

Hortifruti

EDIÇÃO COMEMORATIVA 100 EDIÇÕES
Ano 9 - Nº 100 - Abril de 2011 - ISSN 1981-1837



100 EDIÇÕES DA HORTIFRUTI BRASIL

*Um compêndio dinâmico da
hortifruticultura nacional*

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA POR QUANTIDADE
www.celpea.com.br/hortifruti

Ampligo. seu aliado contra as pragas.

Ampligo é o inseticida, da Syngenta, que elimina as piores lagartas da soja, milho, batata, tomate e algodão. Um produto inovador que representa um novo patamar no combate às pragas e um grande aliado do produtor.



Restrição de uso no Estado do Paraná. Consulte a bula do produto.

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.



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.syngenta.com.br



 **Ampligo**[®]

syngenta.

O MAIS RECOMPENSADO AOS NOSSOS



Daiana Braga,
editora executiva da Hortifruti Brasil

Descrever em poucas páginas o que representa a **Hortifruti Brasil** para mim é mais difícil do que planejar uma edição inteira! O aprendizado que obtive em análise de mercado combinado ao convívio com a equipe desde 2003 representou uma formação adicional à de jornalista. A experiência foi muito prazerosa e me tornei editora executiva da revista a partir de 2008. É um trabalho em que todo mês se repete um processo intenso de elaboração e formatação de conteúdo, exaustivo por vezes, mas, ao final, tudo se resolve, com uma nova edição pronta!

A maior satisfação em trabalhar neste projeto é fazer parte de uma equipe que não mede esforços para levar informações do mercado de frutas e hortaliças para todo o Brasil.

Essas informações são coletadas diretamente com quem movimenta o

mercado e faz parte da comunidade hortifrutícola. Atualmente, 1.045 profissionais – produtores, atacadistas e exportadores – são colaboradores da **Hortifruti Brasil**. Esse contato com o setor iniciou em 2001. Todas as informações coletadas passam por uma criteriosa análise dos nossos pesquisadores que elaboram o conteúdo publicado na revista.

Essa interação não se restringe aos nossos colaboradores, estendendo-se aos fiéis leitores da publicação. Todas as críticas, sugestões e elogios dos nossos leitores são avaliadas e, sempre que possível, incorporadas nas nossas análises ou mesmo aproveitadas nas matérias.

Para brindar, nada melhor do que prover mais informações aos nossos leitores. Assim, a nossa equipe se recrutou para ler e analisar todas as 99 edições

A COMUNIDADE HORTIFRUTÍCOLA É QUEM FAZ A REVISTA



A **Hortifruti Brasil** é o resultado do contato direto da equipe com os colaboradores: produtores, atacadistas, exportadores, etc. O início das pesquisas foi em 2011 e, a primeira publicação da **Hortifruti Brasil**, em maio de 2002. Todas as informações publicadas passam por uma criteriosa análise dos nossos analistas.

OR É LEVAR INFORMAÇÕES OS LEITORES!

já publicadas e extrair delas os principais resultados das nossas pesquisas nas áreas econômica, social e ambiental. Os resultados dessa panorâmica sobre os avanços do setor nos últimos 9 anos e o que ainda é necessário para sustentar esse crescimento você confere na *Matéria de Capa* desta edição.

Diante do trabalho realizado até esta edição nº 100, não tem como não ressaltar o empenho da Dra. Margarete Boteon, a grande “professora” desse meu aprendizado na **Hortifruti Brasil**, com todo seu dinamismo, competência, experiência e seu incansável trabalho para manter a harmonia e o andamento das atividades de toda uma equipe.

Também agradeço a toda equipe, pelo esforço de cada um para a elaboração de cada edição; às jornalistas do Cepea Ana Paula Silva, Alessandra da Paz e Flávia Gutierrez, que ajudam a tornar a linguagem da revista mais objetiva aos leitores; ao pesquisador João Paulo Bernardes Deleo, analista de mercado e de custo de produção do Cepea que viu a revista **Hortifruti Brasil** nascer, participou de todas as edições e hoje viaja pelo Brasil pesquisando e levando informações aos agentes do setor; a todos os outros integrantes do Cepea, em especial ao coordenador Geraldo Sant’Ana de Camargo Barros, que direta ou indiretamente, fazem parte da família **Hortifruti Brasil**; ao pessoal da agência ênfase, por nos proporcionar belas artes ao longo das páginas.

E, em nome de toda a equipe, quero agradecer aos nossos parceiros, que sempre depositaram confiança em nosso trabalho e nos apóiam financeiramente, viabilizando a realização das pesquisas e entrega gratuita aos nossos leitores (veja quem são os nossos parceiros em 2011 na última página desta edição). E claro, não podemos nos esquecer de você, o nosso público-alvo, que movimenta o agronegócio brasileiro e que enriquece as nossas pesquisas!

Parabéns, **Hortifruti Brasil**! Que venham mais 100 edições!

**“É UMA
CONTRIBUIÇÃO
MUITO VALIOSA À
AGROPECUÁRIA
DESTE PAÍS!”**



Para mim, que acompanhei as primeiras reuniões que levaram à criação do grupo de pesquisa Hortifruti no Cepea, é um grande orgulho participar desta edição comemorativa. E o principal motivo não é a marca de 100 edições em si. O verdadeiro mérito diz respeito ao volume de pesquisa que foi realizado desde a primeira edição e o esforço “multimídia” da equipe para que todos os interessados se tornassem mais bem informados sobre o que é a hortifruticultura brasileira. Sem recursos de governo, a equipe liderada pela Dra. Margarete Boteon, composta por pós-graduandos e também por graduandos sempre competentes e empenhados, criou e mantém ativos a revista impressa, informativos semanais, a comunidade eletrônica, o blog e ainda o twitter da **Hortifruti Brasil**. Marcam presença também em todos os eventos relevantes do setor, ministrando seminários baseados em suas pesquisas. É, sem dúvidas, uma contribuição muito valiosa à agropecuária deste País à medida que se reduz as assimetrias de informação! Esta opinião não é somente minha. Ouço, com orgulho, elogios de brasileiros e estrangeiros que frequentemente visitam o Cepea e tomam conhecimento das nossas práticas de pesquisa e de comunicação. E pensar que lá no começo, quando poucos tinham e-mail, a equipe enviava seus boletins por fax e cartas impressas... Assim como eu, que tenho o prazer de ter revisado todas as matérias de capa já divulgadas pela revista **Hortifruti Brasil**, tantos outros colegas que passaram por este grupo de pesquisa, também se orgulham da história que está sendo construída. Da minha parte, só tenho a agradecer a oportunidade de integrar esse time. Parabéns, **Hortifruti Brasil**!

*Ana Paula Silva, jornalista responsável
pela comunicação do Cepea/Esalq-USP*

OPINIÃO



Certificações na Fruticultura

Não possuo nenhum tipo de certificação, mas interesse temos, sem dúvida. O mercado pede certificação, mas não reconhece via remuneração o esforço da certificação e o custo que ela implica. Muitos produtores de limão que tinham GLOBALG.A.P estão deixando a certificação. O mercado exige demais e remunera pouco. Exportação com dólar na casa de R\$ 1,60 é inviável;

os custos de embalagem e frete entre outros estão muito altos; nem mesmo a crise no Norte da África e Oriente Médio, nem a catástrofe no Japão fizeram o câmbio subir. A maioria dos produtores olha para o mercado interno, onde certificação ainda é apenas um termo.

**João Marcos Cavalheiro de Sousa –
Bandeirantes/PR**

ÍNDICE

CAPA 08



A equipe **Hortifruti Brasil** avaliou os principais temas abordados nas 99 edições da publicação.

FÓRUM 40

Leia a entrevista da leitora **Silvia Nishikawa** e como ela utiliza as informações da revista em sua propriedade. Frases marcantes declaradas ao longo das edições também são destacadas no Fórum.

SEÇÕES

CENOURA  **26**

TOMATE  **28**

BATATA  **29**

MELÃO  **30**

CEBOLA  **31**

CITROS  **32**

BANANA  **33**

MAMÃO  **34**

UVA  **35**

MAÇÃ  **36**

MANGA  **38**

EXPEDIENTE

A **Hortifruti Brasil** é uma publicação do **CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - ESALQ/USP**
ISSN: 1981-1837

Coordenador Científico:
Geraldo Sant' Ana de Camargo Barros

Editora Científica:
Margarete Boteon

Editores Econômicos:
João Paulo Bernardes Deleco, Larissa Pagliuca e Mayra Monteiro Viana

Editora Executiva:
Daiana Braga MTb: 50.081

Diretora Financeira:
Margarete Boteon

Jornalista Responsável:
Ana Paula da Silva MTb: 27.368

Revisão:
Alessandra da Paz, Daiana Braga e Flávia Gutierrez

Equipe Técnica:
Aline Mariana Rodrigues, Ednaldo Borgato, Fernanda Geraldini, Fernando Cappello, Gabriela Carvalho da Silva Mello, Helena Galeskas, Juliana Natália Custódio Silveira, Isabella Lourencini, Letícia Julião, Luana Kellen Manarim, Mayra Monteiro Viana, Marcella Moreira Menten, Margarete Boteon, Rafael Augusto Tapetti, Rodrigo Nardini e Thaís Massoti Menegazzo.

Apoio:
FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

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

Impressão:
Gráfica Modelo
19 3728-9000

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

A revista **Hortifruti Brasil** pertence ao Cepea

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



HORTIFRUTI BRASIL NA INTERNET

Acesse a versão on-line da **Hortifruti Brasil**
no site: www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil

Entre também no blog e no twitter:

 www.hortifrutibrasil.blogspot.com
 www.twitter.com/hfbrasil

ESCREVA PARA NÓS.

Envie suas opiniões, críticas e sugestões para:

Hortifruti Brasil - Av. Centenário, 1080 - Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)

ou para: hfbrasil@esalq.usp.br

A certificação, desde que feita por um órgão competente e idôneo, assegura ao comprador (atacadista, varejo ou consumidor final) a qualidade e segurança do produto, se o mesmo foi produzido de forma a preservar o meio ambiente, em condições sociais justas.

Adriana Prado – Fortaleza/CE

Seria importante não só a certificação, mas que fossem oferecidas oportunidades aos pequenos produtores de produzir com melhor qualidade, superando a dos países concorrentes. A minha preocupação é que a fruta certificada se torne acessível somente a um grupo restrito de consumidores, face aos altos custos, como acontece com os produtos orgânicos. Devemos ter cautela no desenvolvimento do processo de certificação.

Luiz Loiola de Aguiar – Brasília/DF

Tenho certificação de Boas Práticas Agrícolas e, futuramente, pretendo adotar a certificação socioambiental. O consumidor tem o direito de saber como está sendo produzido e o que ele vai consumir. Isso trará valor agregado à cadeia, mas este valor pertence realmente ao produtor: aquele que cuida do alimento.

Gilson Oliveira – Vargem/SP

Com o produto certificado, o consumidor terá mais confiança no que está adquirindo e nós, produtores, melhor comercialização. Tenho somente a parabenizar a revista pelas informações que tenho recebido.

João Batista de Carvalho – Palmas/TO

Tenho bastante interesse na certificação. Pretendemos certificar frutas (banana, açaí, cupuaçu) em Boca do Acre (AM) e Porto Velho (RO). Exportação é o caminho.

Adair Jesus Fébba – Itajubá/MG

Produzo dentro dos padrões orgânicos e estou tentando as certificações do Instituto Biodinâmico (IBD). Não vejo outra forma de produção que não seja a orgânica, mesmo que o governo brasileiro esteja completamente desajustado em relação à legislação vigente. Esta edição foi de extrema visão e muito apropriada para o momento. No Brasil, ainda impera a desinformação e esta publicação veio a calhar. Espero que continuem na mesma linha, sempre informando o produtor.

