

Hortifruti Brasil

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 18 - Nº 191 - Julho de 2019 - ISSN 1981-1837

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

www.copoa.esalq.usp.br/hforasil

Fruticultor pode ter outra fonte de renda: o turismo!



Amistar[®] Top

O fungicida especialista em prevenir manchas e cuidar da saúde de suas frutas e vegetais.



- Duplamente sistêmico
- Controle superior com alta seletividade
- Registro para 29 frutas e vegetais

Informe-se sobre e realize o Manejo Integrado de Pragas.
Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos.

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.portalsyngenta.com.br

Dr. Amistar Top



 **Amistar[®]Top**

syngenta.

Quando a conexão
é contagiante

Gestão de Negócios

Marketing

Agronegócios

Gestão de Projetos

Varejo e Mercado de Consumo

Gestão em Cooperativas de Crédito

#todaemoçãodeser

AULAS E PROVAS
ONLINE *

TODA MBA
EMOÇÃO USP
DE SER ESALQ

🏠 mbauspesalq.com
📷 [/mbaesalqusp](https://www.instagram.com/mbaesalqusp)
☎️ (19) 3377.0937
📞 (19) 99948.4769

*A última prova do curso (de qualificação) deverá ser feita presencialmente no campus da USP/Esalq, em Piracicaba/SP.

EDITORIAL

"ABRIR A PORTEIRA" PARA O TURISMO RURAL PODE GERAR RENDA EXTRA AO PRODUTOR



Marcela Barbieri (à esq.), Gabriel Barbosa e Laís Marcomini são os autores da matéria sobre turismo rural.

Quem é que não gosta de ser turista? Conhecer novas paisagens, ter contato com a natureza, respirar novos ares. Viajar sempre é uma boa pedida! E são vários os elementos que influenciam as pessoas na escolha do local ideal para um passeio, mas muitas têm prezado a busca por "coisas simples" e autênticas, que as levem para longe da complexidade do meio urbano e ofereçam experiências memoráveis. É neste cenário que o Turismo Rural ganha cada vez mais destaque dentre as diversas modalidades turísticas existentes atualmente.

Assim, "abrir a porteira" para receber turistas pode ser uma boa opção de renda extra para agricultores. E produtores de frutas são grandes privilegiados nesta categoria, tendo em vista que, além de poder continuar comercializando a sua produção, muitas vezes podem também realizar o chamado Frutiturismo. Oferecer a atividade turística, no entanto, exige adaptações e investimentos dentro da propriedade – atratividade, acessibilidade, divulgação, infraestrutura, mão de obra, entre outros –, mas pode valer a pena.

Na matéria desta edição, nós trazemos exemplos do que deu certo em regiões tradicionalmente turísticas e também nas que ainda tem baixa prática dessa atividade, mas que têm grande potencial de expansão. Além disso, buscamos as principais diretrizes para a construção de um frutiturismo sólido e de sucesso.

De fato, o frutiturismo é uma boa atividade para o produtor investir e geradora de renda extra para produtores de frutas. No entanto, independentemente do tamanho e da infraestrutura da propriedade, a atividade turística dentro da fazenda não consegue se manter rentável como função única, devido à demanda muito heterogênea nesse setor.

EXPEDIENTE

www.hfbrasil.org.br

COORDENADOR CIENTÍFICO

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros

EDITORES ECONÔMICOS

João Paulo Bernardes Deleo, Fernanda Geraldini Palmieri, Marina Marangon Moreira, Marcela Guastalli Barbieri e Margarete Boteon

EDITORA EXECUTIVA

Daiana Braga Mtb: 50.081

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Alessandra da Paz Mtb: 49.148

REVISÃO

Daiana Braga, Bruna Sampaio, Caroline Ribeiro, Nádia Zanirato e Flávia Gutierrez

EQUIPE TÉCNICA

Ana Raquel Mendes, Andréa Cimino Gonzalez Rodrigues, Caroline Ribeiro, Eduarda da Costa Pinheiro, Gabriel Coneglian Barbosa, Gabriel Pacheco de Carvalho Oliveira, Heitor Araujo Cintra Inacio, Isabela Camargo Gonçalves, João Pedro Motta de Paiva, Laís Ribeiro da Silva Marcomini, Laleska Rossi Moda, Lenise Andresa Molena, Luana Maria Martins Guerreiro, Marcela Larissa Apolinário Mian, Maria Giulia Barbosa Marchesi, Mariana Coutinho Silva, Raquel Moreira Sabelli e Rodolfo Fernandes Hackmann

APOIO

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

LAYOUT

Equipe Comunicação Cepea
Rogério Bosqueiro Jr.

DIAGRAMAÇÃO ELETRÔNICA/CAPA

Guia Rio Claro.Com Ltda
enfaserioclaro@gmail.com

IMPRESSÃO

www.graficamundo.com.br

A Hortifruti Brasil é uma publicação do CEPEA - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - ESALQ/USP | ISSN: 1981-183

CONTATO:

Av. Centenário, 1080 | Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)
Tel: 19 3429-8808 | hfbrasil@cepea.org.br

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



6 - Julho de 2019

ÍNDICE **16** TOMATE

18 CEBOLA

19 BATATA

20 CENOURA

21 ALFACE

22 MAÇÃ

23 MELÃO

24 MAMÃO

25 MANGA

26 MELANCIA

28 UVA

29 BANANA

30 CITROS



CAPA **10**

Nesta edição, a Hortifruti Brasil traz exemplos do que deu certo e também quais são as principais diretrizes para a construção de um frutiturismo sólido e de sucesso no Brasil.

HF BRASIL NA REDE



hfbrasil.org.br



@revistahortifrutibrasil



@hfbrasil



Hortifruti Brasil



99128.1144



@hfbrasil

**A PROTEÇÃO QUE
VALORIZA SEU BEM
MAIS VALIOSO.**



SIVANTO[®]
prime 200 SL

Chegou o novo inseticida da Bayer.

- Novo grupo** químico
- Paralisação instantânea** nas pragas sugadoras*
- Penetração rápida** na planta**
- Seletividade** para insetos benéficos***

Sivanto[®]
A praga para. Seu cultivo valoriza.



Se é Bayer, é bom



Bicho mineiro

Psilídeo

Mosca branca e cigarrinha-verde

Mosca branca

Mosca branca

Filoxera

Mosca branca

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.**



* Estudos de EPG (Electrical Penetration Graph) realizados por IAGTESALD.

** Estudos realizados por Bayer/AG.

*** Baseado no IOIC (International Organization on Biological and Integrated Control).



www.sivanto.com.br

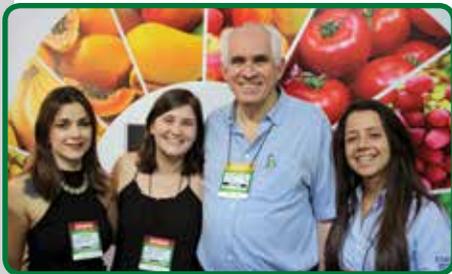
RADAR HF – HORTITEC 2019

HF BRASIL TRANSMITE ENTREVISTAS **AO VIVO** E LANÇA REVISTA EM VERSÃO WHATSAPP NA HORTITEC



Leitores visitam o estande da HF no estande.

Com várias novidades, a equipe da Hortifruti Brasil participou da 26ª Hortitec, de 26 a 28 de junho, em Holambra (SP). Dentre as inovações, destacam-se as transmissões ao vivo, pelo Facebook, direto do estande (Sala do Produtor Virtual), com entrevistas diárias com convidados e pesquisadores sobre o cenário atual e as perspectivas para frutas e hortaliças, economia, tendências de varejo, gestão e custo de produção. Mesmo não visitando a Hortitec pessoalmente, muitos leitores interagiram com a equipe, enviando perguntas que foram respondidas ao vivo. Houve, também, o lançamento da revista Hortifruti Brasil versão WhatsApp, além da realização de novos cadastros e distribuição de brindes exclusivos. Todas as entrevistas realizadas no estande estão disponíveis na página da Hortifruti Brasil no Facebook. E se você ainda não recebe a versão WhatsApp da revista, mande #LISTAHF para (19) 99128-1144. Confira quem nos prestigiou na Hortitec:



Daiana Braga, Marcela Barbieri,
José Roberto Prado e Ana Mendes



Ana Mendes, Roberto Kobori e
Marcela Barbieri



Margarete Boteon, Antonio Simonetti,
Fernanda Geraldini e Carol Ribeiro



Fernanda Geraldini, Célio e Letícia Araújo



Celso Castro e Daiana Braga



Barth, da Hortiguauçu



Rogério Soares e Lenise Molena



Carol Ribeiro, Emilio Cesar Favero e
Fernanda Geraldini



João Vivarelli e Isabela Rossetto



Kamille Volpato e Carolina Braga



André Yamamoto



Alguns convidados que foram entrevistados ao vivo através do Facebook no estande.



Luana Guerreiro, Adalton Azevedo Costa e Alessandra Costa



Marcela Barbieri entre Cícero Sebastião e Maria Leticia



Jéssica Santos, Bianca Souza e Thiago Karpinski



Margarete Boteon e Lucas Nóbrega



Charles Silva, Pedro Urita, Fernanda Geraldini e Elissandra Teobaldo



Clero Chaves Ferreira, Edvan Batista Gomes, Ana Mendes e Emanuel Alves



Fernanda Geraldini, Rogério Bosqueiro, Romildo Gonçalves e Laís Marcomini



Laís Marcomini, Rogério Bosqueiro, Ademir e Patrícia Ogata



Rogério Bosqueiro, Fernanda Geraldini, Cezar Augusto Liborio, Ideildo Guimarães e Laís Marcomini



Estudantes da Universidade Tuiuti do Paraná



Lucas Piontkievic, Kamille Volpato, Bruna Vacelik, Jaíne Déda e Carolina Braga



Danilo Passos



Daniel Ichimura, Marina Marangon e Yuichi Ichimura



Rodrigo Medeiros e Marina Marangon

FRUTICULTOR PODE TER OUTRA

O FRUTITURISMO

Muitas pessoas que vivem em ritmo frenético em grandes cidades têm procurado, cada vez mais, estar em contato com a natureza, nem que seja por algumas horas, um dia ou um final de semana. E isso está ligado a buscas pelo bem-estar e pela “liberação” de estresse gerado pelo dia a dia agitado em ambientes urbanos.

