matéria-prima para o suco também não animam o setor produtivo, que fica entre fechar os acordos agora para não ter surpresas desagradáveis mais para frente ou esperar para que a alta finalmente atinja a Europa, em níveis, talvez, mais elevados, apostando que a calma atual termina junto com os estoques dos engarrafadores.



**Calmaria nas vendas pressiona preços no mercado interno
Indústria deve abrir moagem em maio**

Preços médios mensais recebidos pelos produtores paulistas - R\$/cx 40,8kg
(mercado - valores da fruta na árvore/ indústria - fruta posta no portão da fábrica)

Fonte: Cepea

Por Renata F. Cintra

As chuvas fora de época e o calor podem atrasar a produção

Clima afeta indução floral

Indução floral preocupa
Em maio de 2002, a oferta de tommy da região do Vale do São Francisco foi reduzida em função das chuvas ocorridas no final do ano anterior, que prejudicaram a indução floral. Neste ano, os fatores climáticos deverão novamente interferir. As chuvas irregulares e o calor excessivo prejudicaram a liberação da florada de muitos pomares, criando a expectativa negativa de atraso da produção. Para reverter essa situação, os produtores nordestinos realizaram um maior número de aplicações de nitrato para estimular e normalizar a floração e, conseqüentemente, a produção. Sendo assim, não deverá haver incremento significativo na oferta de manga em maio. O que mais preocupa, contudo, são as conseqüências em longo prazo, principalmente como ficará o escalonamento programado para os meses de agosto e setembro, período de aceleradas exportações aos Estados Unidos.

devem ser prioridade dos produtores do Vale do São Francisco. A maior rentabilidade propiciada pela fruta exportada continua os atraindo. Em abril, a valorização da tommy destinada à União Européia alcançou 79% frente à comercializada no Brasil. A preferência à exportação acarreta a diminuição do volume de fruta ofertado no território nacional. Ainda assim, a menor oferta não impulsionou os valores recebidos pelos produtores pela fruta negociada no mercado interno no mês passado. Sendo assim, os produtores do Vale direcionam apenas a tommy que não atinge as exigências dos padrões internacionais de qualidade ao mercado brasileiro, prevalecendo o maior volume possível à União Européia. Vale ressaltar que essa fruta possui alta qualidade, porém, não são aceitas pelo mercado europeu. Neste mês, México, Guatemala, Haiti, Venezuela e África do Sul, e ainda que em finalização de safra, a Nicarágua, concorrem com a fruta brasileira no cenário internacional. Destacam-se México e Guatemala como os principais concorrentes, em função do alto volume produzido neste período. O foco de destino dos mexicanos é os Estados Unidos, pela proximidade geográfica. Porém, ao saturar o fornecimento aos norte-americanos, o México redireciona a fruta ao mercado euro-

peu, acirrando a disputa internacional com a fruta brasileira.

Livramento timidamente no mercado

A partir de maio, a cidade de Livramento do Brumado, no estado da Bahia, inicia a safra de manga, ainda que timidamente. Neste ano, a colheita realizada em maio deverá ser ainda menor em virtude da desuniformidade da floração dos pomares, conseqüência das altas temperaturas nos primeiros meses do ano, que interferiram no desempenho da indução floral. Por enquanto, isso não deve ser problema aos produtores de Livramento. O pico da produção, também escalonada, ocorre apenas no segundo semestre do ano, haja vista as exportações da fruta, principal foco da região. Livramento do Brumado (BA) é a segunda importante região exportadora de manga, possui sete packing houses, dois com infraestrutura para o tratamento pós-colheita exigido pelos Estados Unidos e os demais, para a fruta destinada à União Européia.

SP de olho na cebola

Enquanto os tratamentos culturais dos pomares de manga ocorrem, iniciam-se os preparativos da safra de cebola da região de Monte Alto (SP). A desvalorização do dólar no final de abril animou os produtores, pois os preços dos insumos, cotados na moeda norte-americana, devem declinar, reduzindo levemente os custos para a próxima safra 2003/2004 de manga.