Paulo Hernandes – São José do Rio Preto/SP

Possuo certificação de Boas Práticas Agrícolas. A certificação deveria ser obrigatória. Muitos hortifrutis são vendidos com alto teor de contaminação, sem um controle mais apurado. No Brasil, ainda não se tem uma preocupação com a qualidade dos produtos. É preciso maior rigor na hora de colocar os produtos à venda.

José Loyo – Petrolina/PE

Cenoura é Nunhems



A Nunhems é a Especialista Global que desenvolve variedades híbridas para toda a cadeia produtiva. A Nunhems disponibiliza ao produtor as sementes das melhores cenouras que atendem aos mercados mais exigentes. Se você produz e comercializa cenouras com qualidade, então, a sua escolha é a Nunhems.

Colha conosco os melhores resultados!



EDIÇÕES D

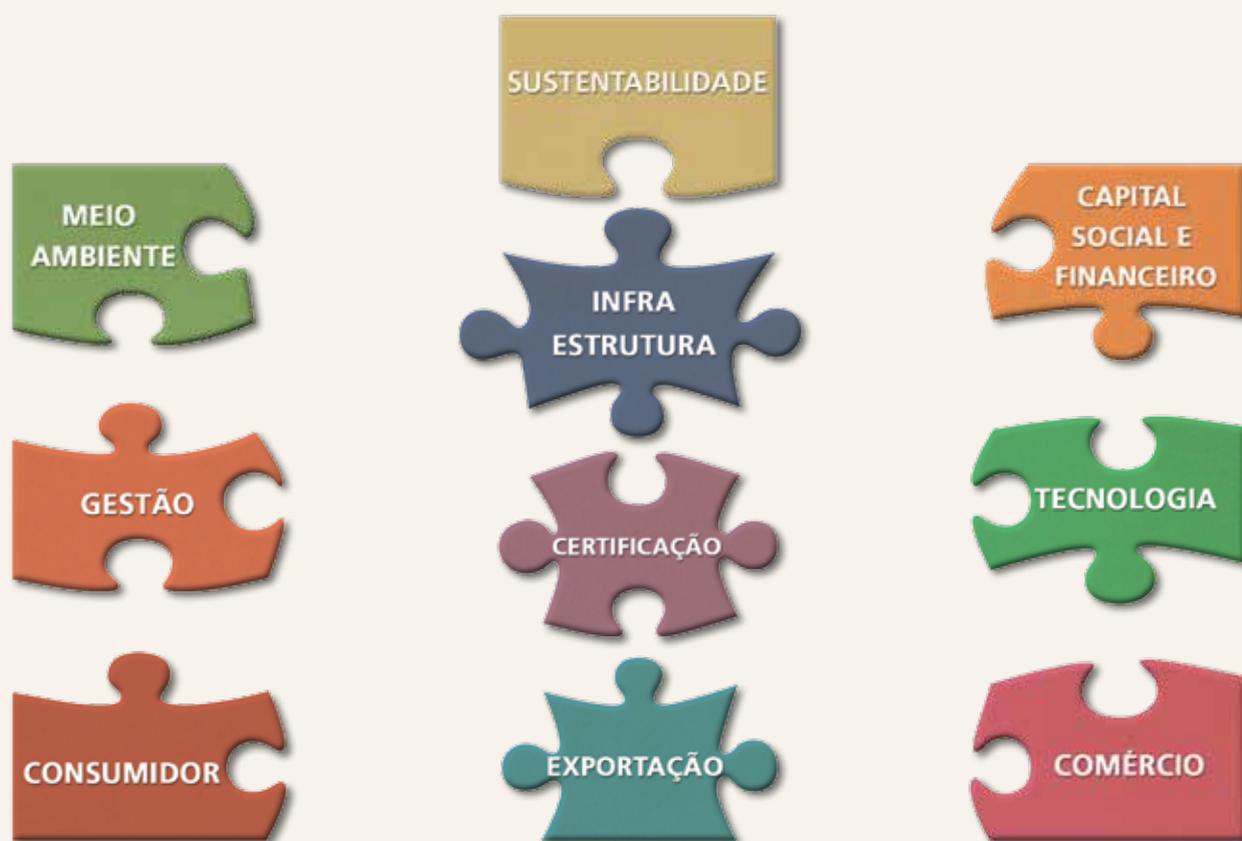
UM COMPÊNDIO DINÂMICO

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

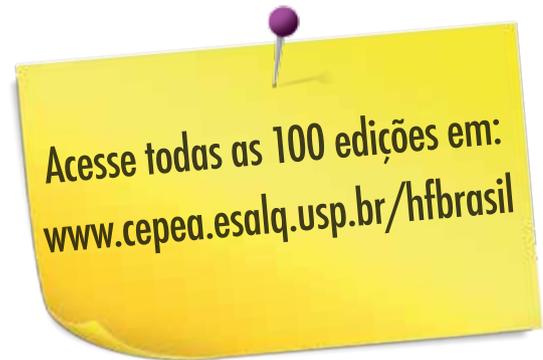


A HORTIFRUTI BRASIL

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

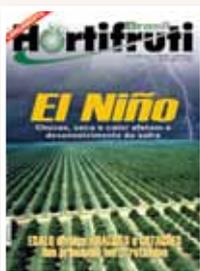
Ed. nº 56
Abril/2007

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

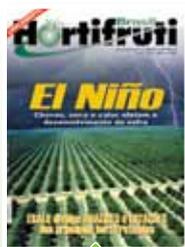
- ▶ As tecnologias de irrigação por microaspersão são de custo elevado para a maioria dos produtores;
- ▶ No médio prazo, muitos produtores terão dificuldades de obter outorga para uso da água em localidades próximas a grandes centros urbanos;
- ▶ O desconhecimento da legislação e os elevados custos 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



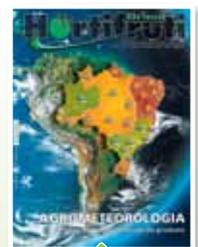
Ed. nº 38
Agosto/2005



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



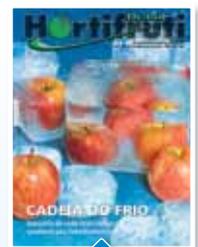
Ed. nº 54
Jan-Fev/2007



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.

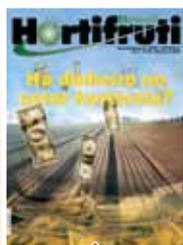
AMEAÇAS

- ▶ 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

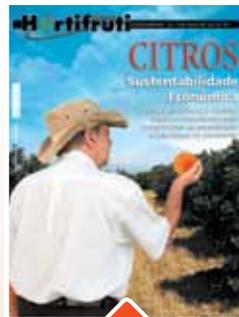
- ▶ Safras de preços abaixo do custo de produção podem trazer fortes prejuízos aos produtores que não têm um correto controle do seu fluxo de caixa nem mecanismo de reserva financeira para se proteger de riscos de preços;
- ▶ Uma menor parcela dos produtores faz corretamente o levantamento dos custos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

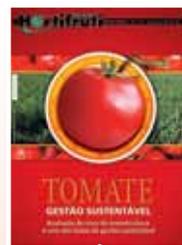
PRINCIPAIS EDIÇÕES



Ed. nº 56
Abril/2007



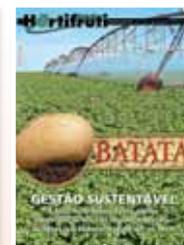
Ed. nº 68
Maio/2008



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

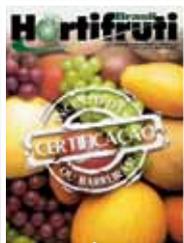
- ▶ Aquisição da certificação é um processo burocrático e de elevado custo para a implantação da certificação, especialmente para os pequenos e médios produtores;
- ▶ O mercado internacional ainda não aceita a certificação nacional da Produção Integrada de Frutas (PIF);
- ▶ Falta informação a respeito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

AMEAÇAS

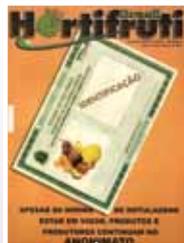
- ▶ A exigência sobre o tipo de certificação é do comprador, especialmente do externo. Assim, o produtor/exportador que atende a diversos compradores internacionais normalmente tem que se adequar a mais de um selo. Além disso, constantemente surgem novos selos e novas exigências. O produtor tem, então, 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



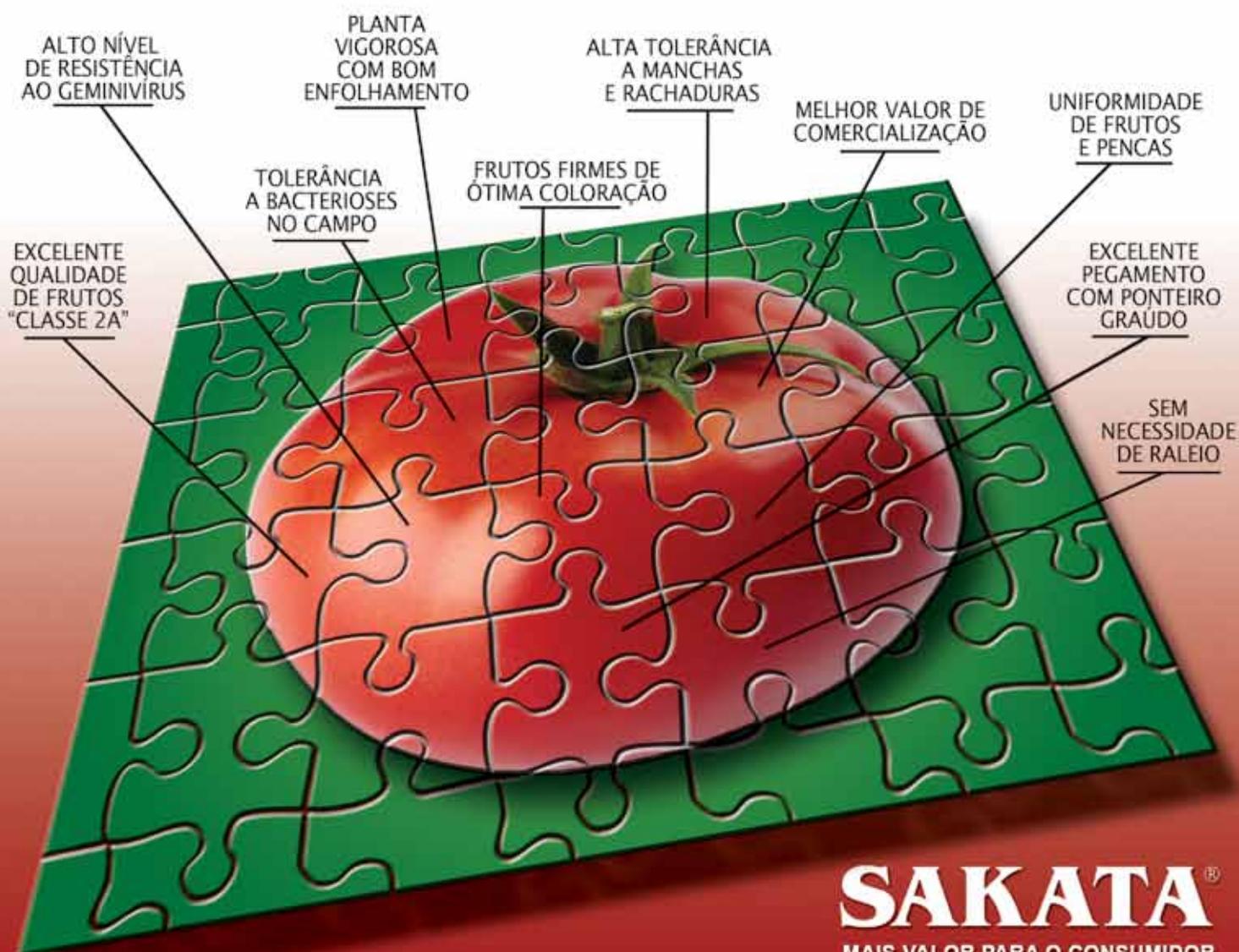
Ed. nº 99
Março/2011

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

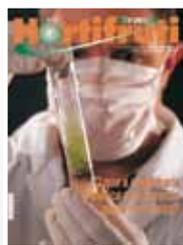
- ▶ Há uma reação negativa por parte dos consumidores (especialmente os europeus) quanto aos alimentos transgênicos;
- ▶ São poucos os órgãos públicos que investem em melhoria genética na área de frutas e hortaliças adaptadas as condições edafoclimáticas do País e as pesquisas privadas são ainda mais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