Nesse sentido, o turismo rural tem sido uma opção de passeio para essa população. A propriedade rural, além de oferecer um convívio em meio à natureza, permite que pessoas façam parte dela, por meio de diferentes atividades e experiências, como colher manualmente alimentos direto no pé e apreciar a beleza de uma florada.

E produtores de frutas são grandes privilegiados nesta categoria de turismo. Além de poder continuar comercializando a sua produção, esses produtores muitas vezes podem ampliar sua fonte de renda por meio do chamado **Frutiturismo**. Oferecer a atividade turística, no entanto, exige adaptações e investimentos dentro da propriedade, mas pode valer a pena. Nesta matéria da **Hortifruti Brasil**, pesquisadores trazem exemplos do que deu certo e também quais são as principais di-

retrizes para a construção de um frutiturismo sólido e de sucesso.

De acordo com o Ministério do Turismo, o Turismo Rural também abrange a natureza e as tradições locais. Ou seja, as atividades internas de uma propriedade agrícola podem ser importantes “atrações” aos visitantes. A contemplação da natureza devidamente conservada no interior da propriedade pode ser um chamativo, assim como a produção artesanal e o consumo de produtos e derivados extraídos da própria fazenda.

Parece simples: de um lado, o turista “escapa” da correria do dia a dia, contempla o sossego e a tranquilidade do campo e ainda leva para a casa algumas experiências singulares da vida do campo. Do outro, o produtor diferencia a atividade, gera uma nova fonte de renda e ainda mantém o pleno funcionamento do seu negócio agrícola. Para colocar tudo isso em sintonia, contudo, é importante que produtores conheçam bem seus clientes, entendam suas necessidades, os conduzam a **experiências** únicas e os **engajem** com estratégias de *marketing*.

TURISMO RURAL:

Segundo o Ministério do Turismo, o “Turismo Rural” é caracterizado pelo conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. **Frutiturismo** seria, então, a expressão dessas atividades no interior de uma propriedade direcionada à produção de frutas.

PRINCÍPIOS QUE NORTEIAM A PRÁTICA DO TURISMO RURAL

Experiência do consumidor

A visita à propriedade fruticultora pode mexer com a memória afetiva do consumidor, no sentido de que pode favorecer lembranças e/ou recordações e de gerar uma “nova vivência”. Assim, além das atividades no campo, é interessante buscar outros exercícios, que “conquistem” todos os sentidos. Um exemplo é a prática de trilhas, que pode levar o turista a sentir o aroma de uma florada, ao conhecimento dos sistemas de produção, à aprendizagem do cultivo e, principalmente, ao consumo de produtos frescos, maximizando a experiência. Outra prática muito comum e bastante adotada por produtores de frutas é o modelo “colha e pague” – abordado a seguir.

Marketing de engajamento

Partindo do princípio de que o objetivo é a geração de experiências positivas para o consumidor por meio da interação do homem-natureza e da aproximação com a produção de frutas, usa-se o *marketing* de engajamento para envolver as pessoas de forma duradoura e criar interações com significado na “vida do campo”. Esse modo de interação tenta aumentar a relação do produtor com o consumidor, para que não fique somente baseada na venda e na compra – tentando acabar com a ideia de que os produtores apenas produzem e os consumidores apenas consomem.

FONTE DE RENDA: O TURISMO!

O MODELO “COLHA E PAGUE”

Dentro do frutiturismo, é comum a utilização da modalidade “colha e pague”, ou também conhecido como “apanhe e pague”. Como o nome já diz, trata-se da colheita de frutas realizada pelos próprios turistas. Porém, esse sistema pode ocorrer de duas formas: na primeira, o consumidor paga uma certa quantia e pode consumir os frutos à vontade na propriedade; em outra, o turista apanha o que deseja levar e paga pelo volume colhido.

Além de ser uma forma de ampliar a receita, já que agrega valor às frutas, o produtor pode poupar gastos com a mão de obra na colheita. Por outro lado, a propriedade terá que investir mais em capacitação dos funcionários para outros tipos serviços (como guia turístico), em infraestrutura para

atender a necessidades de clientes (como banheiros) e em divulgação, essencial para atrair novos consumidores. A sazonalidade da fruticultura também se torna limitante. Por isso, é interessante a utilização de espécies variadas e escalonadas, que possibilitem uma renda contínua.

A perspectiva é de que o modelo de “colha e pague” continue crescendo, visto que as pessoas estão cada vez mais interessadas na saudabilidade e na procedência do alimento. Vale ressaltar que o frutiturismo é bastante comum em propriedades próximas às grandes cidades, já que a demanda aumenta em finais de semana, feriados e férias. Mas nada impede que ocorra em outras regiões – como apresentado na página 14.

Modelo “pague e colha” na produção de jabuticaba

No distrito de Joaquim Egídio, em Campinas (SP), a engenheira agrônoma Susanna Ulson tem, há anos, consolidada a atividade conhecida, neste caso, como “Pague e Colha da Jabuticaba”, na centenária Fazenda Santa Maria. Com uma produção orgânica de jabuticabas, os visitantes podem consumir a fruta “direto do pé”. A produção da Fazenda Santa Maria é 100% destinada ao pague e colha.

Somente durante a safra que a propriedade é aberta, das 8 às 14 horas, momento em que visitantes passam por uma experiência de contato com a natureza, e muitas vezes têm a sua memória afetiva aflorada, numa paisagem natural e histórica. A programação atende a crianças, adultos e terceira idade, garantindo uma experiência completa para todos. As edições do “Pague e Colha da Jabuticaba”

costumam ocorrer em outubro – época da safra. Além da fruta *in natura*, os turistas podem adquirir produtos artesanais, como licores – atualmente, o portfólio já conta com quase 10 diferentes produtos. Destaca-se que são recebidas, no máximo, 250 pessoas por dia.

O início da atividade começou após uma experiência internacional, quando a proprietária enxergou o lugar como potencial. Houve um processo de estruturação, participação em programas educacionais e um toque de história familiar, que tornaram a propriedade uma atração turística. A Fazenda Santa Maria já conquistou clientes fiéis e conta com uma demanda robusta pelas jabuticabas e pelo dia no campo. Além da colheita, o espaço permite a realização de piqueniques, tornando a experiência mais completa – inclusive, a prática é bastante estimulada por Susanna, que valoriza o contato com a natureza, o “sentar no chão” e o apreço pela fruta.

Ainda que localizada numa região favorável, o ponto-chave para a divulgação do lugar foi o *marketing* espontâneo e extremamente engajado. Mesmo que importantes veículos de informação tenham procurado a proprietária da Fazenda e contribuído na divulgação da atividade, as redes sociais auxiliaram e proporcionaram uma visibilidade bastante consistente, visto que fotos e vídeos foram “viralizadas”.

Satisfeita com a produção e com a notoriedade, Susanna afirma que o turismo, além de contribuir no orçamento, junto com a venda das frutas e dos produtos, garante o caixa do ano todo. A agrônoma também consegue driblar a sazonalidade da fruta com a compra de jabuticabas dos vizinhos, formando uma cadeia produtiva efetiva e anual.



QUAIS AS PRINCIPAIS DIRETRIZES PARA A CONSTRUÇÃO DE UM FRUTICULTIVO?

Veja quais ações não podem faltar

ADEQUAÇÃO A NORMAS

Como o frutiturismo está sujeito a normas e a legislações que contemplam diversos aspectos (ambientais, culturais, trabalhistas, comerciais, sanitários, turísticos, agrícolas, entre outros), é necessário o levantamento e o cumprimento destas. Nesse sentido, profissionais especializados podem dar auxílio para esse tipo de adequação, no intuito de proporcionar segurança ao consumidor, evitar conflitos legais e assegurar a qualidade e a competitividade da atividade.

DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO

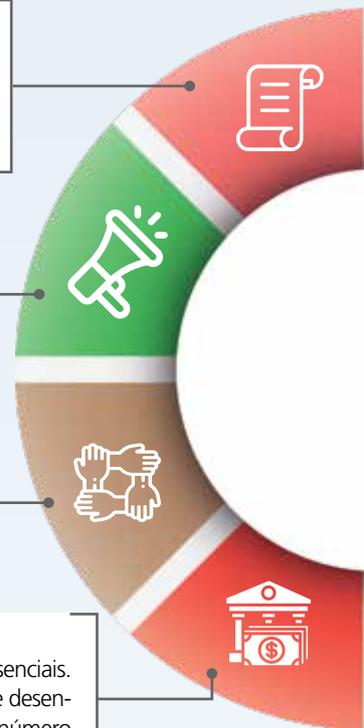
Para garantir a qualidade da prática do frutiturismo, é essencial que os iniciantes desenvolvam estudos – juntamente com pesquisadores e instituições públicas – sobre o planejamento, execução, gestão e promoção da atividade. Mas o trabalho não deve acabar por aí: após a obtenção das informações e resultados, o fruticultor deve compartilhar suas experiências com a comunidade local. Essa ação pode despertar o interesse de mais pessoas na obtenção de informações e favorecer a promoção da atividade.

COOPERAÇÃO E FORTALECIMENTO DA ATIVIDADE

Ninguém constrói nada sozinho! Para isso, fruticultores devem estabelecer convênios, acordos e parcerias interinstitucionais e intersetoriais, de forma a trocar experiências, unir esforços e recursos com interesse de viabilizar e agilizar o funcionamento do frutiturismo numa determinada região. A criação e fortalecimento de instituições e órgãos representativos locais também são importantes para assegurar os interesses comuns.

CAPTAÇÃO DOS INVESTIMENTOS

Para o fomento do frutiturismo, cooperações técnica e financeira dos setores público e privado são essenciais. A implementação, adequação e melhoria de infraestrutura, produtos e serviços devem ser planejadas e desenvolvidas de forma integrada e regionalizada, considerando suas especificidades e limitações quanto ao número de turistas a serem recebidos, a fim de valorizar o atendimento personalizado e tipicamente familiar.



Atenção: As diretrizes apresentadas acima servem para deixar o caminho de viabilização da atividade frutiturística mais claro e objetivo, mas não existe uma ordem correta a se seguir. Inclusive, nem sempre todas as diretrizes precisam ser trabalhadas, já que algumas regiões produtoras podem estar mais avançadas turisticamente, ou mesmo estarem arranjadas de formas produtivas diferentes.

CASO DE SUCESSO: O Circuito das Frutas

O **Circuito das Frutas** é um roteiro tradicional do estado de São Paulo, que compreende os municípios de Atibaia, Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Jundiá, Louveira, Morungaba, Valinhos e Vinhedo. Formado em 2002, a rota tem como um dos pontos altos para a realização do turismo diversas propriedades com **produção de frutas**. É importante salientar que a união dos municípios visa fortalecer não só a atividade turística, como também a produção local.

