



EDIÇÕES D

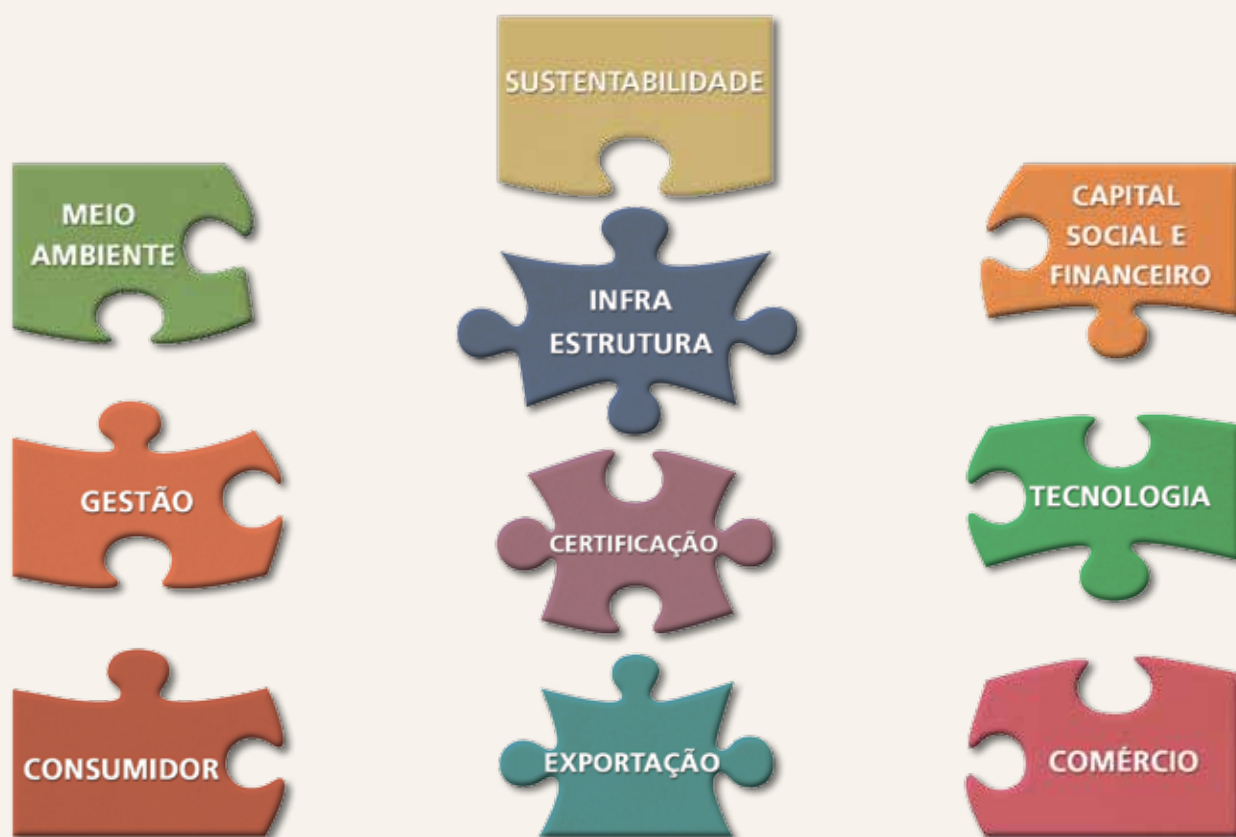
UM COMPÊNDIO DINÂMICO

Mais do que acompanhar o dia-a-dia do mercado hortifrúticola, a **Hortifruti Brasil** seleciona e discute temas que auxiliam o setor a ser sustentável, considerando-se o entendimento amplo deste conceito, que alcança as dimensões econômica, social e ambiental.

As primeiras 99 edições desta revista constituem um compêndio sobre diversos temas que dizem respeito ao setor hortifrúticola, com o foco na cadeia como um todo. As várias temáticas abordadas podem ser divididas em nove áreas, que são apresentadas a seguir. Cada uma delas é uma peça importante do quebra-cabeça da sustentabilidade.

TEMAS-CHAVE ABORDADOS NAS 99 EDIÇÕES

Temas que influenciam diretamente na sustentabilidade do setor hortifrúticola foram alvo de análise da Equipe Hortifruti Brasil

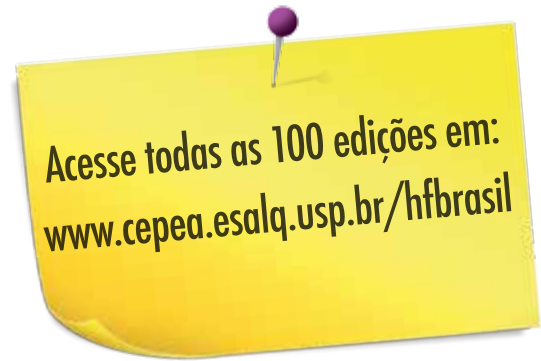


A HORTIFRUTI BRASIL

DA HORTIFRUTICULTURA NACIONAL

de busca pelo setor.