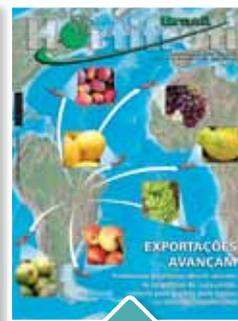
Ed. nº 45
Abril/2006



Ed. nº 51
Outubro/2006



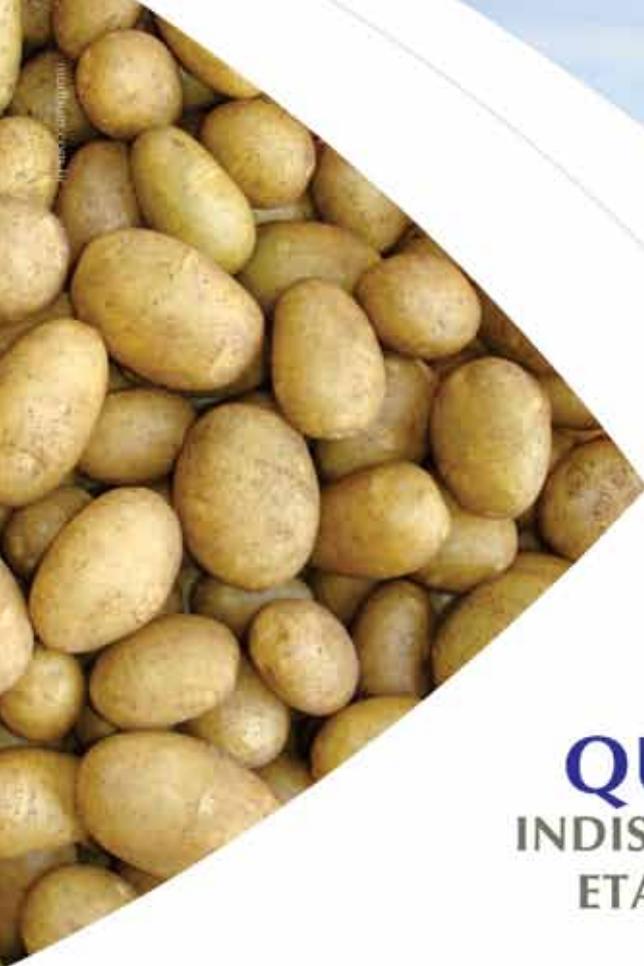
Ed. nº 40
Outubro/2005



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 siga o que consta.
Evitar contato com a pele e com os olhos.
Evitar ingestão de alimentos e bebidas.
Evitar fumar, beber ou usar produtos de higiene
pessoal durante o uso.

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.**





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

Flora

Greise

Foto

Lenita

Jessica

**RESISTENTES
AO
MÍLDIO**

Alfaves de inverno

A temperatura pode baixar, sua produtividade não.
Esteja protegido com as cultivares resistentes ao míldio.



www.eaglesementes.com.br



Clima favorece produtividade e oferta aumenta em abril

Produtividade deve aumentar em Minas Gerais

Com o clima favorável registrado desde março nas regiões mineiras de São Gotardo, Santa Juliana e Uberaba, as lavouras devem apresentar maior rendimento em abril. Assim, a oferta de cenoura mineira neste mês deve ser maior que a observada em março. O tempo seco e as temperaturas amenas no mês passado contribuíram para o bom desenvolvimento e a qualidade das raízes. Com o elevado volume de chuvas na segunda quinzena de março, houve alta incidência de “mela”, porém grande parte das roças que apresentavam problemas de nematóides já havia encerrado suas atividades. Assim, a produtividade média das lavouras mineiras observada em março foi 14% maior que a registrada em fevereiro. Além disso, o descarte no beneficiamento, que em fevereiro era de 50%, baixou para 15% em março, com possibilidade de reduzir ainda mais em abril. Como resultado, as cotações, que tiveram média de R\$ 22,00/cx “suja” de 29 kg em março, devem cair em abril.



Paraná intensifica colheita

Agricultores da região de Marilândia do Sul (PR) devem colher mais cenouras em abril. Isto porque houve um intervalo de colheita em março, uma vez que muitos produtores interromperam o plantio por cerca de 20 dias em dezembro/10, quando os baixos preços e as chuvas inibiram os

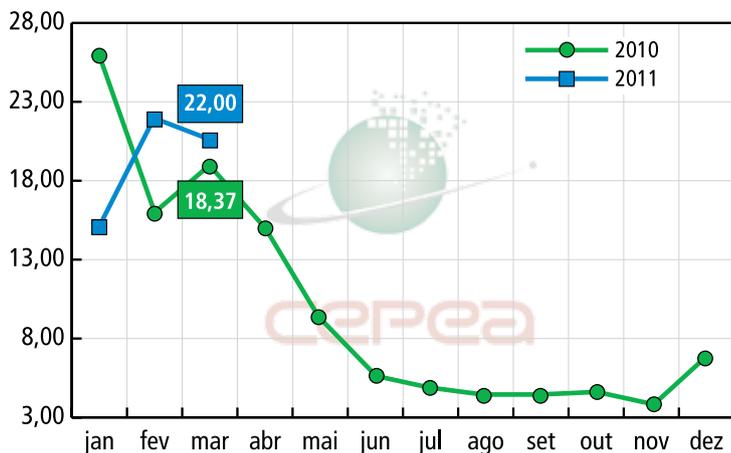
investimentos. Assim, em março, comerciantes paranaenses buscaram o produto nas regiões produtoras de Minas Gerais. Em abril, produtores devem voltar a colher cenouras com maior intensidade, com o objetivo de recuperar o intervalo na produção. Segundo agentes, o volume esperado para ser colhido neste mês é de 29 t/ha. Assim como em Minas Gerais, o aumento da oferta em Marilândia do Sul deve pressionar as cotações.

Produtividade reduzida em Goiás

A disponibilidade de cenoura em Cristalina (GO) esteve reduzida no correr de março, porque o descarte resultante dos problemas de qualidade diminuiu o volume disponível para comercialização. A menor oferta na região deve se estender até meados de abril. Além disso, as chuvas registradas em março dificultaram as atividades de campo, como plantio e pulverizações, o que diminuiu o rendimento das lavouras. Alguns produtores, inclusive, chegaram a registrar quebra de safra. Apesar da menor oferta, a colheita dos lotes com nematóides encerrou em março e as raízes devem apresentar melhor qualidade em abril.

Plantio de inverno começa em MG, GO e PR

As regiões produtoras de Minas Gerais, Goiás e Paraná devem começar o plantio da temporada de inverno de 2011 no final de março/início de abril. As chuvas ocorridas nas últimas semanas de março interferiram no planejamento de semeadura da safra, o que deve atrasar o plantio em cerca de 10 dias, em média, na região. Segundo a Somar Meteorologia, ao longo de abril, as precipitações podem reduzir gradualmente, e assim, as atividades de plantio devem ser regularizadas. Com relação à área de cultivo da safra de inverno deste ano, deve ficar praticamente estável em comparação com a verificada na temporada de 2010. Isso porque os preços ficaram baixos durante quase todo o segundo semestre do ano passado, desestimulando agricultores a realizar novos investimentos na cultura para este ano.



Mercado praticamente estável em março

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

Fonte: Cepea

ESPECIAL HORTALIÇAS - Junho/2011

Patrocinador,

Reserve seu espaço na edição de junho que será distribuída na Hortitec! 16 3429.8808

Mais

do que proteção.
Uma muralha.

Fungicida de ação preventiva, Ranman atua com eficiência na proteção contra a requeima e entrega o melhor desempenho do mercado. Com ótima resistência contra lavagem da chuva, é uma excelente opção na rotação de produtos. Com Ranman sua plantação fica protegida como numa muralha.



Rápida penetração nas folhas.
Melhor lavagem das chuvas.

RANMAN

Mais do que proteção. Uma muralha.



ATENÇÃO

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

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.

fmcagricola.com.br

FMC

Fazendo Mais pelo Campo



Fim da safra de verão em Caçador

Caçador encerra safra de verão com resultados positivos

Em abril, será finalizada a colheita da safra de verão nas regiões de Caçador (SC), Caxias do Sul (RS), Nova Friburgo (RJ) e de Reserva (PR). Em Caçador, os resultados dessa temporada foram positivos. Entre dezembro/10 e março/11, o preço médio recebido por agricultores, já ponderado pelo volume colhido em cada mês e pela classificação do tomate (1A ou 2A), foi de R\$ 18,79/cx de 24 kg, 25% superior ao mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura – de R\$ 14,93/cx. Esse aumento no valor médio está atrelado à redução da área de tomate nesta safra de verão frente à anterior. Já nas demais praças, as cotações seguiram praticamente nos mesmos patamares de Caçador, com exceção de Nova Friburgo que, devido às fortes chuvas ocorridas em janeiro, registrou grandes perdas à maioria dos produtores da região. Em Venda Nova do Imigrante (ES) e em Itapeva (SP), a colheita da safra de verão ainda deve seguir até junho, com pouco mais de 1,35 milhão e de 870 mil pés, respectivamente, a serem colhidos.

Atenções se voltam à safra de inverno

As regiões de Pará de Minas (MG), Paty do Alferes (RJ), Mogi Guaçu (SP) e Sul de Minas devem iniciar a colheita da safra de inverno 2011 em abril. As atividades começam no final do mês na maioria dessas praças, com exceção do Sul de Mi-

nas. No geral, a área de plantio desta temporada reduziu 7,7% em Pará de Minas, 5,7% em Paty do Alferes e, 5,3%, em Mogi Guaçu. O menor investimento deve-se, principalmente, à descapitalização de produtores na temporada passada. Apenas o Sul de Minas deve manter a área de 4 milhões de pés. De modo geral, a previsão é que a produtividade inicial seja menor em todas as regiões, devido ao clima bastante chuvoso em março.