Exportações continuam em evidência

Em maio, as exportações de manga ainda

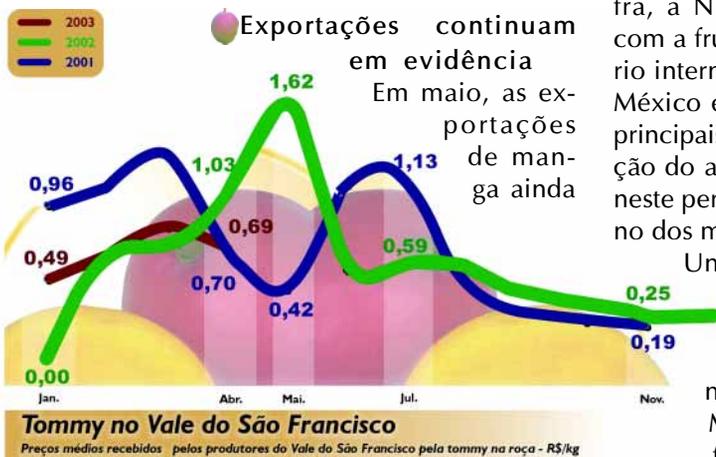


FOTO: Codevasf

Apesar da maior oferta, os preços devem continuar estáveis no estado mineiro e catarinense

SC e norte de Minas entram em safra

Começa a safra de prata em Minas

Em maio, o norte mineiro deve aumentar a oferta de prata, pois a safra dessa região começa já na segunda semana deste mês. Apesar da previsão, os bananicultores mineiros não esperam uma forte queda nos preços do produto, pois a oferta de prata no Vale deve continuar baixa, podendo, contudo, ter a qualidade prejudicada pelo frio, à medida que o inverno se aproxima. Em abril, prata mineira registrou média de R\$ 10,6/cx 20 kg, um valor 32% maior que o praticado no mesmo período de 2002.

Oferta menor no Vale do Ribeira

A oferta de prata e de nanica no Vale do Ribeira deve continuar baixa em maio, já que as enchentes e os ventos fortes no início deste ano afetaram o ciclo dessas bananas para 2003. O volume ofertado na região só deverá aumentar no final deste mês, o que poderá pressionar os preços. Contudo, se as temperaturas de maio e junho permanecerem amenas ou até mais baixas, o processo de "engorda" da banana deve retardar, contradizendo a expectativa do setor para esse período. A nanica fechou o mês de abril sendo praticada, em média, a R\$ 11,00/cx 22 kg, um valor quase quatro vezes maior que no mesmo período de 2002, quando essa banana era comercializada, em média, a R\$ 3,4/cx 22 kg. A prata da região também encerrou o mês de abril em alta. Seus pre-

ços estiveram 38% maiores do que os registrados no mesmo período do ano passado.

Santa Catarina aguarda o início da safra

Se as temperaturas continuarem amenas somente nas madrugadas, a safra de nanica catarinense deve começar já na segunda quinzena de maio. Contudo, se elas diminuïrem já em meados desse período, adiantando o inverno, o ciclo dessa banana deve se estender, reduzindo a oferta esperada para o período. Entretanto, mesmo que o volume aumente, os bananicultores catarinenses não aguardam redução nos preços da variedade para esse período, pois o volume exportado tem sido excelente e a produção de nanica no Vale deve continuar menor até meados de junho. Se os próximos meses repetirem o bom desempenho do primeiro trimestre, quando se exportou um volume 65% maior que o exportado no primeiro trimestre do ano passado, os produtores catarinenses não terão muito com o que se preocupar, além da possibilidade de geadas no inverno. No final de abril, a nanica catarinense era comercializada, em média, a R\$ 7,20/cx 22 kg, aproximadamente o triplo do valor prati-

cado no mesmo período de 2002, quando era comercializada, em média, a R\$ 2,50/cx22 kg.

Poncã concorre em maio

Ao contrário do projetado na edição passada, a poncã entrou com força no mercado em abril e sua colheita deve se intensificar nos próximos meses. Assim, o bananicultor deve enfrentar a concorrência da poncã já no início de maio. Embora não haja dados exatos quanto à redução da vendas de bananas, essa fruta perde competitividade quando a tangerina é ofertada a valores muitos baixos. Segundo os agentes de mercado citrícola, a maior oferta de poncãs em maio e junho deve pressionar os preços dessa fruta no período. Em abril, a tangeria foi comercializada na média de R\$8,23/cx 40,8kg (na árvore), queda de 42% em relação a março. Contudo, como a oferta de banana deverá ser menor neste ano, a queda nas suas vendas não deve prejudicar seus preços.