De modo geral, essa rota conta com o dia a dia do campo, frutas frescas, tradições familiares e da comunidade e produção de derivados, além da hospitalidade. As adegas de **vinho artesanal** e alambiques são o que mais chamam a atenção. Diante da programação, que costuma ser roteirizada, os turistas contam com uma experiência gastronômica e, inclusive, têm sua memória afetiva despertada com as opções de comida “da fazenda”, “causos” do interior, paisagens, sons e o cheiro da comida de fogão a lenha. A viagem torna-se um misto de sentidos e memórias, em que as vivências do dia são as responsáveis por maximizar a experiência.

Destaca-se que, além da roteirização, as cidades contam com **infraestrutura** para acomodação (pousadas e hotéis), alimentação (restaurantes,

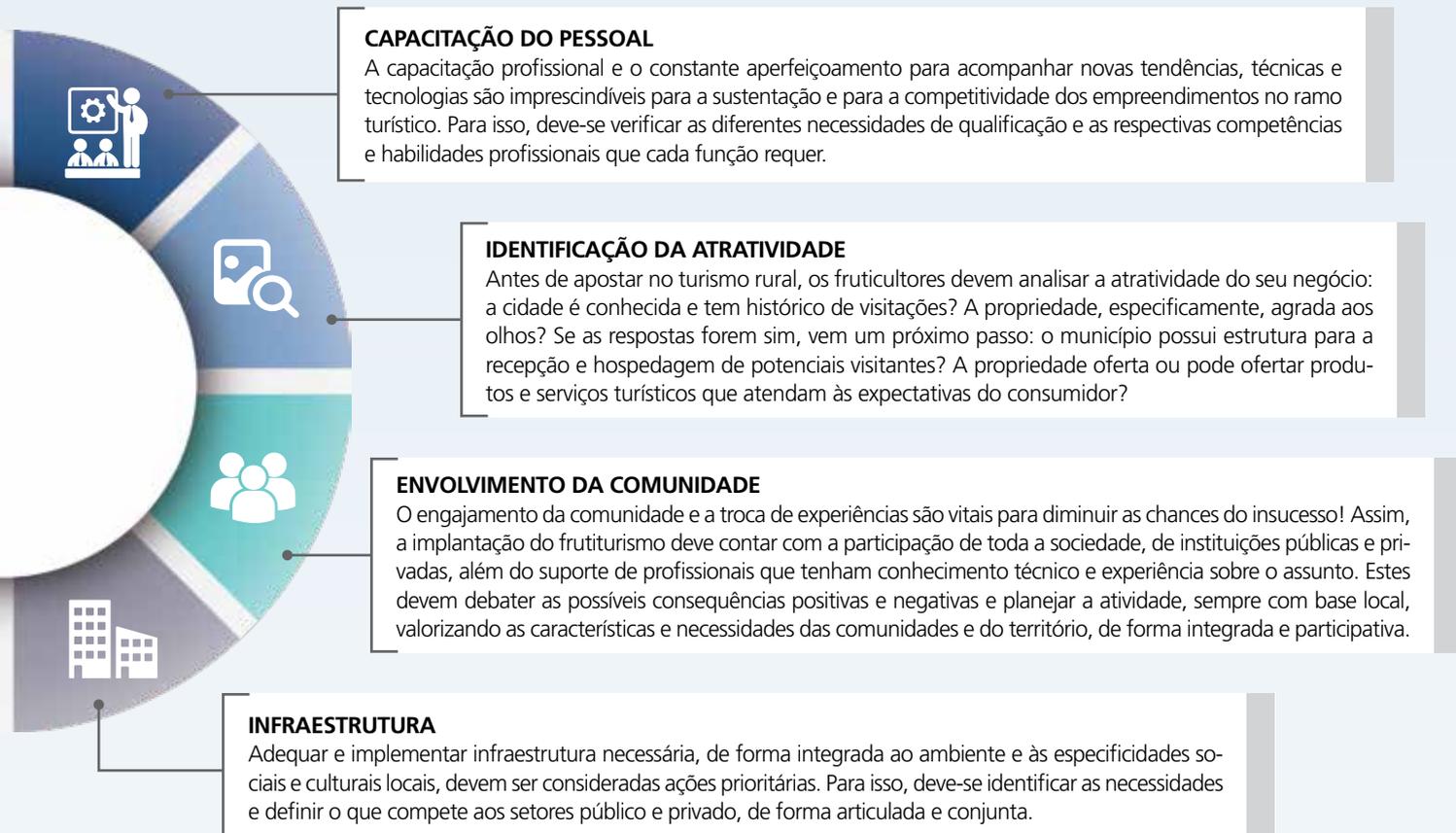
cantinas, etc.) e lazer (parques e lojas com produtos locais). Em termos de calendário, os eventos são fatores que também auxiliam na divulgação da região como turística. Em épocas variadas do ano, são diversos os **eventos** ligados à fruticultura: Festas da Uva, do Morango, do Caqui, entre outros.

Esse sucesso é favorecido, também, pelas condições econômicas desses municípios – alguns estão entre os melhores em **qualidade de vida** no Brasil! De acordo com o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal, que acompanha anualmente o desenvolvimento socioeconômico dos municípios brasileiros em três blocos (emprego e renda, educação e saúde), **noves dos 10** municípios do Circuito das Frutas estavam entre os 100 melhores do Brasil em 2016 (último dado disponível): Louveira estava em 1º, Itatiba, em 9º, Itupeva, em 10º, Jundiá, em 12º, Vinhedo, em 20º, Indaiatuba, em 33º, Atibaia, em 56º, Jarinu, em 75º e Valinhos, em 92º. Além disso, a média do PIB (Produto Interno Bruto) per capita dessas 10 cidades do Circuito é de R\$ 81,8 mil, valor 154% superior à média do estado de São Paulo (R\$ 32,2 mil), segundo o IBGE.



ÇÃO DE UM FRUTITURISMO SÓLIDO E DE SUCESSO?

na implementação dessa atividade!



Fonte: Elaborado pela Hortifruti Brasil com base no Ministério do Turismo (2004 e 2008) e Sebrae (2013).

Quais as oportunidades e desafios de estar dentro de uma região turística?

Desenvolver o frutiturismo em uma região já considerada turística apresenta boas oportunidades, principalmente quando se trata da divulgação, acesso à informação e capacitação. Contudo, ainda há alguns desafios, principalmente quando a atividade não é a prioridade da administração pública local.

Para entender melhor este cenário, a **Hortifruti Brasil** entrevistou o produtor Daniel Micheletto, do sítio Santa Rita, em Louveira (SP), dentro do Circuito das Frutas, uma região turística formalizada em 2002 e que vem se destacando entre os circuitos rurais.

De acordo com Micheletto, a iniciativa de criar uma atividade turística no sítio surgiu como uma alternativa da atividade produtiva de uva, que estava na sua família há gerações. Assim, o produtor buscou mesclar pontos tradicionais de sua história no roteiro turístico com as novas necessidades do mercado – para obter não só produtos de qualidade, mas também atender a diferentes perfis de público. Nesse contexto, além da tradicional uva de mesa, Micheletto reintroduziu diferentes variedades de uvas, que, após serem processadas na vinícola rural, dão origem a

vinhos comuns e finos, que são comercializados no local.

Para melhor se adequar às diferentes demandas dos consumidores, a propriedade oferece roteiros convencionais (para famílias, casais, idosos, entre outros), pedagógicos (para escolas) ou técnicos (para especialistas, agricultores, alunos de agronomia etc.). Turistas podem visitar os parreirais e também comprar uvas, outras frutas locais, vinhos Micheletto e produtos artesanais diversos. Essa aproximação entre o produtor e o consumidor permite o entendimento do processo produtivo – que passa a ser visto “com outros olhos” e valorizado após a experiência. Os três pilares do sítio Santa Rita são a qualidade dos produtos, a paisagem rural e o atendimento personalizado, para envolver as pessoas e criar interações que não sejam baseadas somente na relação de compra e venda.

Mesmo há alguns anos desenvolvendo a atividade, Micheletto relatou que ainda existem desafios a serem driblados na implantação do frutiturismo, como a versatilidade em conseguir atender a um público diverso, a viabilização de um fluxo de pessoas durante a semana e o enfrentamento da sazonalidade junto aos custos fixos. Algumas iniciativas ainda ficam dependentes dos próprios produtores, principalmente em termos de infraestrutura, captação e empoderamento de funcionários.

E fora de uma região turística? Como funciona?

Desenvolver o frutiturismo fora de uma região considerada turística é mais difícil, mas não é impossível. De modo geral, neste caso, é necessário trabalhar de forma mais efetiva em pontos básicos, como infraestrutura, divulgação, mão de obra, entre outros – que estariam mais evoluídos numa região turística. Para entender melhor este cenário, a **Hortifruti Brasil** entrevistou o produtor Luís Milner, da Chácara Catavento, localizada no distrito de Tupi, em Piracicaba (SP).

A atividade da Chácara Catavento começou por conta da própria demanda local, que contribuiu ativamente na divulgação. Em 2016, o proprietário recebeu pela primeira vez alguns grupos de famílias para realizarem a colheita dos mirtilos e de outras frutas vermelhas.

Com isso, Milner investiu na construção de uma experiência para que os participantes criassem uma conexão com a produção dessas frutas, tendo se espelhado em rotas já conhecidas nacionalmente, como o Circuito das Frutas. Para isso, o produtor contou com ajuda, também, da comunidade acadêmica.

Apesar da proximidade com grandes centros urbanos e a boa infraestrutura fora da propriedade, Milner afirmou que as iniciativas de *marketing* e a infraestrutura tiveram que ser bem efetivadas e aprimoradas continuamente.

Ainda que tenha potencial, a atividade está em processo de consolidação, já que é muito recente. A ideia agora é expandir esse exemplo para a comunidade local, buscando por parceiros e pela criação de uma nova rota, que conte com outras propriedades e consolide ainda mais esse tipo de turismo na região. Milner conta que já encontrou dois parceiros, um produtor de leite e outro de shimeji, para a criação da “Rota de Tupi”.