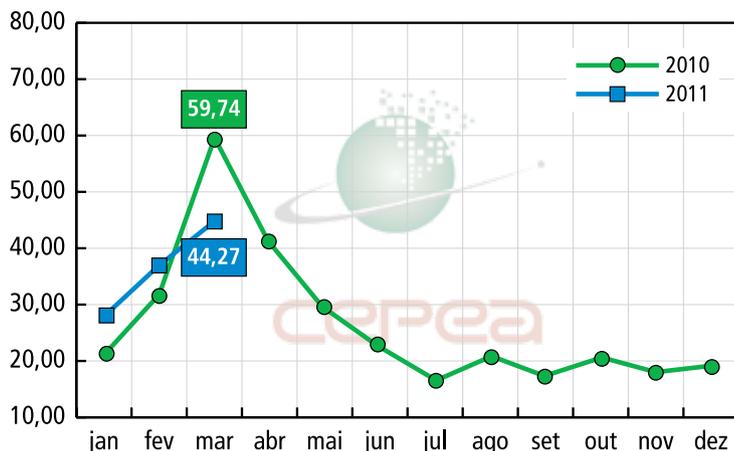


Oferta deve ser menor em abril

A oferta de tomate em abril deve ser cerca de 10% inferior à do mesmo mês de 2010. Esse cenário deve-se, principalmente, à finalização da colheita da safra de verão em importantes regiões produtoras. Mesmo com o início da colheita da temporada de inverno em algumas praças, as atividades ainda devem ser lentas neste mês. A menor oferta de tomate, por sua vez, deve elevar os valores pagos aos produtores. O clima, no entanto, pode limitar essas altas nos preços. Isso porque, caso as temperaturas sejam elevadas nas roças, a maturação pode ser acelerada, o que aumentaria, pontualmente, a oferta do tomate. Até março, a produtividade esteve abaixo da média nas roças, devido às temperaturas mais baixas na maioria das regiões produtoras.

Investimentos seguem aquecidos no Nordeste

As regiões produtoras de tomate do Nordeste têm investido na temporada de 2011. Segundo agente locais, a área de plantio na Serra do Ibiapaba (CE) será de aproximadamente 900 hectares, acréscimo de 28% frente à da safra de 2010. No agreste de Pernambuco, a área deve chegar a cerca de 2 mil hectares em 2011, aumento de 17% em relação à do ano passado. Em Irecê (BA), a área é prevista em 2,5 mil hectares, crescimento de 13% frente à de 2010. Esse aumento na área deve elevar a oferta de tomate no mercado nordestino, principalmente entre setembro e dezembro deste ano, período de pico de oferta no Nordeste. Esse cenário pode limitar a rentabilidade do produtor.



Baixa oferta, preço elevado

Preços médios de venda do tomate salada 2A longa vida no atacado de São Paulo - R\$/cx de 23 kg

Fonte: Cepea



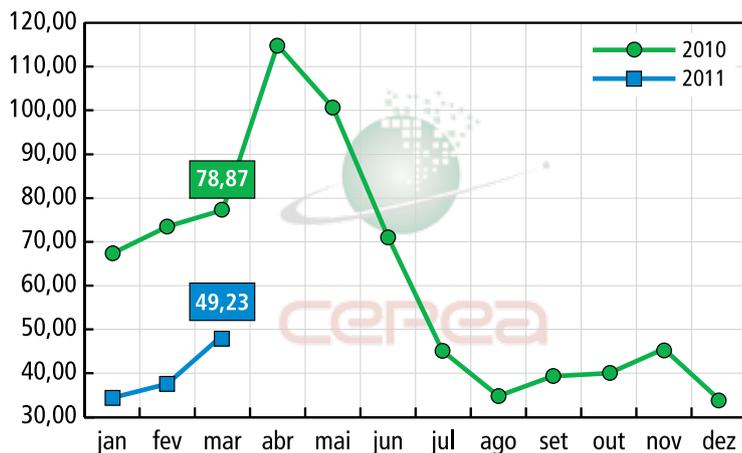


Após chuvas, pico de safra deve ocorrer em abril

Ao contrário do esperado por agentes, não houve pico de safra de batata na região do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba em março. As chuvas na praça mineira durante quase todo o mês impediram a colheita de grande parte da área que deveria ter sido ofertada no correr de março. Dessa forma, o pico de safra foi deslocado para abril, o que influenciou no escalonamento da oferta, uma vez que a previsão era de que a área colhida em março fosse o dobro da de abril. Em março, 30% da área foi colhida, ao passo que a estimativa inicial apontava 45%. Agora, agentes acreditam que, até o final de abril, 40% da área esteja colhida. Este deslocamento do calendário, aliado à quebra de produção no Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, elevou os preços da batata em março. Além disso, a melhora na qualidade também influenciou o aumento nos preços no período. A batata especial tipo ágata nas beneficiadoras teve média de R\$ 35,57/sc de 50 kg em março, valor 47% superior à de fevereiro. O aumento nos preços em março trouxe alívio para muitos produtores, que, durante quase toda a safra, negociaram a batata a preços abaixo dos custos.

Sul de Minas encerra safra das águas com baixa rentabilidade

A safra das águas do Sul de Minas Gerais foi praticamente finalizada em março, restando ape-



Batata fica mais cara em março

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

Fonte: Cepea

nas 5% da área para ser colhida em abril. Desde o início da temporada, a qualidade da batata foi prejudicada pelo excesso de chuva, que ocasionou pele escura. No entanto, a produtividade foi elevada: 35 toneladas por hectare durante a safra. A baixa qualidade, aliada ao excesso de oferta, pressionou os valores pagos aos produtores, tornando a safra menos rentável. De dezembro/10 a março/11, o valor médio pago ao produtor mineiro na roça, ponderado pelo calendário de colheita, foi de R\$ 18,70/sc de 50 kg.



Chuvas atrasam plantio das secas

O plantio da safra das secas foi atrasado no Paraná e no Sudoeste Paulista por conta das chuvas em fevereiro. No Paraná, o plantio atrasou quase um mês, conforme relatos de produtores da região. Até o fim de fevereiro, o comum seria o cultivo de 90% da safra, mas apenas 60% da área foi concluída. Assim, os 40% restantes foram plantados em março. As precipitações também elevaram a incidência de doenças, como requeima e canela-preta. Agora, a preocupação de agricultores paranaenses está relacionada à possibilidade de geadas a partir de abril. Quanto ao Sudoeste Paulista, a estimativa era de que as atividades de campo atingissem 20% da área em fevereiro, mas apenas 5% foi cultivado. Com isso, houve concentração ainda maior do plantio em março (80% da safra) e, em abril, as atividades seguem para o fim, com os 15% restantes. Apesar desse atraso, o calendário de colheita não deverá ter muitas alterações. Assim, a oferta da batata em maio deve ser menor, como geralmente é observado para o período, com a previsão de colheita de 5% da área. Já o pico de oferta está previsto para junho e, com o ligeiro atraso do plantio, a disponibilidade neste ano, especificamente, deve ser ainda maior. O encerramento da safra está previsto para julho. O clima e o andamento do mercado, no entanto, podem adiar ou atrasar o volume ofertado no correr da safra – para esta temporada, é mais provável que ocorra atraso.





Oferta e qualidade baixas são esperadas para abril

Mesmo com menor oferta, baixa qualidade deve “segurar” preços

Em abril, as cotações do melão podem aumentar devido ao menor volume disponível no mercado doméstico. A elevação dos preços, no entanto, pode ser limitada pela baixa qualidade da fruta. De acordo com agentes, o melão disponível em março tem apresentado podridão e baixa durabilidade. Nesse cenário, a aplicação de defensivos – principalmente de fungicidas e bactericidas – aumentou em março. A menor oferta de melão deve seguir enquanto o Nordeste estiver em período de chuvas acima da média até maio. Isso porque as precipitações dificultam as atividades de campo e geram perda de frutas no campo e no pós-colheita. Devido à baixa disponibilidade, os preços nas regiões produtoras estiveram, nos três primeiros meses deste ano, cerca de 30% acima dos registrados no mesmo período do ano passado. Em março, por conta da redução na qualidade, o melão amarelo graúdo tipo 6-7 foi negociado a R\$ 22,05/cx de 13 kg, em média, no RN/CE, e a R\$ 19,59/cx, no Vale do São Francisco, 10% e 18% abaixo dos praticados em fevereiro, respectivamente.



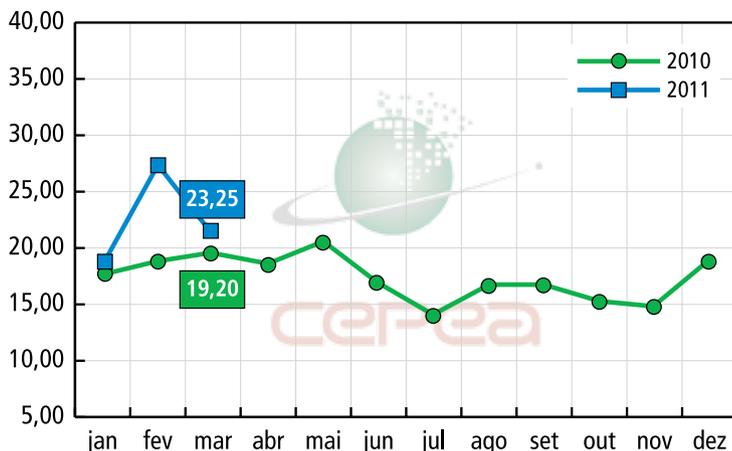
Embarques chegam ao fim

Abril deve ser o último mês de exportações de melão brasileiro desta temporada. Os embarques, no entanto, devem ser limitados. De fevereiro a março, o volume exportado já foi bastante reduzido, visto que a oferta do pólo produtor da Chapada do

Apodi (RN) e do Baixo Jaguaribe (CE) esteve baixa devido às chuvas que afetaram as lavouras no início do ano. Nos próximos meses, alguns produtores vão seguir o plantio da fruta para comercialização no mercado doméstico, mas de forma moderada. Segundo produtores, de modo geral, o volume mensal que será ofertado de abril a julho ficará entre 10% e 20% do colhido no período de safra. Quanto à safra que se encerra, de julho/10 a fevereiro/11, o Brasil exportou cerca de 151 mil toneladas de melão ao mercado internacional, 15% menos que o registrado no mesmo período da temporada 2009/10, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Em março, apenas as variedades gália e cantaloupe e o melão amarelo foram embarcados. O pele-de-sapo foi exportado até fevereiro. Quanto ao *orange*, não entrou no porto de Roterdã (Holanda) nesta temporada. Em relação à receita das exportações, de julho/10 a fevereiro/11, o montante foi de US\$ 108 milhões, 8% abaixo da observada no mesmo período da safra anterior. Em março, o melão brasileiro honeydew tipo 9 foi negociado no porto de Roterdã a US\$ 14,91/cx de 10 kg, queda de 10% em relação a fevereiro, segundo o Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA).

Boa qualidade é diferencial das exportações da América Central

Os embarques de melão dos países da América Central devem seguir até o final de abril. As exportações são mais significativas de fevereiro a abril, quando, normalmente, os envios brasileiros da fruta já foram praticamente finalizados. Nesta temporada, a qualidade foi o diferencial dos melões da América Central, e produtores investiram em certificações para conquistar novos compradores. De acordo com notícia no *Fresh Plaza*, esses fatores contribuíram para que os preços pagos aos produtores daqueles países fossem mais remuneradores. O principal mercado consumidor da Costa Rica, maior produtor da América Central, é o Reino Unido, mas há, também, embarques para a Holanda, Alemanha, Rússia e Itália.