Nanica catarinense mais valorizada em 2003
Preços médios recebidos pelos produtores catarinenses pela nanica - R\$/ cx 22 kg

Fonte: Cepea

Por Vanessa Cristina Caron

Preços baixos, clima desfavorável e custos elevados estão desanimando os produtores, principalmente no ES

Mamão: Cultura de risco

Fase ruim

A situação do mamão não tem motivado muitos produtores, principalmente no Espírito Santo. Para se tornar lucrativa, a cultura de mamão exige muita tecnologia, clima adequado, boa conservação no processo de pós-colheita e mercado interno e externo animadores. Para que todos estes fatores sejam satisfatórios, não só esforços dos produtores são suficientes, mas também boas condições climáticas durante o ano todo, bem como um escoamento controlado da oferta. Porém, esses fatores não têm sido favoráveis ao desenvolvimento do mamão e isso tem aumentado os riscos dos produtores. Para que haja investimento em tecnologia de produção é necessário que o mercado gere retorno positivo. No entanto, muitos entraves têm ocorrido neste ano, como a queda das exportações, a dificuldade de escoamento de produtos para o doméstico e variações climáticas, que ocasionam semanas com altas

temperaturas e, em consequência, elevada produção. Assim, mesmo quando a produção tem queda de até 70% devido a fatores fisiológicos, como o 'pescoço', e físicos, como a diminuição da temperatura, o produtor tem decepções com o mercado, que continua lento, sem reação, além das situações inesperadas, como a redução dos vôos de exportação. Com isso, o produtor fica na incerteza de maior investimento na sua cultura enquanto se depara com uma fase de grandes alterações climáticas e econômicas. Espera-se que esta crise seja apenas uma fase momentânea para a cultura do mamão, já que os problemas no mercado externo ocorreram junto aos do mercado interno e, para agravar, o clima não colaborou.

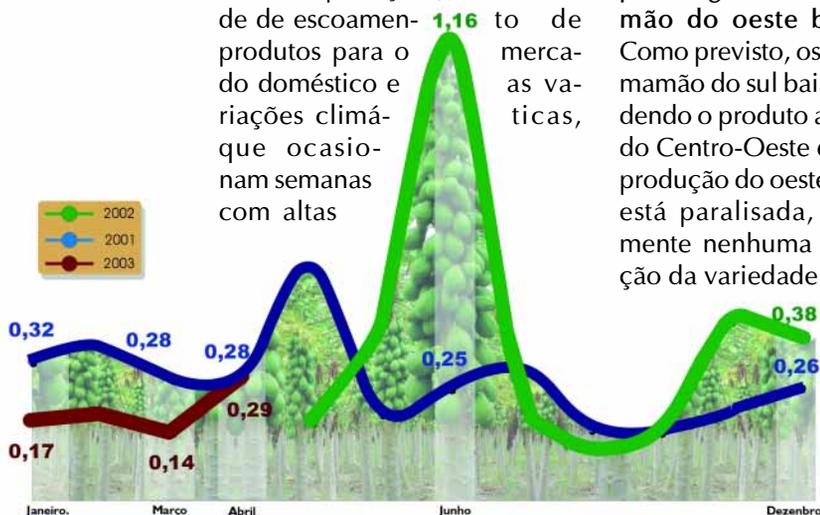
Instabilidades climáticas prolongam ofertas de mamão do oeste baiano

Como previsto, os produtores de mamão do sul baiano estão vendendo o produto aos atacadistas do Centro-Oeste do país, pois a produção do oeste baiano ainda está paralisada, sem praticamente nenhuma comercialização da variedade havaí.

de a durar por mais tempo, já que a ocorrência de chuvas fora de época atingiu o Centro-Oeste no mês de abril, o que deve resultar num prolongamento da maturação dos frutos no pé, que necessitam de muito calor para atingirem o ponto ideal de colheita. É provável que no início e em meados de maio essa fruta volte a ser ofertada nessa região, coincidindo com a significativa redução da produção do sul da Bahia.