Outro exemplo é o Instituto H&H Fauser, uma organização não governamental de Paraibuna (SP), fundada em 2006, que promove a cultura, o desenvolvimento sustentável e as conservações do meio ambiente e dos patrimônios histórico, artístico e cultural. Susi Fauser, coordenadora de projetos do Instituto, conta que Paraibuna, que já era reconhecida por suas festas religiosas, passou, com auxílio do Instituto Fauser, a profissionalizar o Turismo Rural. Tudo começou com o pedido de “ajuda” de um produtor de frutas da região, que necessitava de auxílio para colocar em prática o frutiturismo.

Por meio do Programa de Jovens, Meio Ambiente e Integração Social, o Instituto Fauser desenvolveu um projeto de turismo rural – que acabou sendo premiado na Feira Brasileira de Ciências e Engenharia (Febrace) –, capacitando os jovens da região, que auxiliaram nesse desenvolvimento.

Como resultado, a rota de turismo rural da região conta, hoje, com três propriedades de diferentes propostas – lá, pode-se vivenciar a produção de frutas nativas, de cana-de-açúcar e de leite, além de toda cultura e natureza local. O sítio do leite, por exemplo, oferece uma alimentação típica caipira para os turistas.

De acordo com o Instituto Fauser, esse tipo de turismo foi proporcionado nesta região pela união dos produtores, empresários, comunidade, ONG e prefeitura, que apoiam bastante o desenvolvimento dessa atividade – já que viram boas oportunidades com a permanência dos turistas na região. Apesar das dificuldades de capacitação do pessoal e de infraestruturas, trabalhos já têm sido realizados. Assim, o Instituto Fauser acredita que o Turismo Rural continuará crescendo e ganhando cada vez mais destaque em Paraibuna.

FRUTITURISMO É VIÁVEL COMO FONTE EXTRA DE RENDA

O levantamento realizado pela equipe da **Hortifruti Brasil** para esta matéria de capa mostra que o frutiturismo pode ser uma boa atividade geradora de renda extra para produtores de frutas. No entanto, independentemente do tamanho e da infraestrutura da propriedade, a atividade turística dentro da fazenda não consegue se manter rentável como função única.

E o motivo para essa inviabilidade do frutiturismo como principal atividade é o fato de existir uma demanda muito heterogênea nesse setor, o que dificulta a completa adaptação da propriedade. No geral, qualquer agricultor pode investir no frutiturismo, mas produtores já que estão localizados em regiões turísticas tendem a ter muito mais facilidade para desenvolver a atividade frente aqueles que não estão.

As diretrizes para a construção de um frutiturismo sólido e de sucesso apresentadas nesta matéria nas páginas 12 e 13 são como um “passo a passo” de como fruticultores podem entrar nesse tipo de atividade. Contudo, nem sempre

há necessidade de produtores se adequarem a todos os pontos apresentados – isso vai depender de cada propriedade, objetivo, região, entre outros. E a partir da aplicação destas diretrizes, a atividade tende a se tornar mais coesa, integrada, proporcionando benefícios para as comunidades, em um contexto macro.

Os interessados em implantar o frutiturismo em suas propriedades também precisam avaliar uma série de questões internas de sua produção e relacionadas à comunidade, ao município e à região. Assim, a regionalização é um ponto relevante, no sentido de que torna a atividade mais integrada e fortalecida, além de costumes, história e produções locais.

Ressalta-se que um frutiturismo ordenado e fortalecido depende fortemente de ações articuladas por parte dos setores público e privado, principalmente no que diz respeito à infraestrutura. Ainda assim, a sustentação da atividade não pode ser garantida, diante das necessidades das constantes adaptações com uma demanda tão heterogênea. ■



**FMC**An Agricultural
Sciences Company

**Agora ficou difícil
para as lagartas:**

Avatar[®]

chegou para controlar.

Com modo de ação único, **AVATAR[®]** chegou para combater as lagartas de difícil controle em 36 culturas de HF. A solução que faltava para o **MIP - Manejo Integrado de Pragas**.

- Alta potência inseticida contra as lagartas de difícil controle
- Formulação eficiente que proporciona melhor cobertura da área foliar
 - Seletivo a inimigos naturais

**Avatar[®] no controle.
Melhor qualidade e produtividade.**

**ATENÇÃO**

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO.

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. Siga as recomendações de controle e restrições estaduais para os alvos descritos na bula de cada produto. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e os restos de produtos. Uso exclusivamente agrícola.

Copyright © Junho 2019 FMC. Todos os direitos reservados.



+16%



Jun/19
X
Mai/19

Elevação no preço médio do salada 2A em Venda Nova do Imigrante (ES)

Rentabilidade

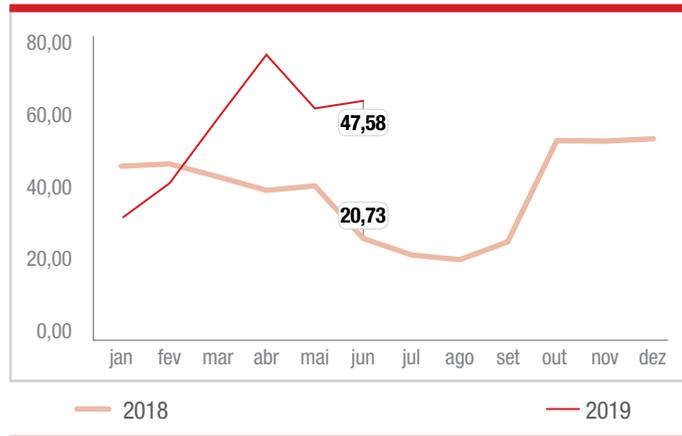
do salada 2A em Venda Nova do Imigrante (ES)

78,81 (preço)
-31,00 (custo)

+R\$ 47,81/caixa

Baixas temperaturas sustentam preços

Preços médios da venda do tomate salada 2A longa vida ao produtor (todas as regiões) - R\$/caixa



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

Jun/19



Menor temperatura afeta maturação de frutos e reduz oferta



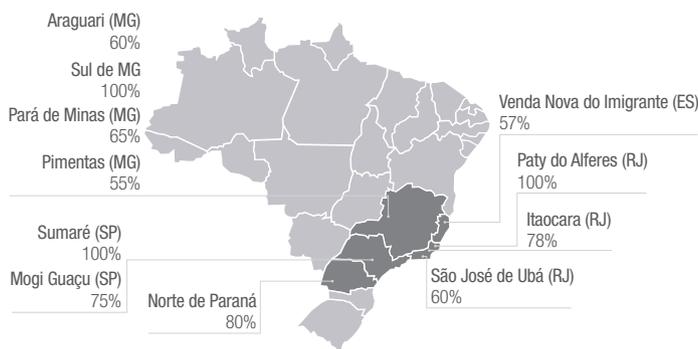
(Jun/19)

Bacteriose

Com o clima mais seco, incidência de bacterioses é menor nas lavouras da safra de inverno

O preço do tomate salada 2A fechou com média de R\$ 77,96/cx em junho, ao produtor, aumento de 12% em relação a maio. A elevação está atrelada à menor oferta, resultado ainda dos problemas nas mudas em Sumaré (SP) e também das temperaturas mais baixas em todas as praças da safra de inverno que atrasaram a maturação dos frutos. Os altos preços garantiram boa rentabilidade ao produtor, exceto em Sumaré, para aqueles que tiveram problemas com as mudas. Com menor volume de chuvas na safra de inverno, o controle das bacterioses foi maior, reduzindo os problemas em relação a maio.

1ª PARTE DA SAFRA DE INVERNO DEVE TER 84% DA COLHEITA CONCLUÍDA ATÉ JULHO



Estimativa (%) da área colhida (jun-jul/19) frente ao total cultivado – 1ª parte da safra de inverno 2019

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

A disponibilidade deve aumentar em julho se as temperaturas não forem muito baixas.



Colheita

Sumaré (SP) e Paty dos Alferes (RJ) devem finalizar a colheita das lavouras da primeira parte da safra de inverno em julho.



Transplântio

Em julho, Sumaré (SP) e Paty do Alferes (RJ) devem concluir 50% dos transplântios da segunda parte da safra.

NÃO ELEJA PRAGAS

ihara.com.br

Não deixe os insetos governarem sua lavoura. Confirme **ELEITTO**, o novo inseticida de **amplo espectro** com **ação de choque** e **longo residual**. Especialmente desenvolvido pela IHARA para a **hortifruticultura**, **ELEITTO** coloca sua produção em primeiro lugar.



Possui registro
para 18 culturas



Pode ser aplicado via terrestre ou aérea em qualquer fase da cultura, inclusive na florada



Pode ser aplicado próximo à colheita



Multipragas



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 pessoas do sexo. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Use exclusivamente agrícola.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.

Eleitto

IHARA

**Agricultura
é a nossa vida**

+45%



Com menor volume, preços para o produtor se elevam em Irecê (BA)



Qualidade

Qualidade melhora no Cerrado após alta incidência de bacteriose, e colheita se intensifica

Safra nordestina se aproxima do fim com alta nos preços

Preços médios recebidos por produtores de Irecê (BA) pela cebola (R\$/kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/19)



Queda na oferta de Irecê (BA) e do Vale do São Francisco impulsiona cotações

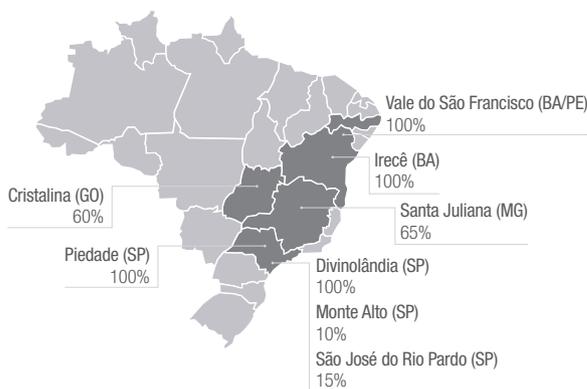


Importações

Variação do volume (%) importado da Argentina em junho frente a maio

Em junho, a oferta de cebola no mercado nacional permaneceu baixa, devido ao menor volume ofertado por Irecê (BA) e pelo Vale do São Francisco. A qualidade do bulbo melhorou ao longo do mês, tendo em vista a não ocorrência de chuvas nas roças nordestinas – ainda assim, a aparência da cebola ofertada foi distinta. No Cerrado, a qualidade também se elevou, mas o volume disponível ainda permaneceu reduzido. Com a menor oferta no Brasil, a importação de cebola da Argentina se prolongou, e pode ser finalizada em julho. A previsão é de queda nos preços internos em julho, uma vez que o Cerrado deve aumentar a oferta e, São Paulo, iniciar a colheita.