Para esta edição especial, a de número 100, a equipe de analistas da **Hortifruti Brasil** se reuniu para avaliar as vantagens e desvantagens do setor em relação a cada tema, bem como as oportunidades e ameaças externas ao setor que o impactam diretamente. Essa análise, inspirada na ferramenta conhecida como SWOT (sigla em inglês referente a pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças), tradicionalmente utilizada em empresas, busca apresentar para o setor como ele próprio se encontra em relação a áreas-chave para sua sustentabilidade. Confira!



Algumas das edições que abordaram os temas-chave:

Ed. nº 12
Abril/2003

Ed. nº 29
Outubro/2004

Ed. nº 52
Novembro/2006

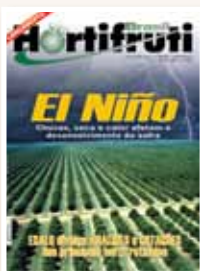
Ed. nº 56
Abril/2007

Ed. nº 83
Setembro/2009

Ed. nº 100
Abril/2011



2002



2011

Ed. nº 01
Maio/2002

Ed. nº 28
Setembro/2004

Ed. nº 34
Abril/2005

Ed. nº 54
Jan-Fev/2007

Ed. nº 68
Maio/2008

Ed. nº 92
Julho/2010



O MEIO AMBIENTE PEDE ESPAÇO

Análise: Dra. Margarete Boteon

VANTAGENS

- ▶ A água é um dos principais insumos para a produção de hortifrutícolas. O Brasil apresenta um dos maiores potenciais de irrigação do mundo;
- ▶ Pequenos produtores têm a possibilidade de compor parte da Reserva Legal (RL) com o plantio de árvores frutíferas desde que cultivadas junto a espécies nativas;
- ▶ A proposta em discussão para a mudança do código ambiental é mais favorável a produtores de menor escala – maioria dos hortifruticultores;
- ▶ A maioria dos produtores é consciente da sua responsabilidade de preservar o meio ambiente e dos benefícios disso às gerações futuras.

OPORTUNIDADES

- ▶ Os sistemas mais modernos de irrigação (como a microaspersão) podem economizar a quantidade da água usada e melhorar a sua eficiência na produção;
- ▶ O aumento do apelo dos consumidores por produtos “verdes”, que respeitem o meio ambiente, gera oportunidade para se agregar valor à produção hortifrutícola.

DESVANTAGENS

- ▶ As tecnologias de irrigação por microaspersão são de custo elevado para a maioria dos produtores;
- ▶ No médio prazo, muitos produtores terão dificuldades de obter outorga para uso da água em localidades próximas a grandes centros urbanos;
- ▶ O desconhecimento da legislação e os elevados custos de implantação de Reserva Legal dificultam o cumprimento integral da lei;
- ▶ A conservação da vegetação nativa limita a área disponível para o cultivo.

AMEAÇAS

- ▶ Mesmo com grande potencial de expansão da área irrigada no País como um todo, é distinta a disponibilidade de água nas diferentes bacias hidrográficas;
- ▶ Em junho de 2011, vence a prorrogação do prazo de implementação da Reserva Legal (RL), previsto no Decreto nº 6.514, de 22 de julho de 2008. Se a legislação não for revista, o produtor terá de se adequar ao previsto anteriormente. Caso contrário, terá punições.

Veja as duas edições que abordam especificamente o uso que o setor faz dos recursos naturais. Modificações no código florestal podem ocorrer em breve.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 01
Maio/2002



Ed. nº 33
Março/2005



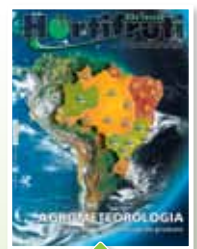
Ed. nº 38
Agosto/2005



Ed. nº 43
Jan-Fev/2006



Ed. nº 60
Agosto/2007



Ed. nº 87
Jan-Fev/2010

Parabéns à **Hortifruí Brasil** pela **edição nº100**.
A Eagle tem muito orgulho em participar dessa história de sucesso.



Fixco



www.eaglesementes.com.br



CUSTO BRASIL*: UM DOS ENTRAVES PARA O AVANÇO DO SETOR

Análise: Larissa Gui Pagliuca

VANTAGENS

- ▶ Boas condições de transporte (estradas e portos) aliadas ao correto acondicionamento do hortifrutícola (cadeia do frio) tornam o escoamento da produção mais rápido, com melhor qualidade e favorece o planejamento sobre o melhor momento de ofertar;
- ▶ Melhorias na qualidade da mão-de-obra através de práticas de gestão de pessoas permitem reduzir falhas administrativas e ajudam no recrutamento e treinamento do pessoal, elevando o comprometimento dos funcionários;
- ▶ A terceirização da mão-de-obra pode reduzir custos, aumentando a competitividade da fazenda.

OPORTUNIDADES

- ▶ A exploração de outros modais, como o aéreo, pode agregar mais valor à fruta;
- ▶ Os condomínios rurais são uma saída para a legalização do trabalho temporário que, inclusive, é incentivada pelo Ministério Público do Trabalho;
- ▶ Adquirir os fertilizantes fora do período de pico de demanda do setor de grãos, que é no terceiro trimestre, é uma das formas de reduzir o preço pago.