Menor qualidade e demanda: preços baixos

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

Fonte: Cepea

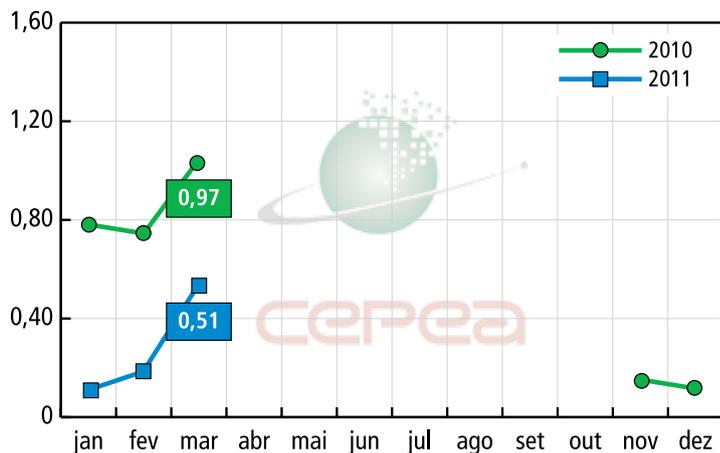
RUMO AO ANO 10! ESPECIAL CITROS - Maio/2011
Patrocinador,
Reserve seu espaço na edição de maio que será distribuída na Semana de Citocultura! ☎ 3429.8808



Bulbos argentinos começam a chegar ao Brasil

Importações iniciam com atraso frente a 2010

As primeiras carretas com cebola argentina chegaram ao Brasil em meados de março. Neste ano, as importações iniciaram com cerca de 30 dias de atraso, se comparadas às do ano passado, quando as compras brasileiras de bulbos argentinos começaram na segunda quinzena de fevereiro/10. Isso ocorreu devido ao cenário totalmente oposto ao verificado nesta temporada no Brasil: oferta elevada e preços muitos baixos. Em 2010, a safra sulista terminou antes do previsto por conta da chuva que prejudicou a qualidade da cebola local e restringiu a oferta. Neste ano, além do aumento de área, as regiões produtoras tiveram produtividade elevada, pressionando a cotação do bulbo nacional e tornando a importação inviável até março. Além disso, na temporada passada, os primeiros bulbos argentinos estavam com baixa qualidade. Já neste ano, importadores alegam que a qualidade é boa. No primeiro levantamento semanal de preços da cebola importada feito pelo Cepea neste ano (de 14 a 18 de março), a média do produto argentino em Porto Xavier (RS) foi de R\$ 20,33/sc de 20 kg de caixa 3. Segundo importadores e atacadistas brasileiros, com a proximidade do fim da safra sulista, a cebola argentina ganha cada vez mais espaço, podendo ser comercializada até junho, quando outras regiões brasileiras começam a ofertar.



Enfim, preço da cebola sulista reage

A cebola sulista, que vinha registrando cotações abaixo do custo de produção desde o início da safra (novembro/10), finalmente valorizou-se no início de março. Com grande volume de bulbos de qualidade insatisfatória, muitas vezes com bico d'água e mofo preto, o descarte chegou a até 30% das precoces. O descarte elevado, aliado à restrição de oferta, fez o preço da cebola de qualidade superior se recuperar. Segundo produtores, apesar da crescente entrada de cebola argentina no País, os preços do bulbo nacional podem se manter nos patamares atuais. Isso porque a qualidade do produto brasileiro tem melhorado e, o volume de oferta do Sul, reduzido.

Área plantada pode diminuir em São Paulo

Produtores de Monte Alto e São José do Rio Pardo (SP) começaram o plantio da safra 2011 na primeira quinzena de março. Porém, as chuvas intensas entre o final de fevereiro e início de março atrapalharam as atividades de campo. Segundo agentes da região, cebolicultores ainda estão desanimados com o plantio, não só pela condição climática desfavorável como também pela descapitalização ocorrida na última safra, o que tem restringido a concessão de crédito. Além disso, produtores têm encontrado problemas com o fornecimento de sementes de alguns tipos de cultivares, o que pode dificultar o escalonamento do plantio. Todos esses fatores poderão reduzir a área plantada entre 5% a 10% neste ano em relação a 2010, voltando aos patamares de cultivo de 2009. Em relação aos custos de produção, agentes estimam que ficarão ligeiramente maiores nesta temporada devido, principalmente, ao crescente gasto com mão-de-obra. Quanto à colheita, apesar das especulações quanto à antecipação do início das atividades, a previsão é de que elas comecem no período usual: final de julho.



Finalmente preço sobe em março

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

Fonte: Cepea





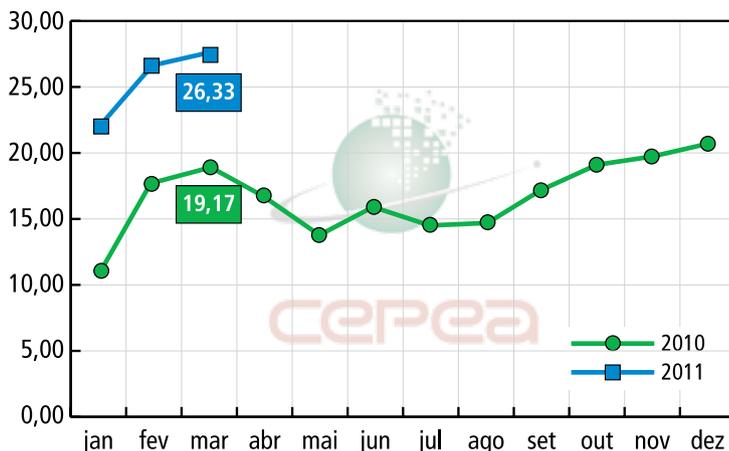
USDA surpreende e aumenta safra da Flórida

Estimativa de safra da Flórida sobe 3%

A estimativa do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) divulgada em março elevou em 3% a safra 2010/11 da Flórida, no comparativo com o relatório anterior. Em relação à temporada 2009/10, o aumento seria de 6,3%. Segundo o Departamento, o estado deve produzir 142 milhões de caixas de 40,8 kg. Tal volume surpreendeu agentes do setor, visto que a expectativa era de manutenção ou mesmo de nova queda. Representante do Departamento de Citros da Flórida, por exemplo, em entrevista ao jornal *The Ledger*, projetou, em janeiro, que a temporada 2010/11 poderia ser de apenas 135 milhões de caixas. Já analistas consultados pela agência *Bloomberg* projetavam uma safra de, em média, 136,2 milhões. Segundo o USDA, houve aumento de 4 milhões de caixas de laranjas não-valências. Essa nova estimativa é mais consistente, visto que a colheita dessas variedades já está na reta final e fica mais fácil apurar seu volume. Já em relação às valências, a safra já foi 5,8% colhida até o dia 20 de março, segundo o Comitê Administrativo de Citros da Flórida – isso pode permitir alterações nas próximas estimativas.

Oferta de laranja deve ser maior em abril

Os preços da laranja *in natura*, que vinham registrando patamares elevados até meados de março, devem ser menores em abril, devido ao maior



Preço segue firme, mas deve cair em abril

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

volume de frutas precoces (hamlin e westin) e de tangerina poncã no mercado. De qualquer forma, agentes do setor acreditam que os valores ainda fiquem acima dos recebidos em abril de 2010, quando a hamlin teve média, em termos nominais, de R\$ 9,34/cx de 40,8 kg, na árvore.

Oferta de poncã paulista deve ser menor neste ano

A safra de tangerina poncã do estado de São Paulo deste ano deve ser menor que a de 2010. Isso porque, em algumas propriedades, houve incidência de *greening* em muitas árvores e, dessa forma, muitos pés foram erradicados. Em outras, o problema foi o fungo alternária, que ocasionou queda de muitas frutas na temporada atual. Em março, já foi ofertado um pequeno volume de poncã no mercado paulista e, em abril, a disponibilidade deve aumentar. Já em Minas Gerais, a colheita da poncã foi iniciada em meados de fevereiro, e o volume desta safra deve ser próximo ou pouco superior ao da anterior. Alguns citricultores mineiros já colheram em março, enquanto outros começam em abril. A oferta de poncã mineira deve seguir até o final de maio. Além de ser comercializada no próprio estado, a poncã mineira também é escoada à região Nordeste e, em parcela menor, ao estado de São Paulo.



Exportação de tahiti é recorde para o primeiro bimestre

As exportações da lima ácida tahiti iniciaram 2011 com bom desempenho. Segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), de janeiro a fevereiro de 2011, foram embarcadas 13,6 mil toneladas de limões e limas, 30% a mais que no mesmo período de 2010. Esse foi o maior volume exportado pelo Brasil para o período, considerando toda a série da Secex. A receita, de US\$ 14 milhões, também foi recorde para o bimestre, superando em quase 110% a de jan-fev/2010 e em 84,5% a recebida em jan-fev/2008, que, até então, era a maior para o primeiro bimestre.



Fonte: Cepea

RUMO AO ANO 10! ESPECIAL CITROS - Maio/2011
Patrocinador,
Reserve seu espaço na edição de maio que será distribuída na Semana de Citricultura! 3429.8808



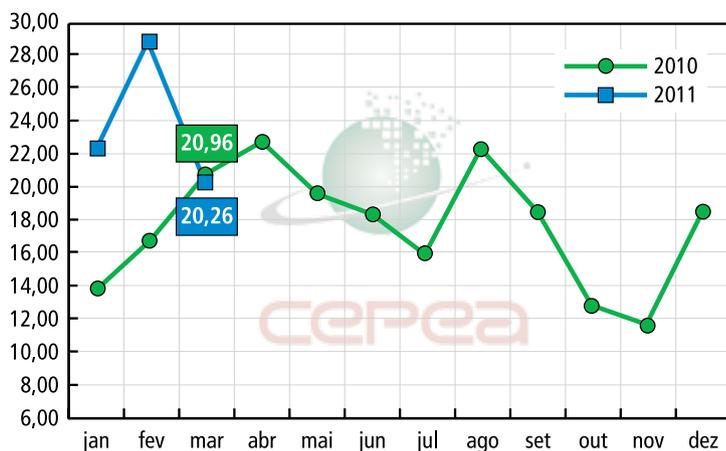
Chuva em Santa Catarina reduz exportações ao Mercosul

Menor oferta de nanica pode limitar exportação neste ano

Mesmo com a maior demanda dos países do Mercosul pela banana brasileira, agentes de setor informaram que as exportações em março foram menores. Isso por que as chuvas prejudicaram as vias de acesso às regiões produtoras de Santa Catarina. Até o fechamento desta edição, os dados de exportação referentes ao mês de março ainda não haviam sido disponibilizados pela Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Para os próximos meses, a expectativa é de que o baixo volume disponível para colheita nas roças catarinenses e a valorização da nanica podem restringir as vendas externas. Quanto à safra em Santa Catarina, ao contrário do esperado, não houve pico de oferta da nanica em março. A produção deve ser mais escalonada em função do clima chuvoso e das baixas temperaturas durante a noite no período de desenvolvimento dos cachos.

Prata valorizada no primeiro trimestre

A oferta de banana prata deve aumentar nas principais praças produtoras a partir de abril. Durante o período de entressafra (de novembro/10 a março/11), a baixa oferta da variedade elevou os preços, que atingiram elevados patamares tanto no norte de Minas Gerais como em Bom Jesus da Lapa (BA). Mesmo durante as férias escolares entre janeiro e fevereiro – quando geralmente a demanda por banana desaquece –, as cotações permaneceram firmes. No primeiro trimestre deste ano, o valor mé-



Pouca prata mantém preço em bom patamar no 1º trimestre

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

Fonte: Cepea

dio da prata foi de R\$ 21,88 por caixa de 20 kg na região mineira e de R\$ 22,30/cx de 20 kg em Bom Jesus, valores 28% e 39%, respectivamente, maiores que os do mesmo período do ano passado. A boa rentabilidade obtida por produtores em 2010, e também no início deste ano, está favorecendo os investimentos em tratamentos culturais em ambas as praças. O clima quente e a umidade elevada são outros fatores que devem contribuir para uma boa produtividade neste ano. Vale lembrar que a produção da prata durante esta safra deve ser mais escalonada, o que pode manter preços atrativos ao produtor.



Clima pode influenciar oferta e qualidade no segundo semestre

A partir de abril, o volume de chuvas deve reduzir e as temperaturas devem ficar mais baixas tanto no Vale do Ribeira (SP) como no norte de Santa Catarina. Estas condições climáticas devem fazer com que a oferta de banana seja mais escalonada durante o segundo semestre em ambas as regiões. Esse cenário, por sua vez, pode elevar os valores da fruta. Já no norte de Minas Gerais e em Bom Jesus da Lapa (BA), as temperaturas amenas aliadas à utilização da irrigação podem favorecer a qualidade da fruta. Dessa forma, produtores mineiros e baianos acreditam que as suas frutas devem ser mais competitivas frente às do Vale do Ribeira e as da do norte de Santa Catarina.

Solução para nematóides é descoberta na Costa Rica

Estudos realizados na Costa Rica concluíram que o fungo *Paecilomyces lilacinus* é eficiente no combate de nematóides. Segundo notícia divulgada pelo site *Fresh Plaza* em 17 de março, o fungo atua nas fases ovo e larva durante o ciclo do nematóide, dificultando que a praga se instale nas raízes das plantas. O nematóide agride o sistema radicular e ocasiona menor produtividade. Isso porque essa praga compromete o funcionamento da raiz e, conseqüentemente, prejudica o desenvolvimento dos cachos.

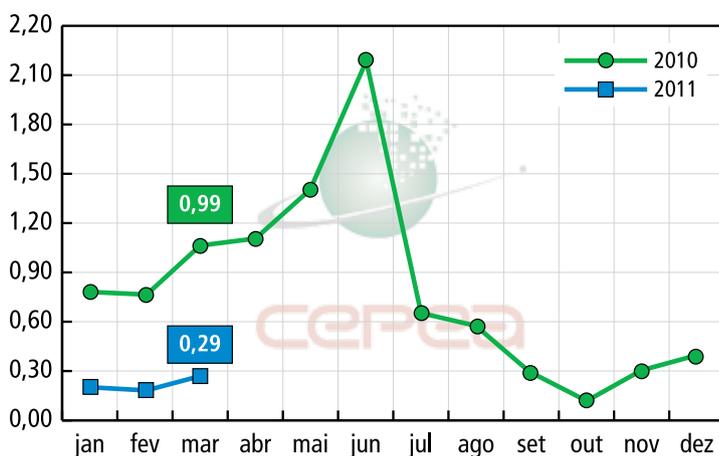




Preço reage, mas ainda fica abaixo dos custos

Com menor oferta, havaí valoriza em todas as regiões

A menor oferta de mamão havaí em todas as praças produtoras do País impulsionou as cotações em meados de março, conforme o esperado por agentes. O início do período de “pescoço”, principalmente nas lavouras do Espírito Santo e da Bahia, e as temperaturas um pouco mais baixas foram os principais fatores para a redução na disponibilidade da fruta. Além disso, as chuvas entre o final de fevereiro e o fim de março controlaram a maturação do mamão e dificultaram a colheita em muitas lavouras, tornando a oferta cada vez mais limitada. Quanto aos preços, apesar da reação, ainda estão abaixo do valor mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura, cenário que é observado desde setembro/10. A média do preço do havaí no Espírito Santo foi de R\$ 0,29/kg no mês passado, valor 27% abaixo do mínimo, estimado em R\$ 0,37/kg em março. No sul da Bahia, a média de preços em março foi de R\$ 0,23/kg, alta de 22% em relação à de fevereiro, mas ainda 42% abaixo do valor mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura. A expectativa é de que as cotações continuem subindo gradualmente, visto que a oferta de mamão deve ficar controlada até pelo menos o início de maio. A partir daí, com a proximidade do inverno, as temperaturas mais amenas devem reduzir ainda mais a oferta, o que pode elevar os preços. A disponibilidade de havaí só deve aumentar novamente no final do inverno.



“Pescoço” valoriza havaí em 38% em março

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

Fonte: Cepea



Chuva retorna, mas o excesso preocupa

A partir do final de fevereiro, voltou a chover na maior parte das regiões produtoras de mamão, após quase todo o mês sem registro de precipitações. No Espírito Santo, a ausência de água vinha prejudicando a produção, e o nível dos reservatórios estava abaixo do normal. Por outro lado, o excesso de chuva observado no correr de março em todas as regiões produtoras (Espírito Santo, sul e oeste da Bahia, norte de Minas Gerais e Rio Grande do Norte) pode prejudicar a qualidade do mamão que deverá ser ofertado em abril, visto que o clima quente e úmido leva à ocorrência de doenças. Como as pulverizações que ocorriam normalmente a cada 15 dias foram intensificadas para duas vezes por semana, essas doenças, principalmente a antracnose e a pinta-preta, foram controladas e só poderão causar prejuízos se as chuvas atrapalharem o ritmo de aplicação de defensivos. Segundo dados da Somar Meteorologia, a previsão é de chuvas nas regiões Sudeste e Nordeste no início de abril. Assim, produtores devem redobrar a atenção quanto à incidência de doenças fúngicas nas praças produtoras dessas regiões.

Exportações diminuem em fevereiro

Em fevereiro, o Brasil exportou 2,26 mil toneladas de mamão, baixa de 4% em relação a janeiro, de acordo com dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). A queda no volume exportado é atribuída à menor oferta verificada em fevereiro em comparação com o mês anterior. Contudo, em relação a fevereiro de 2010, a quantidade de mamão exportada foi 8,7% maior. Isso porque, no início do ano passado, a oferta nacional de mamão estava menor que a observada no começo de 2011, devido à forte estiagem no norte do Espírito Santo e no sul da Bahia entre o final de 2009 e início de 2010, que prejudicou a produção naquele período.

ESPECIAL HORTALIÇAS • Junho/2011

Patrocinador,

Reserve seu espaço na edição de junho que será distribuída na Hortitec! 16 3429.8808



Oferta de uva fina reduz em São Paulo, mas cresce no Paraná

Encerra safra de uvas finas em SP

Os municípios de São Miguel Arcanjo e Pilar do Sul (SP) devem finalizar a colheita de uvas finas em abril. A safra começou em janeiro, com atraso de cerca de 15 dias, e teve pico de oferta entre fevereiro e março. Nesta temporada, a produtividade média da região foi de 25,8 t/ha, 14% inferior ao potencial produtivo, de 30 t/ha, devido ao tempo seco e às baixas temperaturas durante o período das podas, em agosto/10. Nesta safra, a qualidade da fruta foi prejudicada pelas chuvas de janeiro a março. Além disso, no intuito de aproveitar os preços mais elevados de janeiro, produtores colheram as uvas, mas o *brix* estava abaixo do ideal. No correr da safra até março, a uva itália negociada em São Miguel Arcanjo e Pilar do Sul teve média de R\$ 2,21/kg. As atividades na região devem recomençar em julho, com o preparo das podas para a safra de final de ano.

Oferta paranaense cresce em abril

As regiões produtoras do Paraná devem ofertar maior volume de uvas finas em abril. A safra temporã, que iniciou em março, deve apresentar produtividade média de até 15 t/ha, 9,5% maior que a da temporada passada, mas ainda 25% inferior ao potencial da região. Caso as chuvas, que são registradas desde o início do ano, persistam nos próximos meses, a qualidade da fruta pode ser prejudicada. Em março, quando a safra paranaense coincidiu com a de uvas finas em São Pau-

lo, a uva itália em Marialva teve média de R\$ 2,5/kg na roça, 15% menor que a de março/10. Em abril, também começa a temporada de uva rústica em Rosário do Ivaí (PR). As podas ocorreram entre janeiro e fevereiro e, por conta das constantes chuvas nesse período, a produtividade média da safra deve ser entre 8 e 10 t/ha, cerca de 50% abaixo do potencial da região. O pico em Rosário do Ivaí está previsto para maio e, o encerramento da colheita, em junho.

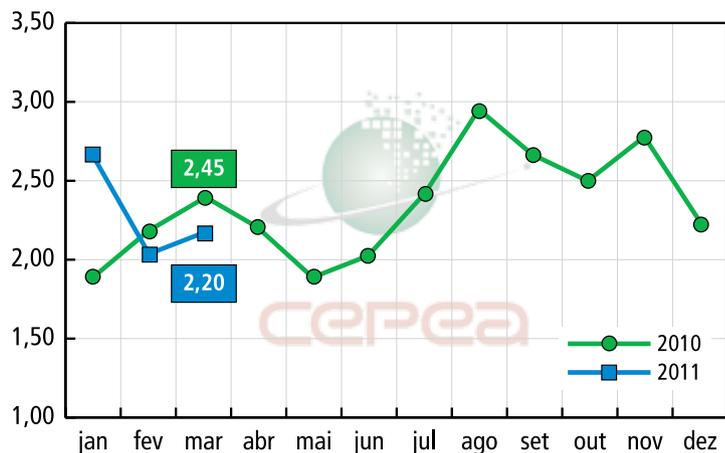


Vale aumenta oferta em abril

A oferta de uva com semente do Vale do São Francisco deve crescer em abril no mercado nacional. Até março, a maior parte das uvas foi comercializada no Nordeste, que apresentava preços superiores aos do Sul e do Sudeste do País. O motivo dos menores preços no Sul e no Sudeste, por sua vez, foi a entrada de uva da Argentina e do Chile a valores mais competitivos que os da uva nordestina. Como a partir de abril a oferta nordestina deve aumentar, as cotações da uva podem cair. Quanto às exportações do Vale em 2010, os preços de venda da uva consignada ainda não foram totalmente fechados até o final de março, mas uma prévia aponta que os valores foram inferiores aos de 2009. Isso se deve à desvalorização do dólar e do euro frente ao Real, que reduz a receita recebida pelo exportador.

Volume importado cresce 20%

De janeiro a fevereiro/11, o Brasil importou 8,2 mil toneladas de uva, volume 23% superior ao do mesmo período de 2010, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). A quantidade adquirida no primeiro bimestre deste ano representa 33% do total adquirido em 2010. O preço médio da *red globe*, principal variedade importada, foi de R\$ 5,28 entre janeiro e fevereiro, 7% abaixo do mesmo período de 2010. Apenas em fevereiro, o Brasil importou 4,8 mil toneladas de uva. Desse total, 71% vieram da Argentina e, o restante, do Chile.



Concentração de oferta reduz preço frente 2010

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

Fonte: Cepepa





Menor safra de fuji começa a ser colhida em abril

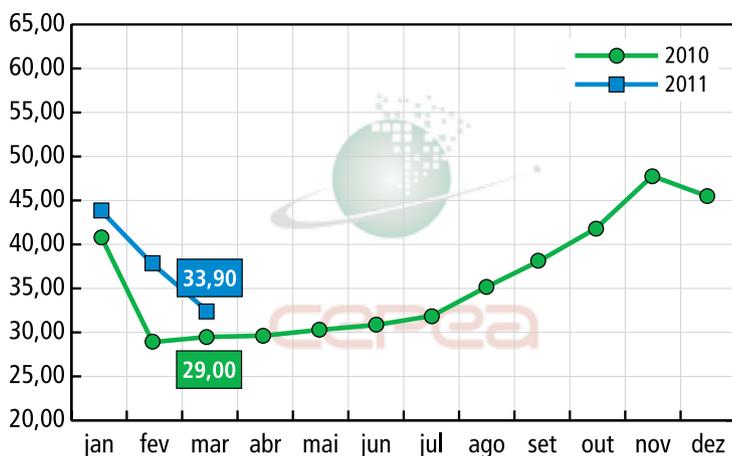
Inicia colheita de fuji, mas safra é reduzida

A colheita da maçã fuji deve ser intensificada em abril no Sul do País. A expectativa é que as atividades de campo sejam favorecidas pelo clima que, de abril a junho, não será de chuvas intensas, segundo informações da Somar Meteorologia. De acordo com agentes do setor, a safra de fuji deve apresentar quebra frente à anterior. Isso deve ocorrer por causa da maior alternância de produção desta variedade, além dos granizos e das geadas tardias, que afetaram os pomares de todas as variedades de maçã no fim do ano passado. Quanto à gala, a produção também teve queda, de 10% a 15% em relação à temporada anterior. Além dos efeitos climáticos do fim de 2010, os pomares da gala foram prejudicados também pelo clima úmido na época de colheita, no início deste ano.