COLHEITA SE INICIA EM MONTE ALTO E SÃO JOSÉ DO RIO PARDO (SP)



Estimativa (%) de comercialização (jul/19) da safra bulbinhos 2019 (mai/19 a jun/19) e híbridas (jul/19 a out/19) em São Paulo, no Cerrado (mai/19 a out/19) e no Nordeste (safra 1º sem-fev/19 a nov/19)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Colheita

A colheita em Monte Alto e em São José do Rio Pardo (SP) se inicia em julho. A expectativa é de baixa produtividade, sobretudo devido a problemas fitossanitários.



Oferta

As atividades de campo em Minas Gerais e em Goiás devem ser intensificadas em julho. Esse cenário e a melhora na produtividade devem elevar a oferta nacional.



Finalização de safra

A colheita de bulbinhos de Piedade e de Divinolândia (SP) será finalizada no início de julho. A safra nordestina do primeiro semestre também se aproxima do fim.

BATATA

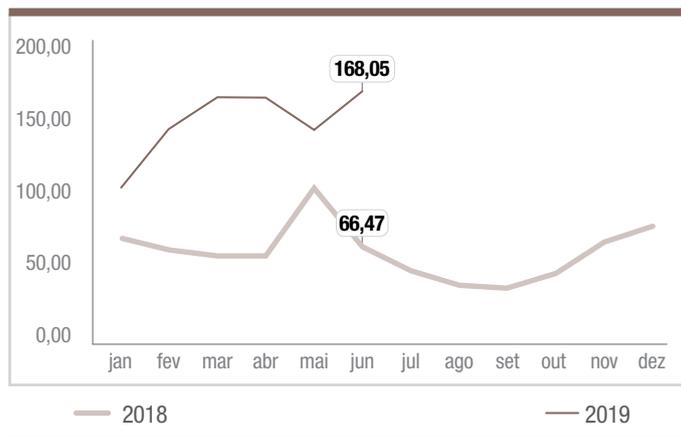
+18%
de 50 kg
(Jun/19)
X
(Mai/19)
Batata ágata especial
se valoriza nos atacados
paulistanos

-25%
Jun/19
X
Jun/18
**Safra das
Secas - PR**

Chuva e calor no desenvolvimento das lavouras paraenses resultam em menor calibre das batatas, reduzindo a produtividade

“Entressafra” chega atrasada

Preços médios da batata padrão ágata especial nos atacados paulistanos - (R\$/sc de 50 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Clima
(Jun/19)

Apesar do aumento da incidência de pragas, devido ao clima mais seco, a qualidade melhorou

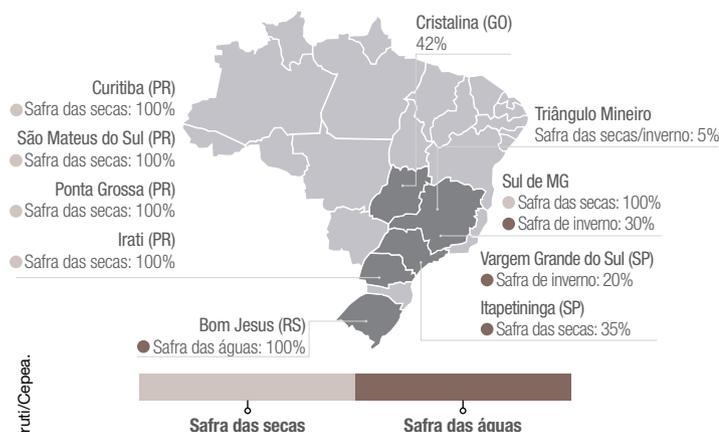


Colheita
(Jun/19)

Sudoeste Paulista colhe os primeiros talhões da safra das secas

Em junho, a oferta da safra das secas foi baixa, devido às menores área e produtividade frente a 2018 e ao calendário de colheita mais tardio no Sudoeste Paulista. Neste ano, junho foi o mês de “entressafra”, uma vez que em maio, período que normalmente é o de menor disponibilidade, ainda eram colhidas lavouras da safra das águas. Com o clima quente e chuvoso no desenvolvimento das lavouras, a maior parte das batatas colhidas está miúda, o que reduz o rendimento. Além disso, o aumento no número de áreas de grãos favoreceu a proliferação de pragas.

COLHEITA DA SAFRA DAS SECAS ALCANÇA 84% DO TOTAL



Estimativa (%) da área colhida frente ao total da safra de inverno 2018/19 (jul/18 - nov/19) e da safra das secas (mai/19 a jul/19)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Preço

Com início da colheita em Vargem Grande do Sul (SP), a oferta de tubérculo deverá ser maior, pressionando as cotações em julho.



Produtividade

As lavouras que serão colhidas em julho apresentaram o desenvolvimento satisfatório e deverão atingir boas produtividades. Esse cenário é reflexo do clima mais ameno a partir de maio.



Plantio

Até o final de julho, 95% das áreas da safra de inverno devem ser plantadas. O clima mais seco deve favorecer as atividades.

+29,4%



Produtividade

Clima favorece produtividade, e menor descarte aumenta oferta nacional, que ainda não é considerada alta

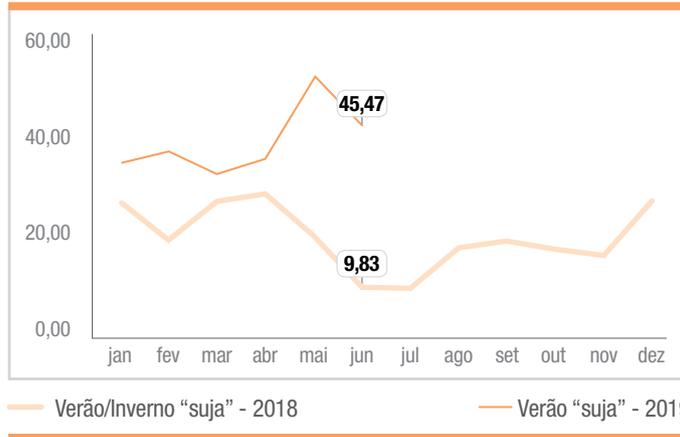


Manchas e bifurcações

Apesar da melhor produção, algumas áreas ainda apresentam problemas fitossanitários, por conta das chuvas no plantio

Descartes diminuem e oferta começa a crescer

Preços médios recebidos por produtores de São Gotardo (MG) pela cenoura “suja” (R\$/cx de 29 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-12%



Preço médio da cenoura “AAA” cai em junho

+21%



Custo

Produtores têm aumento nos gastos devido ao controle fitossanitário e ao menor rendimento

Ainda que a oferta nacional não seja considerada alta, o volume em junho se elevou frente a maio, devido à redução dos descartes. Deste modo, os preços da “suja” em São Gotardo (MG) em junho caíram 11,7%. Além disso, o clima ameno, sem chuvas excessivas, favoreceu a produtividade, que alcançou média de 59,4 t/ha. Entretanto, algumas áreas onde ocorreram precipitações durante o plantio em fevereiro e março, ainda há bifurcação e mela. O rendimento na parcial da safra (dez-jun) é 27% menor frente ao da temporada passada. Com isso, os custos de produção também foram afetados e estão 21% maiores, na mesma comparação.

SAFRA DE VERÃO CHEGA AO FIM, EXCETO NO PR



% da área colhida (dez/18 a jul/19) frente ao total da safra verão (dez/18-jul/19)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Produtividade

Após os problemas ocasionados pelas chuvas no plantio, o rendimento deverá se elevar, em decorrência do clima ameno e seco e das sementes de inverno.



Preço

Cotações podem cair devido à maior oferta nacional. Espera-se melhor produção das variedades de segundo semestre.



Entressafra

Safra de verão deve se finalizar até o final de julho na maioria das regiões produtoras. A colheita de inverno pode se iniciar em meados do julho, o que pode gerar sobreposição das safras.

Chuvas e granizo (Jun/19)

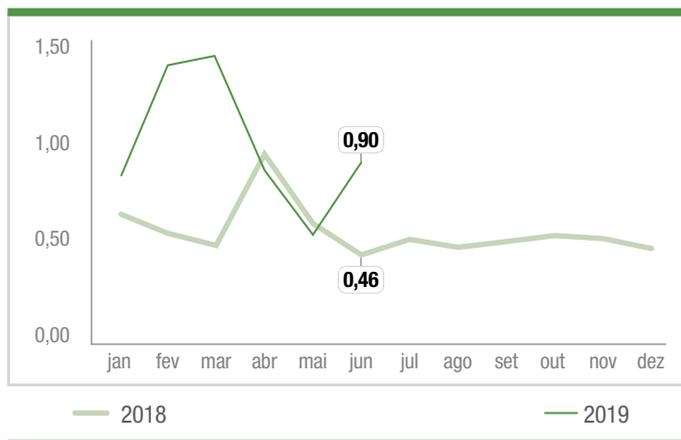
Alto volume de chuvas com granizo eleva perdas em SP



Oferta diminui nas lavouras paulistas com perdas

Mesmo com início da safra de inverno, preços são elevados em SP

Preços médios recebidos por atacadistas da Ceagesp de SP pela alface crespa - (R\$/unidade)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+87%
 Jun/19 X Mai/19

Menor produtividade em Ibiúna (SP) impulsiona cotações da americana



Demanda

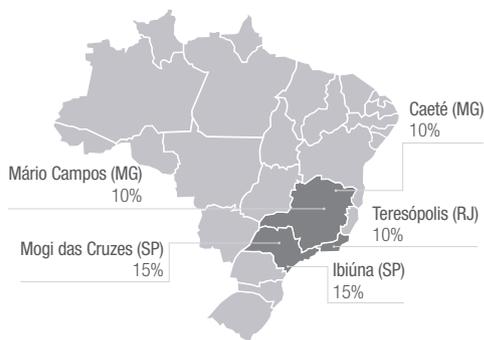
Inverno desestimula consumo da hortaliça em todas as regiões produtoras

Grande parte das alfaces foi descartada nas praças de Ibiúna e Mogi das Cruzes (SP), devido às chuvas de granizo e à alta umidade. Assim, a oferta ficou limitada em junho e a qualidade dos pés, baixa.

Diante desse cenário, produtores paulistas intensificaram a procura por mercadorias em Teresópolis (RJ). Quanto à demanda, esteve fraca, em decorrência das temperaturas mais amenas. A média da crespa em Mogi das Cruzes foi de R\$ 16,65/cx com 20 unidades, alta de 56,08% frente a maio.