DESVANTAGENS

- ▶ A má condição das rodovias eleva perdas, gera atrasos na entrega e interfere no planejamento da venda;
- ▶ A ausência e/ou a quebra da cadeia do frio reduz o tempo de prateleira do produto;
- ▶ Enquanto nas boas estradas os pedágios elevam os custos logísticos, nas piores, os buracos e a falta de segurança encarecem o frete;
- ▶ A maioria das atividades na hortifruticultura é manual e não pode ser substituída por máquinas. A mão-de-obra representa uma elevada parcela dos custos de produção.

AMEAÇAS

- ▶ Estradas e portos deficientes aumentam os custos e prejudicam a competitividade externa da fruticultura;
- ▶ Baixa qualificação da mão-de-obra disponível limita a produtividade e qualidade do produto;
- ▶ A legislação trabalhista está cada vez mais rigorosa e com novas exigências, onerando o custo de produção;
- ▶ O Brasil está entre os que mais consomem fertilizantes, porém não é um grande produtor desse insumo, tornando-se dependente das importações (sobretudo de fósforo e nitrogênio).

O Custo Brasil é retratado nestas duas edições, que mostram a deficiência da logística como um dos entraves para o avanço no setor e melhoria da competitividade no exterior.

* Custo Brasil refere-se à precariedade da infraestrutura, às dificuldades de mão-de-obra e à elevada carga tributária que as empresas brasileiras enfrentam, diminuindo sua competitividade no mercado global.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 23
Abril/2004



Ed. nº 50
Setembro/2006



Ed. nº 54
Jan-Fev/2007



Ed. nº 71
Agosto/2008



Ed. nº 77
Março/2009



Ed. nº 98
Jan-Fev/2011

A UNIÃO PEDE MAIS FORÇA

Análise: Daiana Braga

VANTAGENS

- ▶ O desenvolvimento do setor está nas mãos de empreendedores. São produtores, beneficiadores, atacadistas e exportadores que têm a capacidade individual de assumir elevados riscos;
- ▶ O setor reúne produtores com muita força de vontade, empenhados e orgulhosos do que fazem;
- ▶ Há algumas linhas de financiamento para investimento no setor; as principais são obtidas através do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), para aquisição de maquinário, inclusive equipamentos de irrigação;

OPORTUNIDADES

- ▶ O perfil típico dos empreendedores hortifrutícolas (que gerenciam culturas de alto risco e intensivas em capital) é apto a mudanças;
- ▶ Segmentos mais organizados da hortifruticultura podem se beneficiar de políticas agrícolas diferenciadas, como é o caso da Linha Especial de Crédito (LEC) e o Prêmio de Escoamento do Produto (PEP);
- ▶ É importante que os produtores pensem nos sucessores para o negócio. Independentemente do tamanho, o atual administrador deve planejar a sua sucessão na empresa, estimular os filhos a valorizá-la e a expandir o que os pais construíram.

DESVANTAGENS

- ▶ O setor é caracterizado por baixo índice de união. São poucas as organizações e cooperativas representativas no setor;
- ▶ Os produtores não têm hábito de trabalhar em conjunto, suas ações são muito individualizadas;
- ▶ Pouca disponibilidade de crédito, elevada burocracia para obtenção e ainda falta de informação sobre o acesso aos programas públicos e privados limitam os investimentos do setor;
- ▶ A política de crédito para custeio na fruticultura é maior que na horticultura. No entanto, ambos, apresentam reduzida disponibilidade de crédito quando comparada com as grandes culturas.

AMEAÇAS

- ▶ O baixo índice de união dificulta a apresentação de demandas comuns do setor junto ao governo e também sua representatividade no âmbito político;
- ▶ A falta de organização dos pequenos e médios produtores pode inviabilizar sua continuidade na cultura no longo prazo por conta da dificuldade individual do acesso a tecnologia e a mercados;
- ▶ Apesar de a maioria dos hortifruticultores produzir em área inferior a 4 módulos fiscais, o alto valor agregado do produto e o número de funcionários limitam o acesso às linhas de crédito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf).

* O Capital Social na hortifruticultura refere-se ao potencial dos produtores em se organizar formal e informalmente para gerar melhorias para o grupo e para a comunidade como um todo. Já o financeiro refere-se à disponibilidade de crédito para investimentos no setor.

A edição trata do planejamento de longo prazo que a família deve seguir para formar um sucessor para seus negócios.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 06
Outubro/2002



Ed. nº 16
Agosto/2003



Ed. nº 25
Junho/2004



Ed. nº 34
Abril/2005



Ed. nº 55
Março/2007



Ed. nº 76
Jan-Fev/2009



O QUE NÃO É MEDIDO, NÃO É ADMINISTRADO

Análise: Fernando Capello,
Gabriela Carvalho da Silva Mello e Rodrigo Nardini

VANTAGENS

- ▶ Elucidação dos pontos críticos do custo de produção, melhora a fundamentação para as tomadas de decisão;
- ▶ Ferramentas como as fichas de campo auxiliam o produtor a ter um levantamento de seus gastos de forma mais precisa, favorecendo também a gestão da propriedade e a aquisição correta de máquinas, equipamentos e outros insumos.

OPORTUNIDADES

- ▶ A apuração correta do custo de produção e a minimização dos riscos de fluxo de caixa são as ferramentas básicas da gestão sustentável, isto é, que proporciona a manutenção do produtor na atividade, prosperando economicamente;
- ▶ A apuração correta do custo possibilita avaliar melhor as alternativas de uso do excedente financeiro (lucro) ou de captação de recursos externos. Isto é, além de levar em conta os gastos com a cultura, o produtor deve incorporar nas planilhas de custo os gastos administrativos, depreciação e custo de oportunidade.

DESVANTAGENS

- ▶ Na maioria das vezes, o produtor encara a atividade rural como um meio de vida e não como um negócio;
- ▶ O detalhamento necessário para o preenchimento correto das planilhas de custos muitas vezes desanima o produtor, mas o resultado se prova compensador.

AMEAÇAS

- ▶ Safras de preços abaixo do custo de produção podem trazer fortes prejuízos aos produtores que não têm um correto controle do seu fluxo de caixa nem mecanismo de reserva financeira para se proteger de riscos de preços;
- ▶ Uma menor parcela dos produtores faz corretamente o levantamento dos custos de produção da sua propriedade. Isso significa que muitos não apuram corretamente o lucro econômico da cultura.

Essas duas edições foram um marco para a Hortifruti Brasil e nortearam as pesquisas da equipe sobre a temática custo de produção.

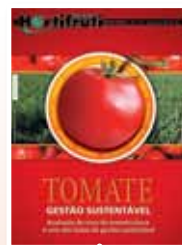
PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 56
Abril/2007



Ed. nº 68
Maio/2008



Ed. nº 91
Junho/2010



Ed. nº 93
Agosto/2010



Ed. nº 95
Outubro/2010



Ed. nº 96
Novembro/2010

Sinal fechado
para doenças.



Atenção!
Cabrio® Top
é prevenção.



Passagem livre
para aumentar
seus lucros.



Produto registrado no Ministério da Agricultura como Cabrio® Top.

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.



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

Cabrio® Top com benefícios AgCelence®.

1 escolha, 3 soluções:
maior proteção, melhor produtividade
e maximização da qualidade
de cada pimentão.

BASF
The Chemical Company



FAÇA ANTES QUE SEU CLIENTE EXIJA!

Análise: Helena Galeskas e Thais Massoti Menegazzo

VANTAGENS

- ▶ Em geral, a qualidade da fruta certificada é melhor e a sua produção mais sustentável. A maioria dos protocolos e certificações preza pela segurança do alimento, profissionalização da propriedade, bem-estar social da comunidade local e minimização dos danos ambientais;
- ▶ Permite a melhor organização da fazenda e a qualificação da mão-de-obra;
- ▶ A venda externa é facilitada.

OPORTUNIDADES

- ▶ A certificação é um passaporte para atender compradores mais exigentes, especialmente no mercado externo;
- ▶ No Brasil, as grandes redes começam também a implantar protocolos de Boas Práticas Agrícolas, permitindo a fidelização do fornecedor junto ao supermercado;
- ▶ O uso mais amplo da gestão da qualidade nas propriedades hortifrutícolas permitiria maior profissionalização e modernização da cadeia como um todo.

DESVANTAGENS

- ▶ Aquisição da certificação é um processo burocrático e de elevado custo para a implantação da certificação, especialmente para os pequenos e médios produtores;
- ▶ O mercado internacional ainda não aceita a certificação nacional da Produção Integrada de Frutas (PIF);
- ▶ Falta informação a respeito dos selos disponíveis no mercado e dos processos de certificação.

AMEAÇAS

- ▶ A exigência sobre o tipo de certificação é do comprador, especialmente do externo. Assim, o produtor/exportador que atende a diversos compradores internacionais normalmente tem que se adequar a mais de um selo. Além disso, constantemente surgem novos selos e novas exigências. O produtor tem, então, que se adequar a novos protocolos continuamente;
- ▶ O uso do selo não é garantia de agregação de valor ao produto. O consumidor (externo ou interno) ainda pouco reconhece ou diferencia o produto pelo seu certificado.

Essa edição avalia os protocolos de gestão da qualidade do produto como um aprimoramento profissional da fazenda – e não apenas como forma de atender os interesses do comprador.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 11
Março/2003



Ed. nº 22
Março/2004



Ed. nº 39
Setembro/2005



Ed. nº 48
Julho/2006



Ed. nº 83
Setembro/2009



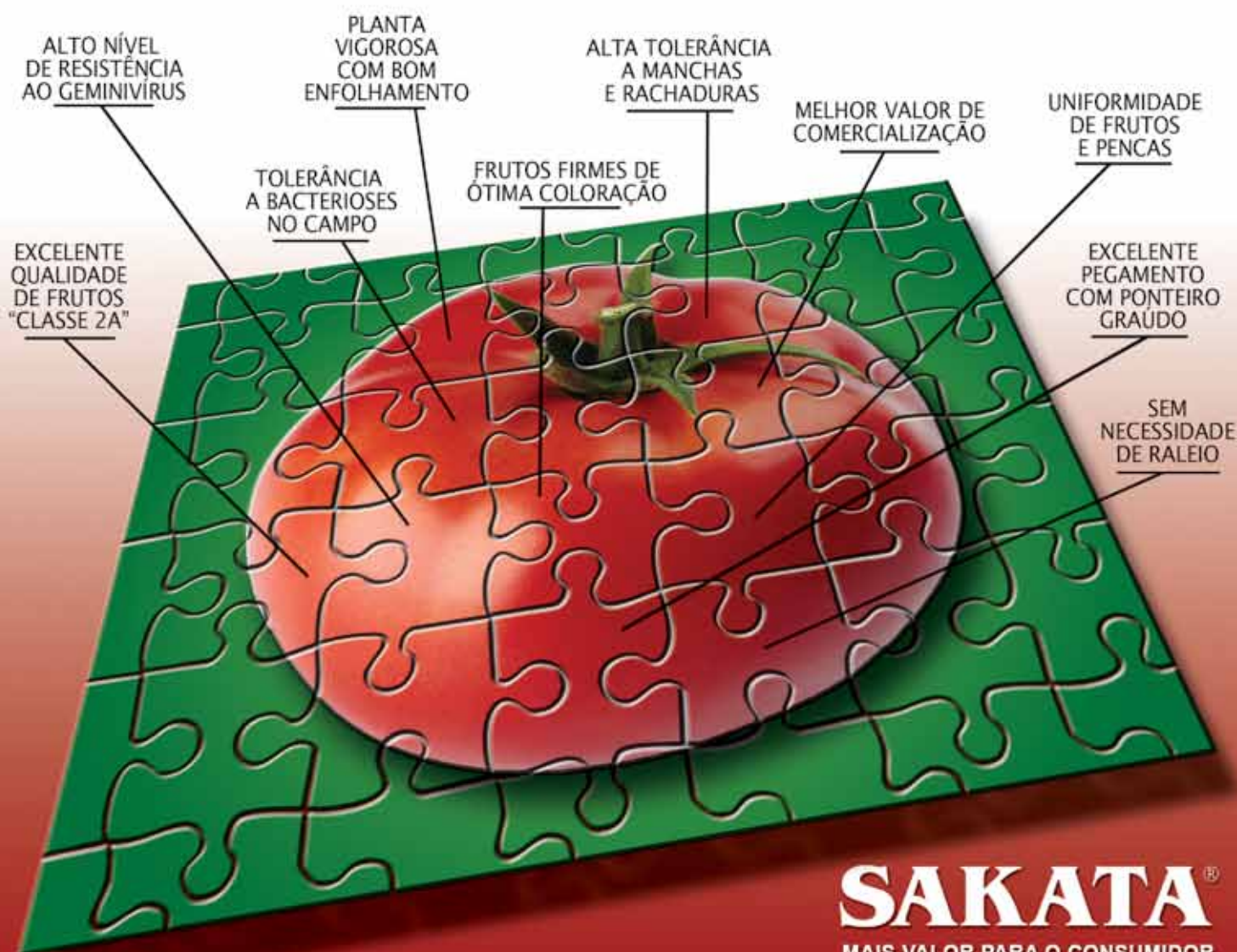
Ed. nº 99
Março/2011

Ivety

Esta é a solução
do quebra-cabeças
do Geminivírus

Pesquisado e desenvolvido pela SAKATA para as condições brasileiras de produção, o novo híbrido de tomate tipo salada IVETY é a solução para enfrentar o Geminivírus com lucratividade.

IVETY - A Solução Completa.



SAKATA®

MAIS VALOR PARA O CONSUMIDOR
MAIS VALOR PARA O PRODUTOR®



SETOR ABRAÇA A TECNOLOGIA

Análise: Aline Rodrigues, Luana Manarim e Marcella Menten

VANTAGENS

- ▶ Adquirir novas variedades, provenientes do melhoramento genético convencional ou transgenia, é uma das formas de reduzir a incidência de pragas e doenças e incrementar a produtividade;
- ▶ O uso de técnicas de pós-colheita reduz as perdas quantitativas e qualitativas dos hortifrutícolas;
- ▶ Contratar profissionais experientes e seguir a risca às recomendações por eles passadas diminuem os custos e maximizam a receita;
- ▶ Os produtos minimamente processados e os orgânicos são os que obtêm os maiores preços no setor.

OPORTUNIDADES

- ▶ Investir em novas variedades, levando em conta as aptidões agrônomicas, como produtividade e resistência a pragas e a doenças e, principalmente, as preferências do consumidor moderno, é uma das formas de desenvolver o setor;
- ▶ Mobilizar as universidades, centros de pesquisa e extensionistas para ampliar a divulgação de estudos acadêmicos para a comunidade hortifrutícola;
- ▶ Formação de agrônomos com conhecimento específico em hortaliças e frutas pode contribuir para a implementação de novas tecnologias no setor.

DESVANTAGENS

- ▶ Há carência de pesquisa e difusão dos resultados do meio acadêmico relacionados ao setor hortifrutícola para os produtores;
- ▶ A influência do vizinho ou do amigo é maior nas decisões do produtor do que as recomendações do engenheiro agrônomo. Muitas vezes, a falta de conhecimento específico na área por parte do agrônomo leva o produtor a não confiar em sua recomendação;
- ▶ Há dificuldade de produzir regularmente os orgânicos. A produtividade e a qualidade são normalmente inferiores às da agricultura convencional.

AMEAÇAS

- ▶ Há uma reação negativa por parte dos consumidores (especialmente os europeus) quanto aos alimentos transgênicos;
- ▶ São poucos os órgãos públicos que investem em melhoria genética na área de frutas e hortaliças adaptadas as condições edafoclimáticas do País e as pesquisas privadas são ainda mais escassas, limitando oferta de novas variedades/cultivares ao setor.

Apesar de muitos avanços, a difusão da tecnologia no campo ainda é limitada. Essa edição resume muito bem os erros agrônomicos comuns do produtor.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 05
Setembro/2002



Ed. nº 09
Janeiro/2003



Ed. nº 29
Outubro/2004



Ed. nº 70
Julho/2008



Ed. nº 82
Agosto/2009



Ed. nº 85
Novembro/2009



O PAÍS PRECISA DE UM PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Análise: Juliana Silveira e Rafael Tapetti

VANTAGENS

- ▶ Os hortifrutícolas são fundamentais para uma boa saúde. Pesquisas mostraram que o consumo regular de frutas e vegetais proporcionam proteção contra diversas doenças, inclusive o câncer;
- ▶ As frutas e hortaliças são ótimas fontes de vitaminas, minerais, fibras, antioxidantes e fotoquímicos. Além disso, ajudam a manter o corpo em forma, já que possuem baixas calorias e não contêm colesterol;
- ▶ O crescimento do mercado de bebidas de frutas industrializadas tem contribuído para desenvolver um canal alternativo para a fruticultura brasileira: o de processamento da fruta.

OPORTUNIDADES

- ▶ A melhoria do poder aquisitivo do brasileiro pode estimular a aquisição de frutas e hortaliças;
- ▶ Promover o consumo de frutas e hortaliças é uma das principais formas de escoamento da produção;
- ▶ Investir em informação quanto aos benefícios à saúde dos hortifrutícolas ao consumidor é fundamental;
- ▶ Melhorar a imagem do setor quanto ao uso correto de defensivos, divulgando a adoção de programas de produção integrada e o respeito à carência dos prazos de aplicação dos insumos;
- ▶ Estimular a criação de leis federais que controlem a comercialização de alimentos nutricionalmente inadequados nas escolas e que regulamentem as estratégias de propaganda, especialmente as dirigidas a crianças e a adolescentes.

DESVANTAGENS

- ▶ O brasileiro come mal e está ganhando peso. O cardápio dos brasileiros, no geral, é rico em alimentos com alto teor de açúcar e pobre em frutas e hortaliças;
- ▶ Pesquisas apontam que os jovens em idade escolar consomem mais guloseimas nas escolas do que frutas;
- ▶ O consumidor, muitas vezes, baseia-se apenas no aspecto visual e pouco se atenta aos benefícios à saúde. A falta de informação a respeito da variedade/origem dos hortifrutícolas faz com que a aparência seja o principal atributo considerado na hora da compra;
- ▶ Pouca oferta de sucos industrializados. A maioria das bebidas de frutas comercializadas no mercado doméstico é diluída em água ou em leite de soja.

AMEAÇAS

- ▶ A imagem do setor, muitas vezes, é prejudicada devido à contaminação por resíduos de defensivos acima do recomendável e ou pelo uso de ingredientes ativos não registrados para a cultura;
- ▶ Há uma idéia equivocada por parte do consumidor e mesmo de órgãos públicos quanto a hortifrutícolas serem "causadores de inflação" – devido à alta volatilidade de seus preços;
- ▶ A deficiente rede de distribuição dos hortifrutícolas pelo interior do País ou mesmo nas periferias das grandes cidades limita o aumento do consumo;
- ▶ Ainda há pouca diversidade de hortifrutícolas pronto para o consumo (minimamente processados).

Esta edição apresenta um retrato dos hábitos do consumidor e dos efeitos negativos da baixa ingestão de frutas e verduras sobre sua saúde.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 15
Julho/2003



Ed. nº 27
Agosto/2004



Ed. nº 32
Jan-Fev/2005



Ed. nº 41
Novembro/2005



Ed. nº 81
Julho/2009



Ed. nº 89
Abril/2010



AINDA NÃO ALCANÇAMOS A META: US\$ 1 BILHÃO/ANO COM A EXPORTAÇÃO DE FRUTAS

Análise: Isabella Lourencini e Leticia Julião

VANTAGENS

- ▶ O Brasil possui terra, água e condições climáticas favoráveis para o cultivo de praticamente todo tipo de frutas e hortaliças;
- ▶ Tem condições de produzir na entressafra dos principais países consumidores e produtores;
- ▶ Há várias empresas nacionais já adaptadas aos principais protocolos de segurança e de certificações socioambientais exigidos na Europa e nos Estados Unidos;
- ▶ Produtores e exportadores estão mais profissionais, com boa noção de calendário de exportação e das melhores oportunidades de envio da fruta.

OPORTUNIDADES

- ▶ Possibilidade de direcionar a colheita em períodos de pouca oferta no mercado internacional;
- ▶ Investir no mercado de frutas exóticas;
- ▶ Ampliar os países compradores, principalmente entre os emergentes, como Rússia, Índia e China;
- ▶ A presença de frutas e hortaliças importadas pode estimular a produção no País de variedades que ainda não são tradicionais por aqui;
- ▶ Investir mais em transporte aéreo pode diminuir os problemas de pós-colheita das frutas e hortaliças.

DESVANTAGENS

- ▶ Logística deficiente para o mercado externo. As estradas são precárias e a infraestrutura para a logística internacional conta com baixa tecnologia, além de ser elevada a burocracia;
- ▶ Alto custo de frete, especialmente do marítimo;
- ▶ Barreiras técnicas e fitossanitárias, como as referentes à precaução contra a entrada de vetores de pragas quarentenárias em alguns países e de produtos contendo resíduos restritivos;
- ▶ A falta de vontade política em estabelecer uma agenda de negociações bilaterais também limita os negócios.

AMEAÇAS

- ▶ Real valorizado, aliado à queda da atividade econômica dos países mais ricos, inibe as vendas brasileiras;
- ▶ Custo Brasil diminui a competitividade do setor. Além da questão logística, a elevada carga tributária encarece o produto nacional;
- ▶ Novos pólos de produção, como o Peru, com latitude muito próxima à do Vale do São Francisco, pode elevar a concorrência externa;
- ▶ O crescimento do poder de consumo do brasileiro deve atrair frutas e hortaliças importadas.

Essas três edições avaliam a competitividade brasileira no mercado global.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 26
Julho/2004



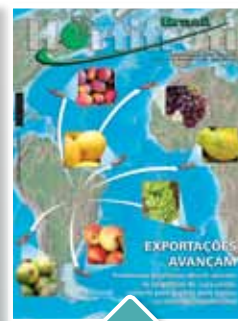
Ed. nº 45
Abril/2006



Ed. nº 51
Outubro/2006



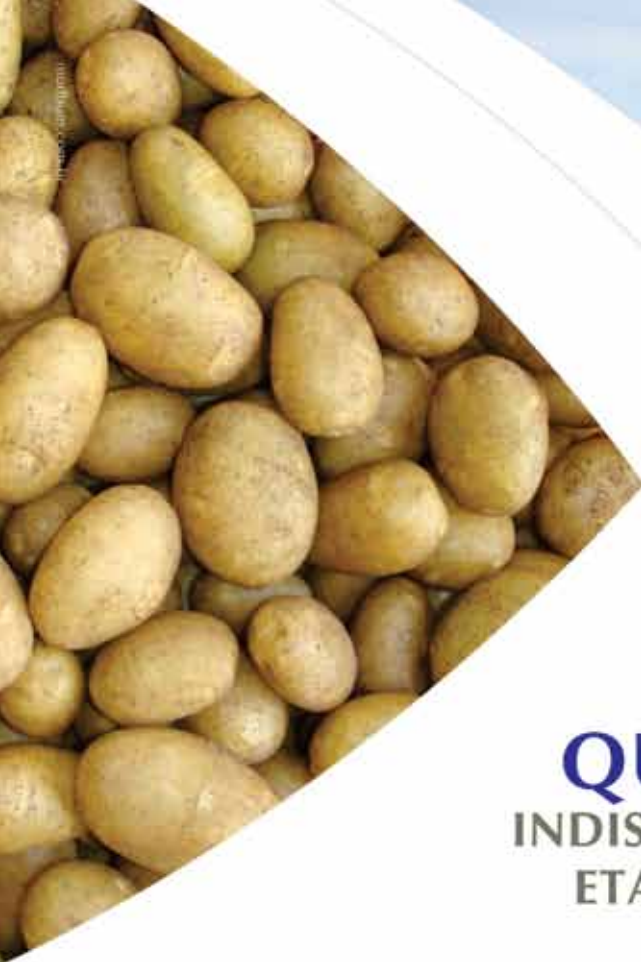
Ed. nº 40
Outubro/2005



Ed. nº 63
Novembro/2007



Ed. nº 73
Outubro/2008



QUALIDADE. INDISPENSÁVEL EM CADA ETAPA DO PLANTIO.

Para manter o alto nível de qualidade em sua plantação,
Roberto Isao Sato, produtor rural,
realiza grandes investimentos há mais de 3 décadas.

“Meus clientes são exigentes, por isso, confio em Kasumin há mais
de 30 anos. Sem dúvida, é o bactericida mais eficiente do
mercado. E fico ainda mais tranquilo porque a Arysta me atende
com rapidez, com suporte técnico bem preparado, sempre à
disposição”, relata Sr. Roberto Isao Sato.

Kasumin

O bactericida que cicatriza.

ATENÇÃO


Este produto é perigoso à saúde humana, animal
e ao meio ambiente. Leia atentamente o rótulo e o rótulo interno
as instruções contidas no rótulo, e utilize no sentido
destes avisos de segurança e de prevenção
individual, coletiva e ambiental, e utilização do produto
para fins de saúde.

CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO
VENÇA SOB REGISTRO
AGRONÔMICO.



Arysta LifeScience

www.arystalifescience.com.br



A dose certa de proteção que a sua lavoura precisa.

**Curzate® BR é prevenção contra
a requeima e o míldio.**

BENEFÍCIOS

- Alta eficácia na prevenção – ativa as defesas naturais da planta
- Plantas saudias e boa produtividade
- Ação sistêmica local, com alto poder de penetração na folha
- Ação antiesporulante – evita o desenvolvimento e disseminação de doenças
- Mais praticidade: basta colocar o saco solúvel na água e realizar a pré-mistura
- Mais economia: maior aproveitamento do produto, sem desperdício
- Seletividade: ideal para o gerenciamento de resistência dos fungos

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.**



Faça o Manejo Integrado de Pragas.
Descarte corretamente as embalagens e restos do produto.

Copyright 2009 DuPont de Nemours & Co. Todas as demais marcas e nomes de produtos são marcas registradas de DuPont.

DuPont™ Curzate® BR

fungicida

Curzate® BR. A vacina da sua lavoura.

Tele DuPont Agrícola
0800-707-5517
www.dupontagricola.com.br



Os milagres da ciência



PRODUTOR & COMPRADOR: UNIDOS PELO CONSUMIDOR

Análise: Ednaldo Borgato e Fernanda Geraldini

VANTAGENS

- ▶ Mais importante que o investimento em marca são a qualidade do produto e o serviço oferecido pelo produtor/atacadista. As principais "marcas" do setor hortifrutícola são os próprios nomes dos empresários;
- ▶ O distribuidor, as unidades de processamento mínimo, a agroindústria e os supermercados são, cada vez mais, importantes parceiros do segmento produtor de frutas e hortaliças;
- ▶ As principais estratégias das grandes redes de supermercados auxiliam na modernização do mercado brasileiro de frutas e hortaliças. Essas empresas estão mais próximas dos consumidores e capazes de comercializar um produto diferenciado e de alto valor agregado.

OPORTUNIDADES

- ▶ O marketing institucional funciona muito bem no setor hortifrutícola. A diferença básica é que a promoção genérica estimula o produto, e não a marca;
- ▶ O aumento na demanda por produtos com conveniência e praticidade – alimentos congelados, porções individuais e *snacks* (lanches rápidos) –, confiáveis, seguros, que promovam o bem-estar e ajam com ética, são as principais formas de diferenciação e agregação de valor dos hortifrutícolas no momento;
- ▶ A agroindústria, os supermercados e os serviços de alimentação são segmentos em expansão e representam uma alternativa de venda da produção hortifrutícola. A demanda por processados (praticidade) e refeições fora do lar é crescente.

DESVANTAGENS

- ▶ A falta de organização do setor limita os investimentos coletivos para a promoção de frutas e hortaliças ao consumidor, principalmente brasileiro;
- ▶ Há exigência da entrega de um volume elevado por parte das agroindústrias e dos supermercados. Além disso, os serviços de alimentação exigem diversidade de produtos e logística sofisticada de entrega. Dessa forma, é limitada a relação desses compradores com o pequeno e médio produtor;
- ▶ As centrais de abastecimento (ceasas) têm grandes problemas para alterar e tornar mais moderna sua dinâmica de comercialização. Elas vêm perdendo espaço para grandes redes supermercadistas, que começaram a investir em suas próprias centrais de distribuição.

AMEAÇAS

- ▶ Há forte tendência de concentração do mercado varejista através da consolidação das grandes redes do varejo. Isso pode diminuir muito o poder de barganha dos produtores frente aos supermercados;
- ▶ As centrais de abastecimento estão defasadas tecnicamente e agregam pouco valor ao produto;
- ▶ A relação contratual e o ambiente de negócios entre as agroindústrias e os produtores, muitas vezes, não são transparentes e, dependendo do poder de barganha, podem colocar o produtor em desvantagem. A tendência também é de concentração das agroindústrias, a exemplo do varejo. ■

Como agregar valor aos hortifrutícolas?
5 pontos são apresentados como fundamentais nesta edição
para a diferenciação do produto.

PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 12
Abril/2003



Ed. nº 30
Novembro/2004



Ed. nº 52
Novembro/2006



Ed. nº 78
Abril/2009



Ed. nº 93
Agosto/2010



Ed. nº 94
Setembro/2010