Brasil exporta 34% menos no primeiro bimestre

De janeiro a fevereiro deste ano, a exportação de maçã brasileira totalizou 6,6 mil toneladas, quantidade 34% inferior à do mesmo período de 2010, segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Diante desse cenário e também do menor volume de fruta de qualidade nesta safra, agentes do setor acreditam que as exportações desta temporada sejam inferiores às da anterior. Quanto à receita com as exportações, o montante foi de



Menor demanda pressiona preços

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

Fonte: Cepea

US\$ 4,7 milhões nos dois primeiros meses deste ano, 15% abaixo do recebido no primeiro bimestre de 2010. Em menor quantidade, a maçã brasileira tem sido comercializada, neste início de safra, a preços maiores que os praticados no começo da temporada passada. Em março, a maçã brasileira royal gala calibre 100 foi negociada no porto de Roterdã (Holanda) à média de US\$ 29,69/cx de 18 kg, valor 17% maior que o praticado em março/10, quando a média da maçã era de US\$ 25,25/cx, segundo dados do Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA). Em relação às importações, em janeiro e fevereiro, o Brasil comprou quase 10 mil toneladas de maçã, volume 63% maior que o do mesmo período de 2010, segundo a Secex. Deste volume adquirido, 73% das maçãs vieram da Argentina; 18%, do Chile e, o restante, da Espanha, França, Itália e Portugal.

Maçã gala pode valorizar a partir de abril

O preço da maçã gala pode subir a partir de abril, tanto nas regiões produtoras do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina quanto no atacado. Além de o volume produzido de gala ter sido menor nesta temporada, a expectativa de valorização da variedade está relacionada à finalização da colheita, ao encerramento da oferta de pequenos produtores e ao escalonamento por parte das empresas que possuem câmaras frias. Contudo, por causa das chuvas que ocorreram nos pomares no período de colheita, parte das frutas armazenadas apresenta baixa durabilidade. Assim, as maçãs que têm menor vida de prateleira devem ser as primeiras a serem retiradas das câmaras para comercialização. O receio, de modo geral, é de que essas frutas de menor qualidade limitem o aumento dos preços em abril. Em março, a gala graúda Cat 1 (calibres de 80 a 110) foi cotada a R\$ 31,51/cx de 18 kg, considerando a média das regiões produtoras de Vacaria (RS), Fraiburgo (SC) e São Joaquim (SC), recuo de 4% em relação a fevereiro. Na Ceagesp, a fruta foi negociada a R\$ 33,90/cx, em média, queda de 10% frente ao mês anterior.

RUMO AO ANO 10! ESPECIAL CITROS - Maio/2011
Patrocinador,
Reserve seu espaço na edição de maio que será distribuída na Semana de Citrocultura! ☎ 3429.8808

É na origem que se conhece um bom produto e um bom produtor.



1 - Antonio Tanaka, ganhador do 1º Prêmio Qualidade Desde a Origem, nosso produtor de hortifruti.



2 - Centros de Distribuição e de armazenamento dos produtos.



3 - Controle de qualidade dos produtos nas lojas.

Confira a região e a origem do produtor do hortifruti que você está consumindo:

- Acesse www.qualidadedesdeorigem.com.br e use o código de rastreabilidade que consta na etiqueta do produto ou;
- Use o leitor de QR Code do seu celular para reconhecer o código 2D da embalagem, e ter todas essas informações sobre a origem em suas mãos.

QUALIDADE DESDE A ORIGEM

Monitoramos desde o campo para oferecer os melhores produtos para a sua família.

É tempo de ...

4 - Facilidade de consulta do produtor e do produto: www.qualidadedesdeorigem.com.br

Qualidade Desde a Origem é um programa de qualidade **pioneiro no varejo mundial**. É um compromisso do Grupo Pão de Açúcar de garantir aos clientes **o máximo de qualidade, sabor e frescor** nos produtos de hortifruti. Para isso, monitoramos e controlamos cada etapa: a começar pela qualificação do produtor, uso de defensivos, distribuição, armazenamento e exposição nas lojas. A esse rigoroso controle, damos o nome de **rastreabilidade**. Um diferencial que só o Grupo Pão de Açúcar pode oferecer.



Acesse direto pelo celular

Para fazer parte do nosso selecionado grupo de fornecedores, faça seu cadastro pelo site: www.qualidadedesdeorigem.com.br





Chuva em Livramento garante indução floral

Problemas de irrigação reduzidos em Livramento

As chuvas registradas em março reduziram os problemas com irrigação dos pomares de manga em Livramento de Nossa Senhora (BA). Desde setembro do ano passado, o baixo nível de água na barragem Luiz Vieira, no Rio Brumado, preocupava mangicultores locais. O receio era de que a safra 2011/12 fosse prejudicada devido à falta de água para irrigação. Para alívio dos produtores, no entanto, as chuvas ocorridas em março totalizaram cerca de 124 milímetros em Livramento, segundo o Jornal do Tempo. Este volume é considerado suficiente para garantir mais alguns meses de irrigação, de modo que, pelo menos os períodos de florada e início de desenvolvimento da fruta, fases críticas da cultura, estão garantidos. Nesse cenário, produtores iniciaram os preparativos em seus pomares no final de março, e a indução floral de *tommy* deve ocorrer em abril e maio. Assim, a região deve iniciar a colheita de *palmer* em meados de abril, e a de *tommy atkins*, a partir de julho.



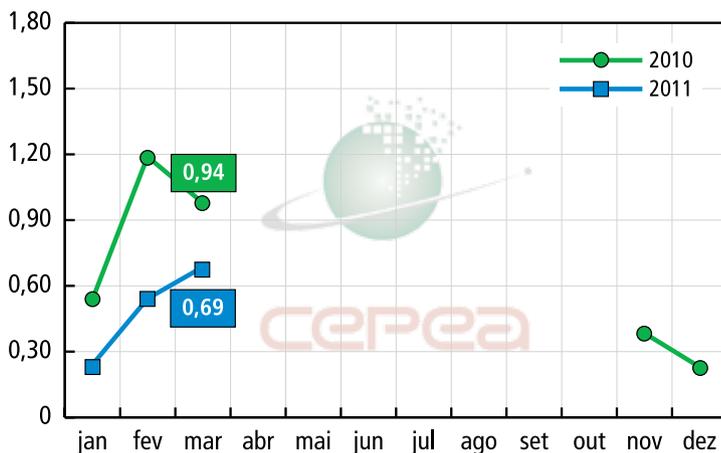
Peru encerra embarques aos EUA

A temporada de embarques de manga do Peru aos Estados Unidos, que começou em novembro/10, termina no início de abril. O volume enviado nesse período foi de 46 mil toneladas, conforme programado, segundo dados da *National Mango Board*. As variedades exportadas foram

tommy atkins e *ataulfo*. A partir de abril, os EUA serão abastecidos principalmente pela manga mexicana, mas Nicarágua e Guatemala também estarão no mercado norte-americano. O México é o principal fornecedor de manga aos Estados Unidos e, neste ano, a previsão é de que os embarques totalizem cerca de 50 milhões de caixas de 4 kg. Quando as exportações mexicanas perderem ritmo, em agosto, o Brasil deve começar a atuar no mercado norte-americano.

SP encerra colheita e inicia tratamentos culturais

Produtores de manga da região de Monte Alto e Taquaritinga (SP) encerraram a safra de manga 2010/11 no final de março. Assim, em abril, as atenções se voltam à próxima temporada. Produtores vão intensificar tratamentos culturais, como podas de limpeza e aplicação de adubos e hormônios. Para a safra 2011/12, a expectativa é de que o florescimento ocorra entre junho e julho, como é habitual, e de que a produção seja semelhante à verificada em 2010/11. Na temporada que se encerra, a recuperação da produtividade em relação à safra passada animou o setor, mas a maior oferta pressionou as cotações. Ainda assim, de modo geral, produtores acreditam que os resultados tenham sido satisfatórios. De acordo com dados do Cepea, o preço médio da manga *palmer* na roça paulista entre dezembro/10 e março/11 foi de R\$ 0,44/kg, 120% acima do valor mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura.



Preço da palmer no fim de safra é menor que 2010

Preços médios recebidos por produtores de Monte Alto e Taquaritinga (SP) pela *palmer*- R\$/kg

Fonte: Cepea

Exportações podem aumentar nos próximos meses

As exportações brasileiras de manga devem ser maiores nos meses de março e abril. O volume colhido em março já foi maior no Vale do São Francisco, principal pólo exportador da fruta. Este cenário deve seguir em abril. No primeiro bimestre do ano, o volume exportado foi de 9,5 mil toneladas, 65% maior que o verificado no mesmo período do ano passado, segundo dados da Secex (Secretaria de Comércio Exterior).



O foco do mercado é aqui

18^a HORTITEC

Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas



www.hortitec.com.br

15, 16 e 17 de junho

de quarta a sexta-feira das 9 às 19 horas

Holambra - SP

**Paralelamente
Eventos de Capacitação**

Organização



Evento de Capacitação



Tel/Fax: (19) 3802 2234
Floritec@hortitec.com.br

Patrocínio



Apoio:



Passagens e Hospedagem



Exposição: Tel/Fax: (19) 3802 4196 - rbb@rbbeventos.com.br
Local: Recinto da Expoflora - Al. Maurício de Nassau, 675 - Holambra - SP | Acesso: Rodovia Campinas-Mogi Mirim, km 141

FRASES QUE MARC

Desde a edição número 01, a seção *Fórum*, inicialmente chamada Selecionamos algumas declarações que expressam a



O PRODUTOR NÃO PODE MAIS SER 'AMADOR'!

"O PRODUTOR É UM AMADOR, NÃO NO SENTIDO DE NÃO-PROFISSIONAL, MAS NO DA PALAVRA AMAR, AMA DEMAIS O QUE FAZ, ESTÁ DISPOSTO ATÉ A PAGAR PARA CONTINUAR PRODUZINDO."

Prof. Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros – coordenador do Cepea/ESALQ-USP
Edição nº 68 - Maio de 2008

A CEAGESP TEM QUE SE MODERNIZAR



"O ATACADISTA DEVE SER MUITO EFICIENTE, TRABALHAR COM QUALIDADE E SER HONESTO. É IMPORTANTE CONQUISTAR A FIDELIDADE DOS COMPRADORES, TER UMA BOA CLIENTELA E TRABALHAR COM BOA QUALIDADE."

Mário Benassi – Grupo Benassi
Edição nº 52 - Novembro de 2006

MEIO AMBIENTE

"O BENEFÍCIO DA PRESERVAÇÃO AMBIENTAL É DE TODA A SOCIEDADE, ENTÃO OS GASTOS (COM A CONSERVAÇÃO) DEVERIAM SER, EM PARTE, ASSUMIDOS POR ELA."



Frauzo Ruiz Sanches – Sindicato Rural de Ibitinga/SP
Edição nº 38 - Agosto de 2005

A FORMAÇÃO DO SUCESSOR COMEÇA NO BERÇO

"A PREPARAÇÃO DO PAI PARA SUA SAÍDA DO COMANDO DA FAZENDA É TÃO IMPORTANTE QUANTO A PREPARAÇÃO DA ENTRADA DO FILHO. SE O PAI NÃO DESENVOLVER OUTRA ATIVIDADE, ELE TENDE A FICAR DOENTE OU ATÉ MORRER."



Prof. Rogério Yuji Tsukamoto – Fundação Getúlio Vargas (FGV)
Edição nº 34 - Abril de 2005

O QUE NÃO É MEDIDO NÃO É ADMINISTRADO

"UMA PROPRIEDADE SÓ É BEM ADMINISTRADA SE EXISTIREM FATOS E DADOS PARA A TOMADA DE DECISÃO."



Prof. Marcos Milan – ESALQ/USP
Edição nº 96 - Novembro de 2010

TERCEIRIZAÇÃO É ABSOLUTAMENTE ESSENCIAL



"CONTRA A TERCEIRIZAÇÃO EXISTE FORTÍSSIMO PRECONCEITO, ALIMENTADO POR AQUELES QUE VÊM O MUNDO DO TRABALHO DIVIDIDO, RESTRITAMENTE, ENTRE EMPREGADORES E EMPREGADOS, E NÃO ACEITAM COMO VÁLIDA A RELAÇÃO TRIANGULAR ENCONTRADA NO TRABALHO TERCEIRIZADO, NO QUAL TEMOS O TOMADOR DE SERVIÇOS, O PRESTADOR DE SERVIÇOS E A COMPANHIA FORNECEDORA DA MÃO-DE-OBRA."

Dr. Almir Pazzianotto Pinto – Ministro de Estado do Trabalho de 1985 a 1988
Edição nº 71 - Agosto de 2008

AM AS 100 EDIÇÕES

Fórum de Idéias, a **Hortifruti Brasil** entrevistou centenas de pessoas. linha editorial da **Hortifruti Brasil** ao longo dessas 100 edições.



É PRECISO REPENSAR A ADMINISTRAÇÃO DAS PROPRIEDADES

“CORTES NAS INEFICIÊNCIAS DO MANEJO DAS LAVOURAS E A MELHORIA ADMINISTRATIVA DAS PROPRIEDADES SÃO DESAFIOS PARA A SUSTENTABILIDADE DA CADEIA HORTIFRUTÍCOLA.”

Prof. Evaristo Marzabal Neves – ESALQ/USP
Edição nº 35 - Maio de 2005

NÃO É COM FUNCIONÁRIOS QUE SE DESENVOLVE UM PAÍS

“A ÚNICA E EXCLUSIVA RAZÃO PARA TERMOS EMPRESÁRIOS NA ECONOMIA É QUE PRECISAMOS DE ALGUÉM PARA CORRER RISCOS, POIS É SÓ ASSIM QUE O PAÍS CRESCE.”

Prof. Fernando Curi Peres – ESALQ/USP
Edição nº 25 - Junho de 2004



O PESO DA MÁ ALIMENTAÇÃO

“ACHO QUE AS PESSOAS COMEÇARAM A TER PREGUIÇA. EU TRABALHO O DIA TODO E FAÇO VAREJÃO TODA SEMANA. DÁ PARA CONCILIAR O TRABALHO À COMPRA DE ALIMENTOS. CONTROLO OS REFRIGERANTES. EM CASA, TOMAMOS SUCO DE FRUTA.”



Selma Suprindo Fischer – assistente social
Edição nº 32 - Janeiro-Fevereiro de 2005

A CONTA É SIMPLES: 1 HECTARE BEM CORRIGIDO VALE POR 4 MAL NUTRIDOS



“AS SUPERDOSAGENS TÊM COMO PRINCIPAL FUNÇÃO O ‘DESENCARGO DE CONSCIÊNCIA’ DO PRODUTOR QUE NÃO REALIZOU UM BOM PLANEJAMENTO DO SEU PLANTIO.”

Prof. Godofredo César Vitti – ESALQ/USP
Edição nº 29 - Outubro de 2004

FRUTAS CERTIFICADAS



“HOJE, NÃO PODEMOS SEPARAR O SOCIOAMBIENTAL NO SISTEMA DE PRODUÇÃO.”

Emílio Della Bruna – produtor de frutas em Santa Catarina
Edição nº 99 - Março de 2011

TRANSGÊNICOS NA AGRICULTURA

“CADA UM DEVE TER A LIBERDADE DE DECIDIR POR RAZÕES CONCRETAS, OU MESMO POR CONVICÇÕES INTERNAS (SOBRE TRANSGÊNICOS). O QUE ME PARECE SUMAMENTE IMPORTANTE É QUE AS CAMPANHAS MILIONÁRIAS CONTRÁRIAS AOS TRANSGÊNICOS ESTÃO PROCURANDO CONVENCER A SOCIEDADE DE QUE A CIÊNCIA E OS CIENTISTAS NÃO SÃO CONFIÁVEIS. ORA, ISSO É IGNORAR AS IMPORTANTES CONQUISTAS DA CIÊNCIA, QUE RESULTARAM NOS SIGNIFICATIVOS MELHORAMENTOS DA QUALIDADE DE VIDA DISPONÍVEIS NA ATUALIDADE.”



Prof. Ernesto Paterniani (*in memoriam*) – ESALQ/USP
Edição nº 09 - Janeiro de 2003



ENTREVISTA: Silvia Suzuki Nishikawa

“GOSTEI DA PROPOSTA DA REVISTA: OBJETIVA, COM FOCO ESSENCIAL NO AGRONEGÓCIO E SUAS CULTURAS, COM DADOS REALÍSTICOS”

A produtora Silvia Suzuki Nishikawa é leitora da **Hortifruti Brasil** e coleciona a publicação desde a edição nº 01. Em sua propriedade, localizada em Campos Altos (MG), cultiva diversos produtos, como café, milho, soja, trigo, alho, cebola, cenoura e batata. Silvia é formada em Ciências Contábeis e Filosofia Pura e fez vários cursos em Gestão Empresarial, além de participar de workshops e congressos internacionais. Todo esse conhecimento é aplicado para promover uma gestão moderna, com foco na produção com sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Hortifruti Brasil: A senhora pode nos contar um pouco sobre a sua atividade e formação?

Silvia Suzuki Nishikawa: Fui uma das primeiras mulheres a trabalhar no agronegócio no Programa de Assentamento Dirigido do Alto Paranaíba (PADAP), em São Gotardo (MG), em janeiro de 2001. Como não possuía experiência na área agrícola, pois trabalhava em empresa siderúrgica (Companhia Siderúrgica Paulista - Cosipa), há 10 anos procurei me capacitar profissionalmente na área, participando em eventos e dia de campo relacionados ao agronegócio. A Tri 'S' Agronegócios apresenta um modelo de gestão baseada em uma administração aberta aos funcionários e seus familiares, promovendo o crescimento pessoal, familiar e profissional de todos os envolvidos no empreendimento, através de dinâmicas motivacionais elaboradas por profissionais especializados. Além da modernização de nosso parque de máquinas e consequente inovação tecnológica, bem como a busca constante pela otimização da produção, surge um novo modelo de gestão com o slogan "Plantando o que há de melhor".

HF Brasil: Sabemos que a senhora é uma das nossas leitoras que coleciona a Hortifruti Brasil desde o nº 01. Como a senhora conheceu as nossas pesquisas ou a nossa publicação?

Silvia: Eu sempre estou fazendo pesquisas, seja na internet, livros, revistas ou *newsletter*. Lembro que fui a uma palestra em São Paulo e vi a revista **Hortifruti Brasil** sendo distribuída. Na ocasião, fiz o cadastro para recebê-la e gostei da proposta da revista: objetiva, com foco essencial no agronegócio e em suas culturas com dados realísticos.

HF Brasil: Entre as 100 edições, há alguma que foi mais proveitosa para o seu negócio?

Silvia: Em todas as edições, após a leitura, eu seleciono os

itens relevantes para os nossos negócios e, posteriormente, esse conteúdo é discutido em reuniões com os nossos diretores. Por exemplo, as edições que envolvem o levantamento de custos da batata (*Especiais Batata*) e a edição de Gestão da Qualidade (*Setembro/2009, nº 83*) foram referências para desenvolvermos dados comparativos de custos e o aprimoramento de nossa Governança Corporativa, programa este implantado desde 2006.

HF Brasil: Tem algum assunto relacionado ao setor de frutas e hortaliças que a senhora sugere ser abordado ou melhor explorado na nossa publicação?

Silvia: A minha sugestão seria divulgar produtos/serviços "inteligentes" lançados no mercado mundial, especialmente os preservem o meio ambiente e otimizem a produção, levando em conta a sustentabilidade econômica, social e o respeito ao meio ambiente.

HF Brasil: A senhora tem alguma sugestão para a Hortifruti Brasil se preparar para esta década?

Silvia: Segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO/ONU), haverá uma crise mundial de alimentos se os países não se estruturarem para atender tal demanda. Sabemos que o Brasil é considerado um dos celeiros do mundo em termos de terras agricultáveis. Seria interessante expor as dificuldades e diferenças entre o Brasil e os países de primeiro mundo no que tange aos processos produtivos e todas as influências e dificuldades que enfrentamos, influências essas de fatores internos e externos. Sabemos, também, que 92% das empresas no Brasil são familiares, e uma profunda abordagem sobre a sucessão familiar seria interessante, visando essa nova "geração Z", que seria a linhagem após a "geração Y". Como lidarmos com a "geração Z", levando-se em conta que a maioria das empresas são familiares? ■

Parabéns à toda equipe HortiFruti Brasil pela edição



Dow AgroSciences

Assinatura presente desde o número 1!

Uma empresa com tecnologias inovadoras, atuante com grandes e conceituadas marcas no mercado de Hortifruti como a **Dow AgroSciences**, busca constantemente parceiros comprometidos e experientes que levem ao consumidor de seus produtos, mensagens com total credibilidade.

A **Dow AgroSciences** acreditou e reconheceu a excelência do projeto HortiFruti Brasil desde o número 1.

E hoje, pela 100ª vez, com muito orgulho a **Dow AgroSciences** assina esta edição tão importante para todos.

Empresas patrocinadoras da Hortifruti Brasil em 2011



Desde a edição nº 01



Os milagres da ciência

Desde a edição nº 04



Arysta LifeScience

Desde a edição nº 05



Desde a edição nº 12



Bayer CropScience

Desde a edição nº 19



nunhems®

the global specialist

Desde a edição nº 42



Desde a edição nº 44



Desde a edição nº 55



Desde a edição nº 55



Desde a edição nº 58



MAIS VALOR PARA O CONSUMIDOR.®
MAIS VALOR PARA O PRODUTOR.

Desde a edição nº 58



Fazendo Mais pelo Campo

Desde a edição nº 58



Pão de Açúcar

Desde a edição nº 95



(maio/2011)



Agricultura
é a nossa vida

(junho/2011)

Parceiros, muito obrigado pela confiança em nosso trabalho!



Abóbora híbrida japonesa

TAKAYAMA F1

A mais cultivada em todo o Brasil.

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

PARA USO DOS CORREIOS

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

Reintegrado ao Serviço Postal em ____/____/____

Em ____/____/____ Responsável _____

Impresso
Especial
FEALQ
... CORREIOS ...

9912227297-2009 - DR/SPI



IMPRESSO

Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ

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

Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829

e-mail: htfbrasil@esalq.usp.br



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

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

Abóbora híbrida japonesa

TAKAYAMA F1

- Alta produtividade
- Maior espessura de polpa
- Frutos grandes
- Resistências: Foc

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

www.AGRISTAR.com.br

Tel.: 24 2222-9000

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