Vale ressaltar que os problemas de qualidade elevaram os custos de produção, que finalizaram junho 7,5% maiores que os de maio.

COLHEITA DA SAFRA DE INVERNO 2019 SE INICIA



Estimativa (%) de área colhida (jul/19) na safra de inverno (jul/19 a dez/19)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



PREÇO

Preços devem recuar em todo o País devido à maior produtividade esperada para julho e à menor demanda no inverno.



CLIMA

Apesar da melhor produtividade esperada, com o inverno menos rigoroso e mais chuvoso, doenças podem prejudicar as lavouras em julho.



CUSTOS

Proliferação de bacterioses e fungos podem aumentar, elevando os custos com tratamentos fitossanitários nas regiões produtoras.

Oferta de gala (Jun/19)



Agentes indicam quebra de quase 30% na colheita da gala na safra 2018/19

R\$ 55,95/

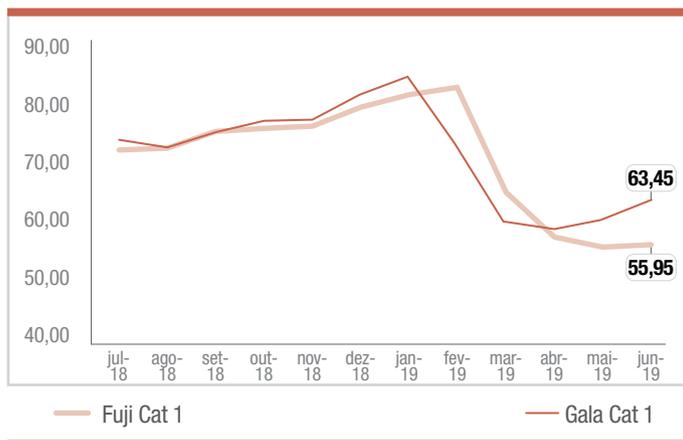


Cx de 18 kg (Jun/19)

Com maior controle das câmaras, valores da fuji graúda Cat 1 dão indícios de estabilização nos classificadores

Enquanto gala se valoriza, fuji dá indícios de estabilização de preços

Preços médios da fuji e gala Cat 1 graúda nas regiões produtoras - (R\$/cx de 18 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+6%
 Jun/19 x Mai/19

Além da menor oferta, o controle na abertura das câmaras favorece o aumento dos preços da gala graúda Cat 1 nos classificadores



Exportações

-20% Receita
 -22% Volume

Com menor oferta de gala e altos estoques na Europa, as exportações recuaram no 1º semestre frente ao mesmo período de 2018

Fonte: Secex.

Em junho, os preços da maçã fuji começaram a se estabilizar nos classificadores – com exceção da graúda de categoria 3, para a qual a desvalorização continuou devido à alta quantidade de frutas de qualidade desuniforme. Por outro lado, o cenário foi positivo para a gala: devido à quebra de safra, a oferta da fruta está menor por fatores climáticos. Assim, classificadores realizaram um maior controle da abertura das câmaras durante o mês, o que favoreceu a alta nos preços.

BALANÇA COMERCIAL FECHA PRIMEIRO SEMESTRE NO AZUL!

+US\$ 12 milhões (de janeiro a junho)
 Balança comercial **positiva**



Fonte: Secex.

Importação

Volume: 28,5 mil toneladas
 Receita: US\$ 27 milhões



Exportação

Volume: 52 mil toneladas
 Receita: US\$ 39 milhões

PERSPECTIVAS



Fuji

Em julho, o maior controle da abertura das câmaras pelos classificadores pode segurar a oferta e valorizar a fruta.



Exportações

Os embarques de suco de maçã devem seguir limitados em julho, uma vez que a oferta da fruta para a indústria está menor nesta safra.



Primeiras podas

As temperaturas devem cair no Sul, favorecendo o início do período de dormência das macieiras. Além disso, as primeiras podas devem ser iniciadas.

-27%

Jun/19
X
Mai/19

Queda do preço médio do amarelo tipo 6 e 7 na Ceagesp, apesar da oferta nacional controlada

R\$/Kg (Jun/19)

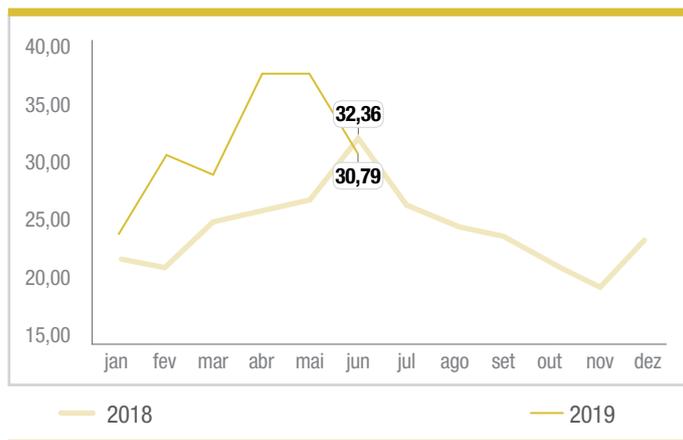


1,50 Max.
0,80 Mín.
1,20 Méd.

Por conta da difícil comercialização, preços do amarelo a granel têm variação de 88% no Vale (PE/BA)

Preços do amarelo despencam em junho, mesmo com oferta controlada

Preço médio do amarelo tipo 6 e 7 na Ceagesp - (R\$/cx 13 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Demanda

Baixas temperaturas e feriados nos principais centros consumidores desestimularam as vendas de melão



Plantio da safra 2019/20

Produtores do RN/CE aumentam o ritmo do plantio da safra 2019/20

Apesar da oferta controlada em todo o País, os preços do melão amarelo despencaram em junho. O amarelo tipo 6 e 7 teve média mensal de R\$ 30,33/cx de 13 kg na Ceagesp, recuo de 27% frente à de maio. Esse resultado está atrelado principalmente à baixa demanda no período – que, por sua vez, foi influenciada pelas baixas temperaturas nos principais centros consumidores (Sul e Sudeste) e pelos elevados preços praticados nos meses anteriores. Vale ressaltar que este cenário de queda nos preços já foi observado em junho do ano passado, visto que o início do inverno costuma reduzir as vendas da fruta.

COM O FIM DA SAFRA NO VALE, OFERTA NACIONAL DEVE DIMINUIR



Rio Grande do Norte/Ceará
 ● Amarelo
 ● Pele de sapo
 Vale do São Francisco (BA/PE)
 ● Amarelo

Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita no Nordeste em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Preços

Com a finalização da safra principal do Vale (PE/BA), a oferta nacional deve ser ainda menor em julho, elevando os preços.



Safra 2019/20

Plantio segue firme no RN/CE em julho. Expectativa de pouca chuva deve favorecer atividades de campo, pelo menos no início da safra.



Nobres

Com baixa oferta até a intensificação da colheita da nova safra no RN/CE, cotações dos melões nobres devem se manter em altos patamares na Ceagesp em julho.

R\$ 3,25/



Preços do havaí são recordes no Sul da BA para junho, desde 2001 (início da série do Cepea)

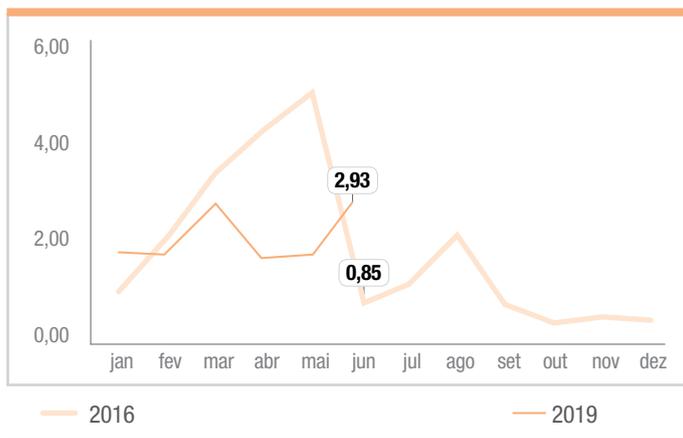
+28%

Jun/19
x
Jun/18

Cotações do formosa no Oeste da BA superam as do ano passado e também são recordes para o mês desde 2001

Preços do formosa e do havaí são recordes para junho

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/19)



As menores temperaturas já começaram a atrasar a maturação, limitando o volume colhido de ambas as variedades

Viroses

As maiores incidências de mosaico e meleira no Norte do ES e Sul da BA resultaram no *roguing* (corte do pé), reduzindo a oferta

Junho se caracterizou pela disponibilidade limitada de mamão no mercado doméstico. Segundo agentes, as menores temperaturas nas principais regiões produtoras, em especial durante a noite, atrasaram a maturação da fruta. Ainda, especificamente no Norte do ES, região mais tradicional, o abortamento floral de fevereiro e março, por conta das elevadas temperaturas, e a grande incidência de viroses, que reduziram o tempo de vida útil das roças e aumentaram o *roguing* (corte do pé), também reduziram o volume disponível.

CLIMA DEVE CONTINUAR LIMITANDO COLHEITA EM JULHO



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de mamão nas principais regiões produtoras em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS

Preço

Com oferta controlada, os preços podem seguir em bons patamares em julho. Porém, a menor demanda devido ao frio e à baixa qualidade (manchas) pode limitar os aumentos.

Qualidade

O clima seco (que aumenta a incidência de ácaros) e as elevadas variações de temperatura podem aumentar a ocorrência de manchas nas roças das principais regiões produtoras em julho.

Exportações

Os embarques para a Europa devem ser dificultados pela maior oferta de frutas locais durante a primavera/verão no hemisfério Norte.