Guerra interfere nas exportações brasileiras

Segundo grandes exportadoras de mamão do Espírito Santo, houve redução do volume embarcado para a Europa e, principalmente, para os EUA a partir de março. A queda chegou a 20% no início de março e a 50% em abril, segundo agentes do setor. A baixa esteve principalmente relacionada ao início da guerra no Iraque, que diminuiu o número de vôos para a América do Norte, ao alto custo das tarifas aéreas e à baixa demanda por viagens para aquele país. Com isso, as cargas de mamão tiveram que ficar nos aeroportos na espera de espaço para embarcações. O resultado dessa situação prejudicou as exportadoras e até os países importadores, mas a maior desvantagem ficou com os produtores do Brasil, que tiveram que continuar aceitando a não reação dos preços praticados internamente, dado o volume de frutos não embarcados que ocuparam o mercado doméstico.



Queda da produção eleva preços, mas não alivia crise no ES

Preços médios recebidos pelos produtores capixabas pelo mamão havaí - R\$/kg

Fonte: Cepea

Especial Cartas

A empresa Nelson Yoshio Igarashi, através de seu Gerente Administrativo, Sr. Alinor Eufrásio, parabeniza a revista pelo seu primeiro ano de existência repleto de sucesso. Esta importante publicação veio preencher uma lacuna no setor de informação sobre a atividade hortigranjeira, com dados absolutamente confiáveis. De acordo com os dados fornecidos pela revista os produtores podem elaborar um cronograma de plantio de modo a entrar no mercado quando as condições de preço são mais favoráveis. A ajuda recebida com as informações prestadas pela Hortifruti Brasil é preciosa pois nos auxilia sobremaneira na escolha da hora do plantio e no momento mais oportuno para a colheita da produção. Pelas razões apresentadas e por tantas outras já citadas em outros depoimentos é que desejamos que esta revista tenha muitos anos de existência para que possa, assim como nos auxilia agora, auxiliar novos produtores rurais, ajudando-os a obter o sucesso.

Nelson Yoshio Igarashi
Beneficiador de Batata
Uberlândia/MG

Confesso que quando ouvi pela primeira vez sobre o enfoque da publicação, duvidei que fosse possível obter informações com credibilidade num mercado tão conhecido pela obscuridade no tocante a dados estatísticos. Para minha surpresa o que a equipe da Hortifruti Brasil tem conseguido é digno de louvor. Parabéns pelo primeiro aniversário e que continuem a trabalhar com objetivo claro, trazendo a todos nós, envolvidos no agronegócio do FLV, informação confiável e importante para tomada de decisão.

Wagner Coladel
Eng. Agrônomo
Casa Bugre Sementes Ltda.
Indaiatuba/SP

A revista é importante para o nosso trabalho porque enfoca o contexto conjuntural atualizado da produção e comercialização de frutas e hortaliças fundamental para realização de diagnóstico de mercado e perspectivas de abastecimento. Como sugestão, a revista poderia elaborar em cada revista duas matérias de entrevista (um olerícola e uma fruta) consultando especialista que discorrerá sobre assuntos de política na produção e abastecimento e perspectiva de mercado médio prazo.
Waldemar Pires de Camargo Filho - IEA - APTA

O trabalho como o executado pelo Cepea é fundamental, pois como em todo o setor agropecuário, faltam dados estatísticos confiáveis para que se possa agir em escala e facilitar o processo de tomada de decisões. Estes dados estatísticos de comercialização e produção devem facilitar a elaboração de verdadeiros Planos de Negócios (Business Plan), com estudos detalhados de: Mercado, Técnico ou da Cultura, Avaliação de Impacto Ambiental e Social e Viabilidade Econômica/Financeira. A partir destes Planos de Negócios e da elaboração de projetos economicamente viáveis, ambientalmente corretos e socialmente justos, poderemos garantir a sustentabilidade da fruticultura irrigada e melhorar a escala de produção. A nossa empresa já começa a atuar na padronização de produtos e processos e melhorar a logística de distribuição, participando mais ativamente na cadeia de valores do agronegócio: banana.

Marcos de F. Ribeiro
Presidente da Cia da Fruta
Janaúba/MG

A Hortifruti Brasil é muito boa. Através dela, acompanho, além do

mercado da banana, o de manga e o mercado hortícola em geral. A revista tem sido muito importante nas negociações da empresa. Além disso, as informações sobre o mercado de banana são bastante precisas e ajudam na hora de fechar o negócio. O assunto que mais me interessa são as exportações e a Hortifruti Brasil tem dado uma boa cobertura sobre esse assunto. Contudo, ela ainda deixa a desejar quanto à rapidez da informação. Geralmente, ela chega com tempo defasado, prejudicando a qualidade da informação.
Sr. Edson Magário,
Vale do Ribeira/SP
Janaúba/MG

Maio de 2002: Nascimento da Hortifruti Brasil. O setor hortifrutícola vibra! Após 12 meses recebendo as publicações com assuntos que nos interessam, damos os parabéns a toda equipe. Durante esse primeiro ano, tivemos a certeza que vocês atingiram o principal objetivo, que era a construção de indicadores econômicos como referências para os negócios nas diversas cadeias. Parabéns, vamos comemorar!

Antonio Francisco Alves
Tatuí/SP

A revista Hortifruti Brasil permite que os produtores tomem conhecimento a respeito das demais regiões produtoras em nível de Brasil - níveis de produtividade, qualidade do produto colhido, área plantada, época de plantio, etc. Somente com todos esses dados os produtores têm condições de tomar decisões a respeito de sua safra, não só a atual, mas também a safra subsequente.

Helga França de Pinhati
Ibiá/MG

É com prazer que estamos recebendo a Hortifruti Brasil, que tem sido de grande importância como instrumento de leitura e pesquisa dos diversos assuntos relacionados aos hortifrutis, porque contempla a atividade nas diversas regiões do Brasil. A revista tem sido também muito importante no auxílio para a solução de algumas dúvidas do setor. Gostaríamos ainda de parabenizar toda a equipe responsável pela publicação por preocupar-se permanentemente com a qualidade dos produtos, salientando que é nosso interesse colaborar no que for possível para informações relativas a nossa região.

Wilson B Amaral - Castro/PR

Parabenizo o primeiro aniversário da Hortifruti Brasil. Este veículo tem sido de grande importância para nós produtores e comerciantes de cebola de todo o Brasil. Como produtor, através das informações publicadas tenho podido planejar o plantio, evitando preços baixos que terminam por causar prejuízos. E também como comerciante de cebola, a grande informação é receber os dados da produção nacional e argentina desta hortaliça, podendo programar-me para atender aos clientes.

Aproveito a oportunidade para convidar para a I Festa da Cebola que acontecerá em João Dourado-Ba, de 09 a 11 de maio.

José Carlos Gomes Ferreira.
Irecê/ BA

O que mais me agrada na Hortifruti Brasil é a facilidade de leitura. São textos curtos e objetivos, com letras boas, que tornam a leitura agradável. Gosto de ler todas as seções. Acho importante estar informado sobre o calendário da produção dos produtos hortícolas. A equipe está de parabéns!

Álvaro Favero - Eng. Coelho/SP

Queremos parabenizar pela importância da revista Hortifruti Brasil, principalmente para nós que fazemos fruticultura em especial citricultura, pelos dados e informações que recebemos mensalmente nos mais diversos setores ligados a cultura, fato este que veio preencher uma grande lacuna. Estendemos também nossas congratulações a toda equipe do Hortifruti Brasil pela qualidade, competência e dedicação como são apresentados os artigos sobre as hortifrutícolas.

Nilton de Araújo Fontes
Boquim/SE

A Hortifruti Brasil apresenta informações atualizadas e de grande importância que auxiliam na tomada de decisão. É uma excelente referência de preço para nossas vendas e o mais importante: uma excelente fonte de informações sobre o mercado que em muitas situações nos ajudou a determinar o momento correto de vender. Parabéns pelo primeiro ano e que sejam assim muitos outros. Parabéns a toda equipe pelo aniversário e importância do trabalho que realizam.

Frauzo Ruiz Sanches
Ibitinga/SP

A revista Hortifruti Brasil é minha referência de preços. Ela possui transparência e confiabilidade, num setor em que há tantas falhas nas informações, principalmente nas estatísticas.

Roberto Fukugati - Aguaí/SP

A Hortifruti Brasil é muito importante, pois é o único meio de informação sobre a cultura para os produtores se conscientizarem do atual mercado e das necessidades de mudança. Que essa publicação não termine nunca, mantendo sempre a qualidade do trabalho.

Danilo Kumagai - Barreiras/BA

A Hortifruti Brasil é excelente para promover atualização do mercado hortifruti.

Sérgio Hilário Foeger
Teixeira de Freitas (BA)

Gostaria de parabenizar toda a equipe pelo excelente trabalho informativo sobre a atividade hortifrutícola

do Brasil. Admiro a Hortifruti Brasil pela forma direta objetiva que apresenta o mercado hortícola, as variações de ofertas, preços, causas efeitos e expectativas dos principais produtos comercializados no Brasil. A revista e os informativos se tornaram um importante referencial para a nossa tomada de decisão na empresa.

Alexandre Esteves
Nova Fronteira Agrícola S.A
Fruitrade Comercio e exportação Ltda.

Gostaria de parabenizar toda a equipe da Hortifruti Brasil pelo aniversário de um ano de publicação e pela qualidade de informações. As matérias das capas de cada mês envolvendo um tema muito importante (calote, genética, clima, tecnologia, janelas do mercados e outras), conhecendo as dificuldades nas diversas fases da cultura e sua comercialização e sua possível soluções.

Aparício e Germano Garbin e Antônio - Monte Alto/SP

A Hortifruti Brasil traz informações, indicadores econômicos, matérias de qualidade onde podemos ter acesso ao que está acontecendo no setor.

Hermes Pinhatti
Monte Alto/SP

Nós, Itaeira Agropecuária S/A, nos acostumamos com facilidade à leitura da Hortifruti Brasil. Informações seguras nos ajudam a balizar nossas decisões. No caso do melão, que é um dos produtos que trabalhamos, Maria Luiza Nachreiner tem feito um belo trabalho, com as informações sobre o mercado. Nosso desejo é que a revista continue evoluindo, com conteúdo de valor para nosso setor, e com a segurança das informações demonstrada até agora. Parabéns pelo esforço e pela persistência. O Brasil precisa de vocês!

Carlos Prado
Itaeira Agropecuária S/A
Ceará

Parabenizamos toda a equipe da Hortifrut Brasil pelo seu aniversário, desejando sucesso e muitas realizações para este ano que está apenas começando e para muitos outros anos que ainda virão. São os nossos sinceros votos de toda Equip. STA-Serviços Agrícolas.

Marcelo Galdino - Mossoró/RN

Em relação à Hortifrut Brasil, constitui um ponto inesgotável de informação de alta qualidade e teor, pois é fruto do empenho de uma equipe dinâmica e profissional, que conseguiu tratar a informalidade do mercado de uma forma ética e profissional. Parabéns à equipe do horcepea pela excelente contribuição ao setor hortícola.

Edson Trebesch
Araguari/MG

A revista Hortifrut Brasil é importante pois apresenta reportagens que realmente levam o agricultor à reflexão. Ela traz informação confiável e de bom nível. É uma publicação que coloca a fruticultura nacional no seu lugar, ou seja, de geradora de emprego, renda e divisas, de alimento de alta qualidade com segurança.

José Carlos Valente
Petrolina/PE

Registro os parabéns à Hortifrut Brasil pelo seu primeiro ano de atuação e pela influência positiva que ela está exercendo sobre a comunidade agrícola, notadamente no setor de agronegócios, enfocando características, problemas e soluções através da análise mercadológica, suprimindo com isso grande parte das dificuldades de acesso as informações e perspectivas, das quais o agricultor enfrenta.

Pedro Iannini - Barretos/SP

Através da Hortifrut Brasil fico por dentro de tudo o que acontece no setor hortícola!

Natal Boteon
Cordeirópolis/SP

Queria em primeiro lugar agradecer a este espaço que o Cepea está

me proporcionando. Sou produtor de tomate na região de Monte Mor e Itapeva, cultivo aproximadamente 1 milhão e 200 mil pés em cinco épocas diferentes nas duas regiões. Sinto enorme dificuldade em pretear recursos para o plantio. Nós produtores precisamos nos unir em forma de cooperativa para podermos alcançar um custo menor, preços mais equilibrados, uma qualidade superior a. AS perspectivas não são grandes para o ano de 2003, sendo que alto custo dos insumos, créditos restritos, problemas climáticos, contribuem para a redução da quantidade de área plantada.

Antonio Sérgio Onofre
Monte Mor/SP

A Hortifrut Brasil é muito importante pois traz informações agroeconômicas como: produção, preços, exportações, clima, oferta, marketing, novas tecnologias, demanda, produtos modificados, entre outros.

Parabéns e muito sucesso!

Cícero Silva Santos
Campo Alegre/AL

É com muito entusiasmo que participo da comemoração de um ano de publicação desta conceituada revista. Ela oferece em seu conteúdo uma ótima ênfase nos assuntos relacionados ao meio e ainda traz uma capa bastante ilustrativa, aparte comercial, editorial, bem como as matérias apresentadas, o gráfico ilustrativo, enfim, a revista traz boa informação com uma qualidade indiscutível. A Hortifrut Brasil nos dá plenas condições de saber como vão as produções em outros estados, o clima com relação à produtividade de cada estado. Assim, nos coloca em dia com as informações necessárias para o bom andamento dos negócios.

Natanael Vicente da Silva
Sindicato Rural Carandaí/MG

A nossa missão é ajudar o nosso Brasil a produzir alimentos para todos. É uma missão nobre. Esforçome o máximo para dar a minha contribuição para a fruticultura e olericultura na região de Uberaba, nas pequenas propriedades, onde o produtor carece de muitas informações. Aí está a importância da Hortifrut Brasil. Vocês lutam, se es-

forçam e passam para nós como muito amor, dedicação, os ensinamentos de novas tecnologias (manejo integrado, mercado) é o que todos nós precisamos para ajudar nossos produtores de alimentos. É um trabalho bonito, continuem assim, com essa grande missão. O que posso dizer: muito obrigado, sucesso sempre, muita fé em Deus. Que Deus ilumine o caminho de vocês e suprem novos desafios. Parabéns!

Nilo Dayrell de Oliveira
Uberlândia/MG

Gostaria de parabenizar a Hortifrut Brasil por esse ano de conquistas e salientar a importância desta publicação para os produtores e para o comércio de hortifrutis, já que, em nosso município, a economia gira em torno da agricultura.

Airton Benedito Feltran
São José do Rio Pardo/SP

Tenho certeza que a Hortifrut Brasil muito venho a somar, pois só com a informação e conhecimento é que podemos ser competitivos com a nossa produção. A revista tem me ajudado muito, repassando informações e conhecimentos extraídos de matéria idôneas e atualizadas.

Lindolfo Felinto A. Filho
Ouro Preto D'Oeste/RO

A revista Hortifrut Brasil agradece o apoio do setor à nossa publicação. Essas declarações são um incentivo para melhorarmos o nosso trabalho. Acreditamos que, unidos, Universidade e mercado podem aumentar a eficiência do setor produtivo e melhorar a qualidade dos hortícolas para o consumo final. Muito obrigado!

HORTITEC 2003

10 Anos de bons negócios

Exposição técnica de horticultura,
cultivo protegido e culturas intensivas.

Evento
destinado
a produtores
de frutas,
flores,
hortaliças
e mudas
em geral.



**Em Holambra,
de 19 a 21 de junho
das 9 às 19 horas**

Paralelamente
Eventos de Capacitação em Horticultura Intensiva

INFORMAÇÕES

Exposição:

Tel/Fax: (19) 3802-4196
e-mail: hortitec@hortitec.com.br

Cursos:

(19) 3802-2234
hortitec@hortitec.com.br

LOCALIZAÇÃO

Local:

Pavilhão de Exposições de Holambra
Al. Maunio de Nassau, 675 - Holambra - SP

Acesso:

Rodovia Campinas-Mogi Mirim, km 141

REALIZAÇÃO

RBB
RELAÇÕES BANCARIAS



APOIO