+96%



Valorização da tommy no Vale do São Francisco (PE/BA)

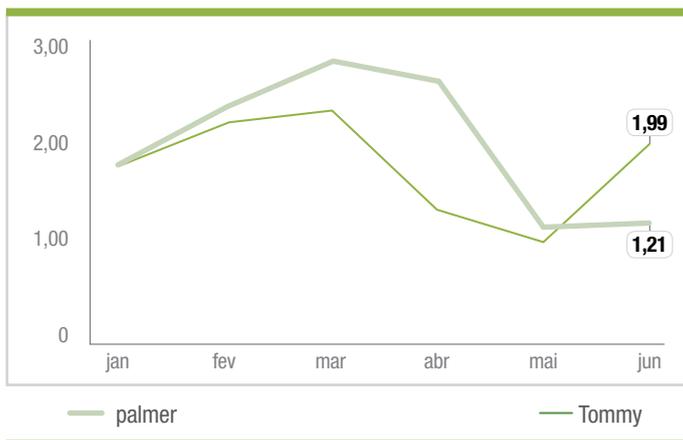
Oferta
(Jun/19)



Colheita da tommy tem pausa em Livramento de Nossa Senhora (BA)

Com oferta quase que exclusiva de tommy, Vale tem bons resultados

Preços de tommy e palmer no Vale do São Francisco (PE/BA), em R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Rentabilidade

da tommy do Vale do São Francisco em junho

1,99 (preço)
-0,80 (custo)

+R\$ 1,19/kg

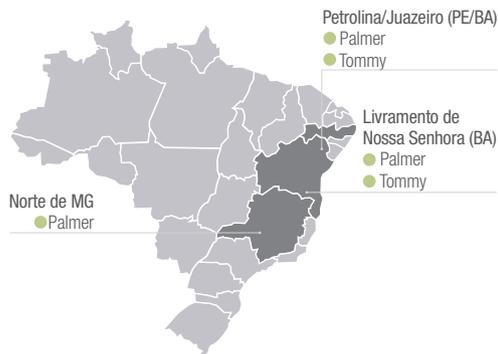


Florada

Chegada do frio estimula florada natural em Monte Alto/Taquaritinga (SP)

A menor oferta elevou os preços das duas variedades de manga em junho. A tommy teve valorização mais expressiva, já que foi ofertada, praticamente, apenas pelo Vale do São Francisco (PE/BA), enquanto Livramento de Nossa Senhora (BA) reduziu o ritmo da colheita. O preço da tommy do Vale teve média de R\$ 1,99/kg, 96% acima de maio. A palmer, que também tem oferta restrita (ainda que superior à da tommy), se valorizou 4%, negociada a R\$ 1,21/kg – o aumento nos preços dessa variedade também está atrelado ao bom ritmo das exportações brasileiras, devido à redução nos envios do Senegal.

COLHEITA É MODERADA EM TODO O BRASIL



Estimativa de ritmo de colheita de manga em julho

Fraco Moderado Intenso

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Colheita

Livramento intensifica colheita de palmer e tommy. Contudo, a oferta nacional deve ser expressiva a partir de agosto, quando a tommy ganha força no Vale.



Mosca-das-frutas

Exportadores correm contra o tempo para regularizar as propriedades às novas leis de importação da UE; cenário preocupa quanto ao escoamento a partir de setembro.



Demanda

Consumo deve diminuir em julho. No Brasil, as menores temperaturas e as férias escolares reduzem vendas. Na Europa, a colheita de frutas locais impacta consumo das tropicais.



MELANCIA

Analistas de mercado: João Pedro Motta de Paiva e Laleska Rossi Moda
Editora econômica: Fernanda Geraldini Palmieri
hfmelancia@cepea.org.br



Demanda

Chegada do inverno e menores temperaturas no Sul e Sudeste do País enfraquecem consumo

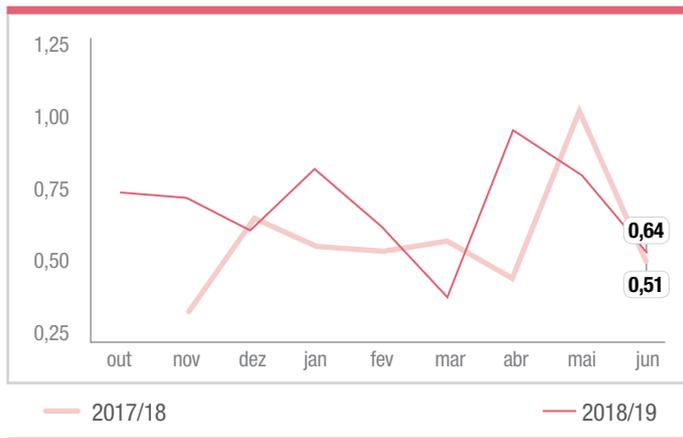


Oferta (Jun/19)

Colheita começa a ganhar ritmo em Uruana (GO); frutos do TO e de Barreiras (BA) também chegam ao mercado

Com frio, preço da melancia despensa em junho

Preços médios recebidos por produtores de Uruana (GO) pela melancia graúda (>12kg) - (R\$/ kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-20%



Fraca demanda e elevação da oferta pressionam cotações



Plantio

Plantio de minimelancia para exportação se inicia no RN/CE. Trabalhos também seguem no TO

Os preços da melancia recuaram com força em junho. Esse cenário se deve ao leve aumento da oferta em Uruana (GO), à chegada de frutos de regiões não acompanhadas pelo Hortifruti/Cepea, como Barreiras (BA), Guarái e Alvorada (TO), e às menores temperaturas registradas no mês, que enfraqueceram a demanda. Em São Paulo (SP), as mínimas ficaram em torno dos 17°C, segundo o Inmet. Também houve maior dificuldade de escoamento das frutas, especialmente na Ceagesp, onde foi registrado acúmulo de melancias nos boxes.

FRUTAS DO TO ENTRAM NO MERCADO



Fraco Moderado Intenso

Estimativa do ritmo de colheita de melancia em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

Intensificação da colheita em Uruana (GO) e início das atividades em Lagoa da Confusão (TO) e Formoso do Araguaia (TO) devem elevar oferta nacional.



Preço

Temperaturas tipicamente mais baixas em julho, aliadas à elevação da oferta, podem seguir pressionando as cotações.



Rentabilidade

Queda das cotações em julho pode reduzir a margem de produtores, tanto em Uruana quanto no Tocantins.

Experimente
a melancia dos
sonhos e deixe
seu dia muito
mais doce.



Prove e surpreenda-se.

syngenta®



+41%



Jun/19
x
Mai/19

Preço médio da niagara nacional sobe no mês

Oferta

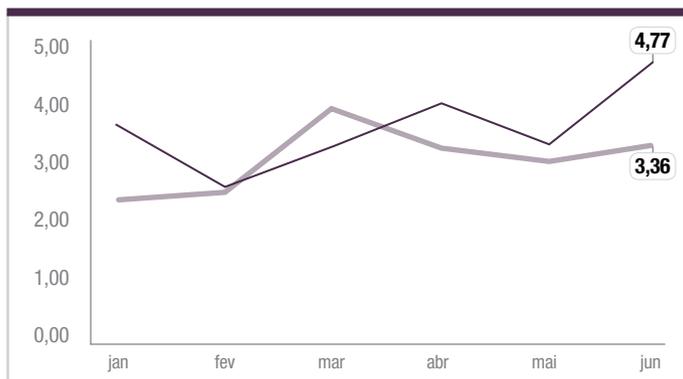
(Jun/19)



Últimos lotes de niagara são colhidos nas regiões de Campinas (SP) e Porto Feliz (SP)

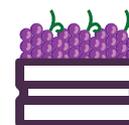
Mesmo com novas praças ofertando, preço da niagara se recupera

Preços médios recebidos por produtores a nível nacional (R\$/kg)



— Niagara - média nacional em 2018 — Niagara - média nacional em 2019

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Colheita

Safras anuais de Jales (SP) e Pirapora se iniciam (MG)



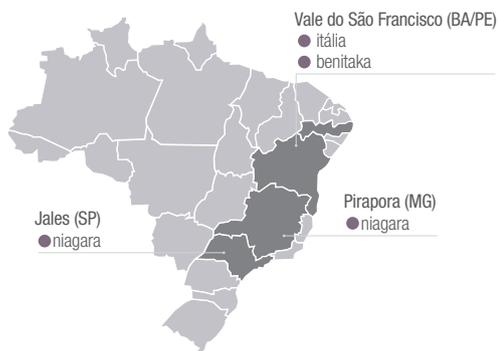
Chuvas

(Jun/19)

Chove em Marialva (PR) e temporada se encerra um pouco mais cedo

A safra de Jales (SP) se iniciou em junho, com colheita de niagara e BRS vitória. Um maior volume deve ser disponibilizado no mercado em julho, junto com as uvas finas. Em Pirapora (MG), onde o plantio é quase exclusivo de niagara, produtores que podaram entre janeiro e fevereiro conseguiram tirar os primeiros lotes em junho. Assim, ainda que a oferta tenha crescido no mês, o encerramento da colheita de Porto Feliz (SP) e da região de Campinas (SP) balanceou o mercado, permitindo preços ainda firmes. Em Marialva (PR), as chuvas consecutivas ocasionaram perdas, fazendo com que a safra de uvas finas se encerrasse antes, elevando a procura no Nordeste.

OFERTA NACIONAL DE FINAS E RÚSTICAS DEVE AUMENTAR EM JULHO



Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Podas

Em julho, as podas para a safra 2019/20 devem se iniciar em São Miguel Arcanjo (SP) e Pilar do Sul (SP).



Oferta

A oferta de uvas com semente no Vale do São Francisco (PE/BA) deve aumentar em julho.



Preços

Os preços das variedades finas podem cair em julho, diante do aumento da oferta no NE. Além disso, a colheita em Jales (SP) pode ser elevada.



BANANA

Analista de mercado: Rodolfo Fernandes Hackmann
Editora econômica: Marcela Guastalli Barbieri
hfbanana@cepea.org.br



Nanica (Jun/19)

Fortes chuvas e granizo atingem Vale do Ribeira (SP), derrubando bananais e diminuindo a oferta de nanica

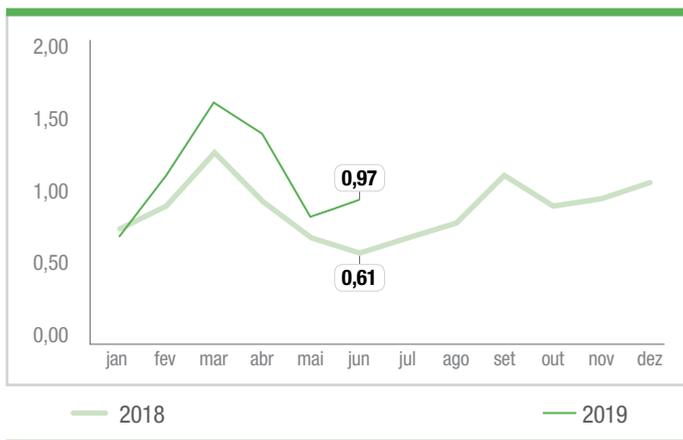


Demanda

Valorização da nanica foi limitada pela baixa demanda, visto que o clima frio e os feriados prejudicaram o consumo

Fortes chuvas derrubam bananais e reduzem oferta de nanica

Preços médios da banana nanica no Vale do Ribeira (SP) - (R\$/kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Preço médio da nanica aumenta no Vale do Ribeira (SP), por conta da menor oferta



Preço médio da prata cai no Norte de Minas Gerais, reflexo das elevadas cotações de períodos anteriores, que afetaram o consumo da variedade

Em junho, a colheita da banana nanica foi prejudicada pelas fortes chuvas e granizo no Vale do Ribeira (SP), principal região produtora da variedade. Com a baixa oferta, as cotações da nanica subiram na roça. Já para a prata, que estava em “entressafra”, os preços recuaram, devido às dificuldades na comercialização nos principais centros consumidores, reflexo do clima frio e dos feriados, e às elevadas cotações de períodos anteriores, que desestimularam o consumo dessa variedade.

COLHEITA DA PRATA DEVE SE INICIAR NO FIM DE JULHO

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de banana nas principais regiões produtoras em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Colheita da prata

Colheita da prata pode se intensificar no final de julho nas principais regiões produtoras da variedade.



Nanica de “inverno”

Baixas temperaturas do inverno no Sul e Sudeste podem causar o *chilling* (escurecimento da casca), prejudicando qualidade da nanica no período.



Demanda

Procura por banana pode cair em julho, devido às férias escolares.

Oferta (Jun/19)



Com maior produção na safra 2019/20, oferta se intensifica em junho



-19% receita
-19% volume

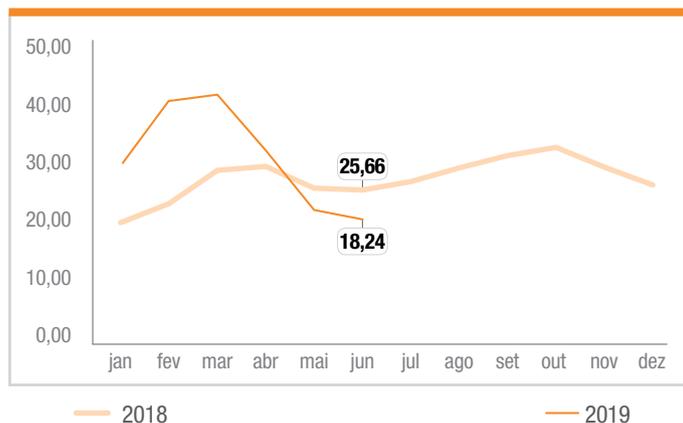
Exportações

Menor oferta nacional reduz exportações de suco de laranja em 18/19 (jul/18 a jun/19) frente a 17/18

Fonte: Secex.

Intensificação da moagem ameniza desvalorização da laranja *in natura*

Preços médios recebidos por produtores paulistas pela laranja pera *in natura* - R\$/cx de 40,8 kg, na árvore



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-29%



Queda no preço médio da laranja pera no mercado paulista



224,51

mil toneladas
(Jun/18)

Estimativa de estoques finais de suco de laranja da safra 2018/19 (em equivalente concentrado)

Fonte: CitrusBR.

O processamento das laranjas precoces de 19/20 se intensificou em junho e deve continuar aumentando em julho. Até o final do mês passado, o preço no spot pago por duas das grandes indústrias era de até R\$ 18,00/cx de 40,8 kg, colhida e posta. Assim, com a redução gradativa da oferta de laranjas no mercado de mesa (pela maior demanda industrial) a partir da segunda quinzena de junho, os preços da pera interromperam o movimento de quedas significativas. Quanto à tangerina poncã, grande parte dos produtores paulistas finalizou a colheita em junho, predominando as frutas mineiras.

MOAGEM CONTROLA VOLUME DE LARANJA *IN NATURA*



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de citros em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Colheita

Oferta de pera deve se intensificar em julho, mas maior ritmo de processamento pode colaborar para o controle do volume disponível.



Tahiti

“Safrinha” de lima ácida tahiti chega ao fim e preços podem reagir. Colheita do segundo semestre está prevista para setembro.



Exportações de suco

Temporada 2019/20 se inicia. Maior oferta nacional deve viabilizar envios, mas queda na demanda global é fator de atenção.

Proteção do início ao fim para uma produtividade a perder de vista.



LINHA HORTIFRÚTI CORTEVA

Proteção para todo o ciclo da lavoura.



HERBICIDAS

Glizmax[®] Prime
Goal[®] BR
Verdict MAX[®]

FUNGICIDAS

Approach[®] Prima
Curathane[®] WP
Curzate[®]
Defend[®] WDG
Dithane[®] NT
Equation[®]
Fore[®] NT
Kocide[®] WDG bioactive
Midas BR[®]
Pulsor[®] 240 SC

INSETICIDAS

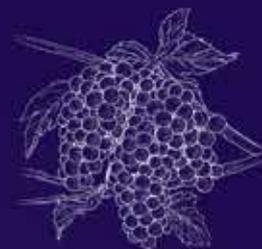
Delegate[®]
Intrepid[®] 240 SC
Lannate[®] BR
Lorsban[®] 480 BR
Sabre[®]
Success[®] 0.02 CB
Tracer[®]

ACARICIDAS

Defend[®] WDG
Savey[®] WP
Talento[®]

ATENÇÃO Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente; uso agrícola; venda sob receituário agrônomico; consulte sempre um agrônomo; informe-se e realize o manejo integrado de pragas; descarte corretamente as embalagens e os restos dos produtos; leia atentamente e siga as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita; e utilize os equipamentos de proteção individual.

Soluções BASF Uva. Ideais para colher os melhores resultados para o seu Legado.



Conheça as Soluções BASF para a uva e melhore a qualidade e produtividade do seu pomar.



PRODUTOS

Fungicidas

Alvos: Mildio, Oídio e Ferrugem
Cabrio® Top*

Alvo: Mildio
Forum®

Alvo: Oídio
Collis®
Kumullus® DF
Stroby® SC

Alvos: Mildio e Antracnose
Delan®

Protetores
Polyram® DF
Tutor®

Alvo: Cercospora
Caramba® 90

Regulador de Crescimento
Dormex®

Inseticidas

Alvo: Lagarta-das-folhas
Nomolt® 150

Alvo: Traças-dos-cachos
Verismo®

Biológico

Alvo: Oídio
Timorex Gold®

Herbicida

Pós-emergente
Folhas Largas

finale®

*Produto com o benefício AgCelence®.

- ☎ 0800 0192 500
- 📘 facebook.com/BASF.AgroBrasil
- 🌐 www.agro.basf.com.br
- 📝 www.blogagrobASF.com.br

BASF na Agricultura.
Juntos pelo seu Legado.

BASF
We create chemistry

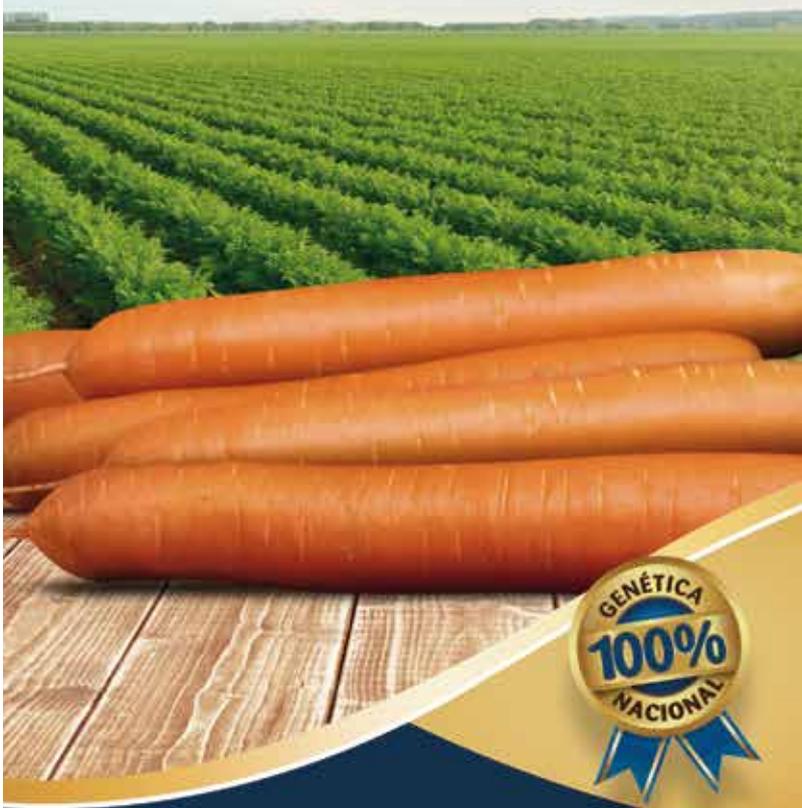
ATENÇÃO Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por crianças de idade.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMO.



Uso exclusivamente agrícola. Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e os restos de produtos. Inclua outros métodos de controle do programa do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Registro MAPA: Polyram® DF nº 01603, Tutor® nº 02908, Nomolt® 150 nº 01393, Cabrio® Top nº 01303, Caramba® 90 nº 01601, Forum® nº 01395, Verismo® nº 18817, Delan® nº 01818604, Stroby® SC nº 03198, Collis® nº 01804, Kumullus® DF nº 02418592, Timorex Gold® nº 22116, Dormex® nº 001095 e Finale® nº 0691.

Brasileiras como você!



Cenouras de verão
AGR 123 F1
AGR 125 F1

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

Mala Direta Postal

Básica

0000/2012 - DR/XXXXY
Cliente

...CORREIOS...

IMPRESSO

Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ

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

Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829

e-mail: hfcepea@usp.br

Cenoura de verão
AGR 123 F1



Cenoura de verão
AGR 125 F1



NOVA 2009

- Precoces
- Elevada produtividade
- Alto rendimento no lavador
- Permitem colheita mecanizada
- Resistência a Ad, Cc e Xhc

Ad - Alternância de dias / Cc - Cercosporia do talo / Xhc - Xanthomonas hortorum (p. citri)

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

19 3514-7330
www.agristar.com.br

CURTA NOSSAS REDES SOCIAIS
AGRISTAR DO BRASIL

Hortifruti Brasil

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**.

Uma publicação do CEPEA – ESALQ/USP
Av. Centenário, 1080 CEP: 13416-000 Piracicaba (SP)
tel: (19) 3429.8808 Fax: (19) 3429.8829
E-mail: hfcepea@usp.br
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil