

Hortifruti Brasil

Uma publicação do CEPEA - USP/ESALQ
Ano 2 - Nº 19 - Novembro de 2003



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

AGROINDÚSTRIA

Oportunidades de comércio
para o produtor

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



**Tem a
ver com Atitude.**

ATITUDE
100%
DU PONT

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

Adote a Atitude 100%:

Atitude 100% preventiva. Atitude 100% consciente.

Atitude 100% DuPont.

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

Consulte sua revenda e seu representante DuPont.

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

Midas BR
Exclusividade DuPont

Rumo
Exclusividade DuPont

Curzate
Exclusividade DuPont

Equation
Exclusividade DuPont

Kocide WDG
FUNGICIDA / INSETICIDA
Monsanto

DU PONT

*Os milagres da ciência**

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

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receituário agronômico.



Tele DuPont
AGRICOLA
0800-707-5517
Ligação gratuita de todo o Brasil

Agroindústria: uma Oportunidade de comercialização



Eveline Zerio (esq.), Isis N. Sardella (centro) e Aline B. Ferro*

Ao invés da fruta fresca ou hortaliça, os consumidores buscam cada vez mais sucos, batatas fritas e molhos prontos. Comodidade e conveniência são as palavras-chave na hora das compras. De olho nesta tendência, a **Hortifruti Brasil** investigou as oportunidades de negócios com as agroindústrias, procurando saber quem são e onde estão localizadas as principais processadoras de hortifrutícolas do país. A opinião dos produtores sobre o complexo agroindustrial hortifrutícola também foi consultada.

Os resultados da pesquisa você encontra nesta edição e em uma nova reportagem que será veiculada em janeiro/fevereiro de 2004. Nesta primeira publicação, buscamos caracterizar as agroindústrias brasileiras e as oportunidades de mercado para o produtor. Em 2004, enfocaremos as características que envolvem a comercialização de oito¹ produtos pesquisados mensalmente pela **Hortifruti Brasil** (banana, batata, cebola, melão, manga, mamão, tomate e uva), as exigências das agroindústrias e a opinião do produtor quanto à viabilidade econômica desse canal.

Cerca de 150 leitores e colaboradores da **Hortifruti Brasil** foram entrevistados para que pudesse avaliar a interação entre o produtor e o setor industrial. Vale ressaltar que os entrevistados não têm a agroindústria como principal canal de comercialização, mas sim o comércio *in natura*. Nesse grupo de leitores, apenas 32% dos entrevistados afirmaram estar fornecendo o seu produto para a indústria. A maioria, inclusive, comercializa o descarte do mercado doméstico.

Por que as agroindústrias ainda não despertaram o interesse dos produtores? Não é viável para o produtor? A demanda

das agroindústrias por frutas e hortaliças ainda é pequena? Nessa edição, respondemos algumas dessas questões. Entre elas, ressaltamos que existe um forte interesse da indústria em adquirir os produtos hortifrutícolas das lavouras. Entretanto, muitas vezes, a exigência é tão elevada e imediata que o produto passa a ser importado, como é o caso da batata frita palito para as grandes redes de *fast food*. Atualmente, elas são importadas da Argentina, ao invés de serem produzidas internamente.

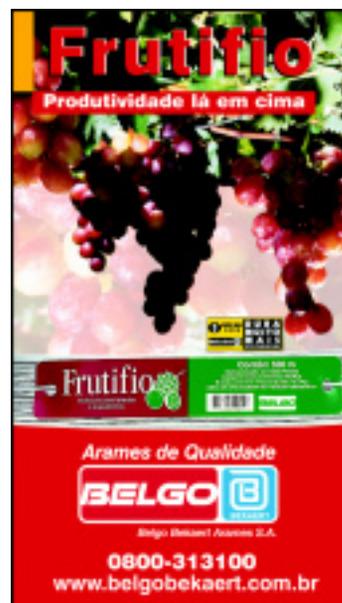
No geral, a agroindústria hortifrutícola representa duas oportunidades para o produtor: a comercialização do descarte ou a especialização. O primeiro caso é mais comum para a cebola e as frutas destinadas à fabricação da polpa. O segundo exige investimento e variedades específicas e é mais comum nos setores de tomate e batata.

A **Hortifruti Brasil** inicia a discussão sobre as oportunidades e a rentabilidade promovida pela comercialização com a agroindústria hortifrutícola, mas o assunto não acaba por aí. Vamos continuar interagindo com os nossos leitores a respeito do tema para que possamos agregar mais dados para a primeira edição de 2004. Avaliem as oportunidades sugeridas nesta edição e nos escrevam! Queremos saber o que você pensa sobre as oportunidades de mercado para a agroindústria.

Boa leitura!

¹nesta pesquisa os dados referentes ao mercado citrícola foram excluídos, uma vez que a indústria compra cerca de 80% do volume de frutas produzido em SP

*Eveline, Isis e Aline foram as organizadoras do estudo sobre a agroindústria hortifrutícola.



EXPEDIENTE

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

Editor Científico:
Geraldo Sant' Ana de Camargo Barros

Editora Executiva:
Margarete Boteon

Editora Econômica:
Mirian Rumenos Piedade Bacchi

Editora Assistente:
Carolina Dalla Costa

Diretor Financeiro:
Sergio De Zen

Jornalista Responsável:
Ana Paula da Silva - MTb: 27368
Revisão:
Ana Júlia Vidal

Equipe Técnica:
Aline Vitti, Aline Barrozo Ferro, Ana Júlia Vidal, Carolina Dalla Costa, Cinthia A. Vicentini, Eveline Zerio, Ilonka M. Eijnsink, Isis N. Sardella, João Paulo B. Deleo, Marina L. Matthiesen, Margarete Boteon, Mauro Osaki, Rafaela Cristina da Silva, Renata E. Gaiotto Sebastiani, Renata B. Lacombe e Thiago L. D. S. Barros.

Apoio:
FEALQ
Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

Diagramação Eletrônica/Arte:
Thiago Luiz Dias Siqueira Barros

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

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

Tiragem:
6.500 exemplares

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

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

Foto Capa:

A foto em destaque foi extraída do livro "A Laranja no Brasil", de Geraldo Hasse São Paulo, 1987 - Edição de Duprat & Iobe Propaganda.

ÍNDICE

Capa 10

AGROINDÚSTRIA: OPORTUNIDADES DE COMÉRCIO PARA O PRODUTOR

Os consumidores exigem, cada vez mais, por alimentos prontos para o consumo. E os produtores??? Conheça as vantagens de comercializar com esse canal na pág 10.



Fórum de Idéias 20

UM COMPRADOR, UM INDUSTRIAL E UM AGRÔNOMO APRESENTAM AS VANTAGENS EM VENDER A PRODUÇÃO PARA A AGROINDÚSTRIA.

Confira a opinião desses agentes no Fórum de Idéias.

Seções

Cebola Nordeste intensifica colheita	6	Manga Oferta deve cair	16
Batata Novembro: finalmente no azul	7	Uva Paraná volta ao mercado	17
Tomate Tomate segue em alta	8	Banana Pouca nanica e pouca prata	18
Mamão Produção deve diminuir	14	Citros A florada está aí	19
Melão Recorde de embarques em 2003	15	Cartas	4

Cartas

MUDAS DE BANANA

Solicito informações sobre onde obter mudas de bananas resistentes a doenças.

Antonio Mauricio Pugina (pugina@astornet.com.br)

Tanto o Instituto Agrônomo de Campinas quanto a Embrapa, desenvolveram variedades resistentes à sigatoka. Para obter informações sobre como adquirir as mudas, sugerimos que entre em contato com os respectivos centros de pesquisas: IAC - (019) 3231-5422/Embrapa - (75) 721.2120.



Escreva pra gente!
hfbrazil@esalq.usp.br
Hortifruti Brasil
CP 132 CEP 13400-970
Piracicaba/SP

ERRAMOS : No Fórum de Idéias (pág 20) da edição nº 18 da **Hortifruti Brasil**, o entrevistado Thorsten Warnke declarou que os agentes brasileiros não devem se limitar a “produzir, exportar e rezar para que os preços sejam acima dos custos”, e não “abaixo dos custos” como dizia o texto.

Kit Duo Dinâmico oferece mais praticidade e economia ao produtor

O Kit Duo Dinâmico é uma idéia inovadora para os produtores de batata, tomate e uva. O Kit possibilita que esses produtores façam a costumeira rotação de ingredientes ativos para manejo de doenças em suas lavouras, de forma mais prática e sem desperdícios. Desta forma, cada Kit é suficiente para tratar seis hectares por aplicação, com a já comprovada eficiência dos dois produtos que fazem parte do Kit, mas agora sem qualquer problema na hora de dosificar o Stimo. A embalagem do Stimo foi redesenhada, facilitando o trabalho do agricultor no momento de colocar o produto no tanque de aplicação.



Este é o Kit Duo Dinâmico, contendo nove quilos de Stimo* (efeito preventivo), divididos em seis embalagens de 1,5 Kg, e 12 quilos de Curathane* (efeito curativo), divididos em doze pacotes de um quilo.

 Dow AgroSciences

L I N H A H O R T I F R U T I

Proteção por todo o ciclo

Tratamento Dow AgroSciences

Inseticidas	Dias	0	15	30	50	75	90	115	Pragas Controladas
		Plantio	Emerg.	Amontoa	Florescim.	Tuberização	Dessec.	Colheita	
Lorsban 10G - Sabre Lorsban 480 Calypso Intrepid Tracer - Sabre Sabre - Acefato		Proteção no Plantio com Longo Residual							Larva Alfinete* Lagarta Rosca Pulgões - Tripes Traça* Minador Vaquinha Patriota
Fungicidas		Proteção Sistêmica no plantio com Qualidade na Colheita							Doenças Controladas
Pulsor Dithane - Persist - Cuprozeb Harpon - Stimo - Curathane Dithane - Persist - Cuprozeb Produtos a Base de Cobre Ag-Bem		Contato Sistêmico Translaminar Contato Contato Espalhante Adesivo							Rizoctonia* Requeima Requeima Pinta Preta Canela Preta

Dithane*

Pulsor*

Lorsban*

Persist*

Harpon*

Lorsban*
10G

Tracer*

Curathane*

Stimo*

Intrepid*

Sabre*

ACEFATO
750 PM

CUPROZEB*

CALYPSO*



Este é o Kit Duo Dinâmico, contendo a nova embalagem de Stimo* de 1,5 kg com 3 bolsas hidrossolúveis de 0,5 kg cada e Curathane* de 1kg, indicado para o controle da Requeima na batata.

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 receita agrônoma.



Nordeste intensifica colheita

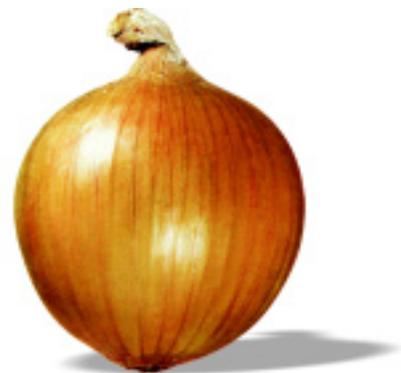


Foto: Sakata Sudamerica

Produtores nordestinos esperam obter melhores preços com a finalização da safra paulista



Vale em pico de safra

No final de outubro, a região do Vale do São Francisco, principal região produtora do Nordeste, intensificou a colheita da cebola. Devido à redução da oferta paulista, o escoamento da cebola nordestina foi melhor, principalmente para as ceasas de São Paulo. A expectativa é que com a finalização da safra paulista, os preços do produto reajam em novembro. A produtividade neste semestre costuma ser maior em função do aumento da fertilidade do solo da vazante. As previsões são de que a oferta nordestina se estenda até meados de dezembro, contudo as variações climáticas na região é que definirão o período de produção.

Minas intensifica colheita

Nas regiões mineiras de São Gotardo, Santa Juliana e Uberlândia, a oferta aumentou a partir da segunda quinzena de outubro. A qualidade da cebola varia em virtude do apodrecimento de

alguns lotes armazenados e do pequeno número de casca de outros bulbos, decorrente das altas temperaturas de setembro e outubro. A safra mineira deverá se encerrar entre o final de novembro e início de dezembro. Segundo agentes, a estimativa da área de plantio da região do Triângulo Mineiro é de aproximadamente 500 hectares. Em Brasília, a oferta deve ser intensa durante a primeira quinzena deste mês. Depois disso, a região deve continuar ofertando, porém, em menor quantidade.

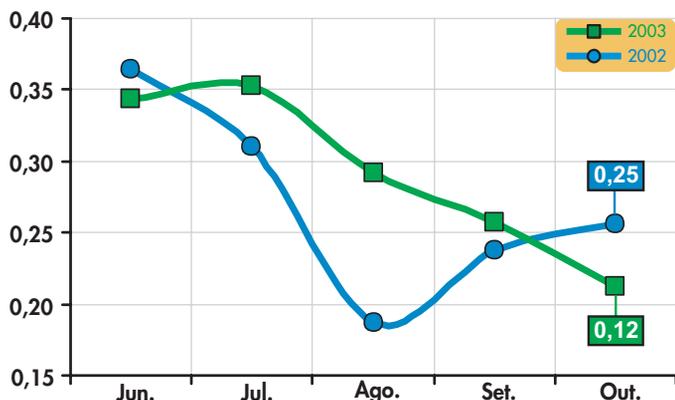
Piedade e Divinolândia entram no mercado

Em Piedade (SP), a qualidade do bulbo foi considerada boa pelos agentes da cadeia. Assim, parte dos produtores atrasou a comercialização na tentativa de conseguir melhores preços após o término das safras de Monte Alto e São José do Rio Pardo. A previsão é que a oferta se estenda até meados de dezembro. Já em Divinolândia (SP), a qualidade não foi satisfatória. Boa parte da produção foi de bulbos miúdos e mal desenvolvidos devido às altas temperaturas. Para este ano, foram cultivados cerca de 200 hectares na região

e a oferta deve seguir até meados de novembro.

Safra sulista deve melhorar

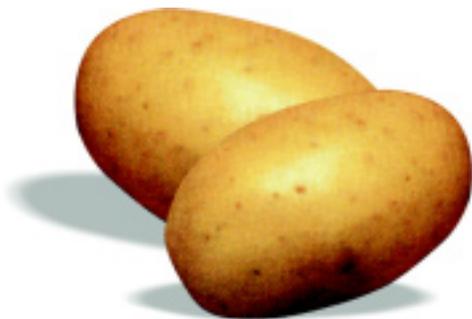
Nos estados sulistas, o tempo favoreceu a produção deste ano. Os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina devem iniciar a colheita na segunda quinzena deste mês e os agentes esperam por uma safra de boa qualidade caso o tempo permaneça estável. Acredita-se que a produtividade e a qualidade do bulbo produzido este ano sejam melhores que as verificadas na última safra, quando a cebola foi prejudicada pelo excesso de umidade. No Rio Grande do Sul, a área de plantio de variedades tardias é maior em relação ao ano passado. Por permanecerem mais tempo no campo, as variedades tardias apresentam maior quantidade de cascas e, assim, têm melhor qualidade e resistência ao armazenamento. Em Santa Catarina, também se espera por uma safra de bulbos de boa qualidade. Na região, a cebola é estocada com a rama, o que garante maior durabilidade ao produto. Assim, o bulbo colhido entre novembro e janeiro pode ser vendido de maneira escalonada até abril.



Cebola segue em baixa em outubro
Preços médios recebidos pelos produtores de Monte Alto e São José do Rio Pardo - R\$/kg
Fonte: Cepea

ERRATA:

Na seção Cebola da edição de outubro da **Hortifruti Brasil**, o texto diz que a área de plantio nos estados do Sul deverá apresentar uma redução de cerca de 60% neste ano, frente à última safra. Na verdade, a região sulista deverá reduzir sua área em aproximadamente 20%, ante à safra 2002/03. A quebra de aproximadamente 60% da safra ocorreu em 2002/03 como consequência de adversidades climáticas registradas no período



Novembro: finalmente no azul

Com oferta regulada, produtores esperam por melhores preços



Preços podem reagir

Em novembro, os preços da batata devem ser maiores que os registrados durante os últimos dois meses. A reação dos preços deverá se confirmar principalmente a partir da segunda quinzena do mês, quando apenas algumas praças estarão disponibilizando o produto. Embora alguns municípios localizados no sul de Minas Gerais e no sudoeste paulista devam intensificar a safra, as regiões paranaenses de Curitiba, São Mateus do Sul, Ponta Grossa e Guarapuava estarão apenas iniciando a colheita. Assim, produtores acreditam que o volume a ser ofertado em novembro, dezembro e durante o primeiro semestre de 2004 será bastante reduzido se comparado ao segundo semestre deste ano. O Alto do Paranaíba (MG), que vem colocando o produto nos diversos centros de abastecimento do país, deverá continuar no mercado neste fim de ano. Nas safras das águas, o Alto do Paranaíba retorna sua colheita e o seu pico de oferta está previsto para março e abril próximo.

Termina safra de inverno em Vargem Grande

Vargem Grande do Sul, uma das principais regiões produtoras do estado de São Paulo, se despede do mercado em novembro. A safra foi considerada satisfatória por grande parte dos agentes locais, dada a boa qualidade e produtividade alcançadas. O único fator que desagradou os produtores foram os preços obtidos no período. Segundo o levantamento do Cepea, nesta safra de inverno foram registrados os me-

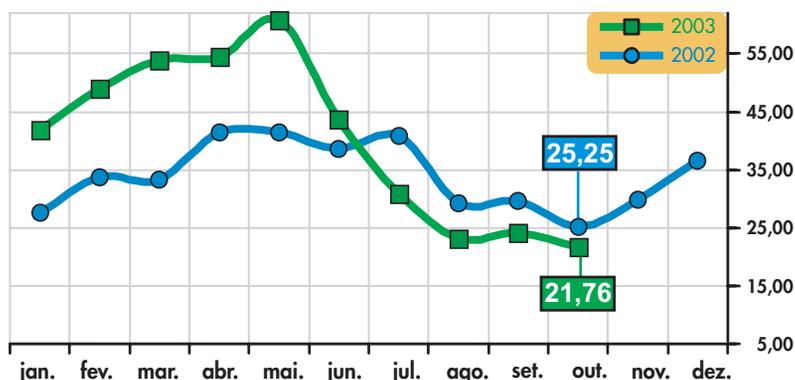
nores índices de preços desde o início do levantamento do Centro, em janeiro de 2001. A saca de 50 kg da monalisa e da ágata na safra de julho a outubro esteve cotada a R\$ 25,00/sc, em média, no atacado de São Paulo, valor 20% inferior ao de 2002. Se os preços médios negociados na roça em outubro forem comparados com os praticados em abril e maio - período de maior valorização do tubérculo no ano -, é possível verificar uma desvalorização de 66%, ou seja, era possível comprar apenas um saco de batata em abril, com o mesmo montante que se podia comprar três em outubro. Isso significa que o bataticultor que vendeu seu produto entre maio e abril obteve um lucro bastante satisfatório, já que nesses dois meses a saca valia cerca de R\$ 46,80/sc, em média, na roça. No entanto, o produtor que colheu a batata em outubro não conseguiu pagar nem o custo de produção, avaliado entre R\$ 17,00 e R\$ 25,00/sc. Nesse mês, a média de preços foi de R\$ 16,00/sc. Tal fato pode fazer com que alguns peque-

nos agricultores, menos capitalizados, acabem abandonando a cultura. Esse problema foi citado no encontro da ABBA (Associação Brasileira da Batata) realizado em Ponta Grossa (PR) no final de outubro.

Nele foi divulgado que a região produtora de Curitiba conta hoje com 500 produtores, contra 5 mil na década passada. Assim, fica evidente que a única saída para evitar prejuízos é que o setor busque por novas formas de comercialização. Agregar valor ao produto é uma das possibilidades. Investir em pesquisas para obter outras formas de comercialização também é fundamental, uma vez que se trata de um produto com bastante versatilidade culinária.

Goiás também encerra safra

Brasília (DF) e Cristalina (GO) também encerraram o período de colheita e comercialização no final de outubro. Os agentes locais afirmaram que as altas temperaturas registradas nos últimos meses associadas à seca interferiram na qualidade do tubérculo, deixando-o miúdo e escuro. Em geral, a produtividade foi considerada acima da média, em torno de 860 sacas por hectare.



Monalisa ainda mais barata em outubro

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

Fonte: Cepea

Por Renata B. Lacombe e
Rafaela Cristina da Silva

Tomate segue em alta



Com a redução da oferta, os preços do longa vida devem se manter elevados em novembro



Longa vida em alta

Os preços do tomate salada AA longa vida devem continuar elevados em novembro, em virtude da menor oferta do produto. Além da redução do volume produzido em Mogi-Guaçú (SP) e Araguari (MG), as lavouras de verão devem iniciar a colheita somente na segunda quinzena do mês. Em Mogi-Guaçú, agentes estimam que apenas 10% das lavouras ainda não foram colhidas e, na região de Araguari, resta somente 20% da safra para ser comercializada neste mês. Dessa forma, a quantidade de tomate disponível no mercado deve continuar baixa em novembro, sustentando os preços do produto. Apesar do início da safra em Itapeva (SP) e Venda Nova do Imigrante (ES), essas regiões devem ofertar um volume maior apenas no mês de dezembro. Em Itapeva, os produtores demonstram um certo desânimo em relação à cultura e diminuirão consideravelmente a área plantada frente ao ano anterior. Já em Venda Nova do

Imigrante, as expectativas estão melhores e o número de pés plantados deve ser igual ou até maior que o verificado em 2002.

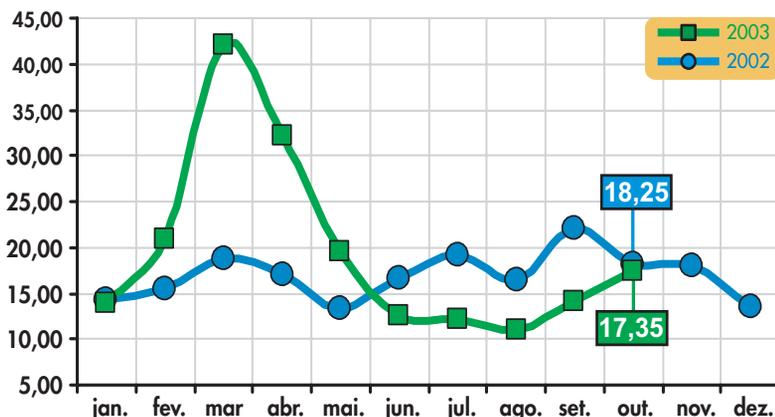
Contratempos marcam safra de Sumaré

Apesar da safra em Sumaré (SP) ter se iniciado em meados de outubro, muitos produtores ainda estão com a colheita paralisada. O frio que atingiu a região durante agosto e setembro retardou o desenvolvimento dos frutos e deslocou a safra em aproximadamente um mês. Dessa forma, a oferta na região deve ser mais expressiva apenas no início de novembro. Além de atrasar a colheita, as baixas temperaturas, associadas ao clima seco e a falta de chuva, prejudicaram o desenvolvimento do fruto e depreciaram sua qualidade. Muitas roças estão colhendo apenas tomate médio e a oferta de tomate graúdo esteve reduzida. Estima-se que o rendimento das lavouras deverá ficar entre 200 e 250 caixas de 23 kg por mil pés, em média. Em anos anteri-

ores, o rendimento médio variava entre 350 e 400 cx de 23 kg por mil pés. Além do menor rendimento, alguns produtores estimam perdas ao redor de 30% da safra em virtude da incidência de mosca-branca nas lavouras. O geminivírus continua atingindo a cultura e pode ocasionar prejuízos ainda maiores na região. Essa é considerada uma das principais pragas do tomateiro em virtude de seu difícil controle. Já existem algumas variedades de tomate resistentes à incidência do geminivírus, porém seu plantio ainda está muito restrito às lavouras do Sudeste. Assim, os tomaticultores que investiram em irrigação e no uso de defensivos químicos estão obtendo uma safra melhor, tanto em termos de produtividade, quanto de qualidade. Apesar de todas essas dificuldades, a demanda do mercado externo (Argentina e Uruguai) está animando os tomaticultores locais. Segundo agentes da região, foram realizadas vendas à Argentina ao redor de R\$ 20,00/cx de 23 kg durante o mês passado mas, por enquanto, não é possível afirmar se essas negociações serão estendidas em longo prazo.

Ubá se despede do mercado

Na região de São José de Ubá (RJ), as colheitas terminaram em outubro. Durante o último mês, a oferta se manteve restrita a tomates ponteiros e a participação dessa região no mercado já não era tão expressiva. Dessa forma, o tomate salada AA longa vida produzido em Ubá foi enviado



Menor oferta valoriza o Longa Vida

Preços médios de venda do tomate salada AA longa vida na Ceagesp - R\$/cx 23Kg

Fonte: Cepea

apenas para a ceasa carioca. Neste ano, a área de plantio na região aumentou cerca de 50% frente ao ano passado. Segundo análise dos tomaticultores de São José de Ubá, as perdas acumuladas foram grandes. Chuvas de granizo atingiram as lavouras durante o mês de agosto e provocaram queda na produtividade e na qualidade do produto. Os preços obtidos pelos produtores também não foram satisfatórios - boa parte acumulou prejuízos e alguns agentes chegam a especular perdas em torno de 200 mil reais para a região. Assim, os custos não foram cobertos e os empréstimos feitos juntos aos bancos estão sendo renegociados e prorrogados para o próximo ano. Os danos registrados nesta safra levaram os produtores a cogitar a possibilidade de diminuição da área plantada em 2004. Por enquan-

to, isso é apenas uma previsão.

Exigência de rótulos

Os produtores de tomate que abastecem os atacados da Ceagesp, Craisa (Santo André), Semab (SP) e as ceasas do interior de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul terão um custo a mais com a inserção dos rótulos. As informações que deverão constar nas embalagens plástica e de madeira são: peso, origem, data de colheita, endereço e telefone do produtor. A Lei Nº 9.972/2000, que instituiu a classificação de produtos vegetais, e o Decreto Nº 3.664/2000, que regulamenta essa lei, já estão em vigor há um bom tempo, mas devido à falta de fiscalização, eles não vinham sendo cumpridos. Apesar do primeiro prazo para essa adequação ter vencido no dia 16 de outubro de 2003, uma

nova data será definida para que os produtores se ajustem às normas estabelecidas. Essa decisão foi tomada, porque, segundo as centrais de abastecimento, ainda existem muitas dúvidas entre os agricultores quanto às informações que devem constar nos rótulos. As ceasas informaram que não recusarão os produtos que estiverem sem os respectivos rótulos, mas recomendam que os produtores se adequem o mais rápido possível à lei. Até o encerramento desta edição, nenhum novo prazo havia sido estipulado. Muitos tomaticultores concordam com essa obrigatoriedade e acreditam que os rótulos ajudam na propaganda do seu produto. A maior dificuldade encontrada por eles é quanto à pesagem, já que a maioria não possui os equipamentos necessários para isso.

CONHEÇA OS DESTAQUES 2003



Hib.F1
Vereda

Mais sabor,
padrão de mercado



Hib.F1
Sandy

Mais precoce,
maior produtividade



Hib.F1
Thafy

Produtividade e tolerância ao gonovírus



Luana

Plantas grandes, qualidade de cabeças



Hib.F1
Caroline

Tolerância a
doenças foliares,
excelente qualidade de raiz



Hib.F1
Sarah

Mais precocidade e resistência
a temperaturas altas



Hib.F1
Martha R

Alta produtividade
e resistência a fíftora
(Phytophthora
capsici)



Mayara

Precoca, uniforme, para
mercado fresco e processamento



Hib.F1
Ferrari

Uniformidade e
excelente coloração
de raiz



Folha Larga

Alta vigor e maior rendimento



Hib.F1
Rubia R

Alta qualidade e
pagamento de frutos.
resistência a PVY
(estirpe PI-2).



Lídia

Plantas grandes, 10 dias
mais precoce que as outras do grupo

Acesse o nosso site www.sakata.com.br

SAKATA
Solução para o seu cultivo



Especial Agroindústria

Oportunidades de comércio para o produtor

Por Eveline Zerio, Aline B. Ferro e
Isis N. Sardella

Os fãs da trabalhosa comidinha caseira terão que se conformar. Os alimentos prontos para o consumo ou de preparo rápido invadiram os supermercados e estão conquistando cada vez mais a dona-de-casa brasileira. Segundo o IBGE, os gastos com alimentos prontos cresceram 70% entre 1986 e 1996. A alimentação fora de casa também se tornou um hábito nesta década. Os paulistanos de classe média, por exemplo, gastaram cerca de 4% do seu orçamento com a alimentação fora de casa em 2002, conforme estudos da Grottera/FGV.

Por trás de tudo isso está um gigante capaz de suprir as redes de *fast foods*, os supermercados, os sistemas de refeições coletivas, as franquias, os rodízios e os restaurantes *self service*. Trata-se da agroindústria de alimentos. Claro, o setor hortifrutícola não ficou de fora desse novo mercado e, hoje, representa 9% das agroindústrias nacionais, conforme a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA).

Só para o setor de sucos prontos, cuja matéria-prima é a polpa de fruta, estima-se um faturamento de 467 milhões de reais e um consumo de 168 milhões de litros em 2002. A demanda por hortifrutícolas processados é tão

intensa que o produto já industrializado acaba tendo que ser importado. Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), os gastos com a importação desses alimentos somaram aproximadamente 85 milhões de dólares em 2002, sendo o principal fornecedor a Argentina. Só de batata frita pré-congelada, o Brasil

para o processamento. Esse é o caso específico da cebola e das frutas em geral. As que processam tomate e batata, por outro lado, possuem demanda diferenciada, exigindo investimentos e especialização do produtor. Além disso, são mercados mais formais, em que normalmente a produção é pré-contratada e as variedades são específicas.

Para o agricultor brasileiro, isso tudo sinaliza que há uma alternativa interessante para a comercialização da produção: vender parte da sua produção às processadoras. De olho nas oportunidades para o produtor diversificar sua comercialização e melhorar sua eficiência no campo, a **Hortifruti Brasil** resolveu investigar a fundo as agroindústrias, sua demanda e a visão do produtor em relação a esse canal. Assim, foi realizada uma pesquisa com 150 leitores da revista, produtores e comerciantes de frutas e/ou hortaliças *in natura*, voltados ao mercado interno e externo. A entrevista se concentrou em produtores de cebola, tomate, batata e frutas de mesa (com exceção da laranja) das principais regiões produtoras do país. As agroindústrias também foram contatadas para avaliar os níveis e padrões da demanda e questionadas sobre as oportunidades de negócios para o produtor. O objetivo principal desta edição foi caracterizar as

**A agroindústria
cresceu, conquistou os consumidores, e representa uma alternativa à comercialização da produção hortifrutícola.**

gastou o equivalente a 50 milhões de dólares em compras do produto argentino no ano passado.

Outro dado interessante: a **Hortifruti Brasil** constatou que algumas agroindústrias aproveitam frutas e hortaliças que são descartadas no mercado fresco

principais agroindústrias do setor e mostrar quais as oportunidades desse mercado ao produtor hortifrutícola.

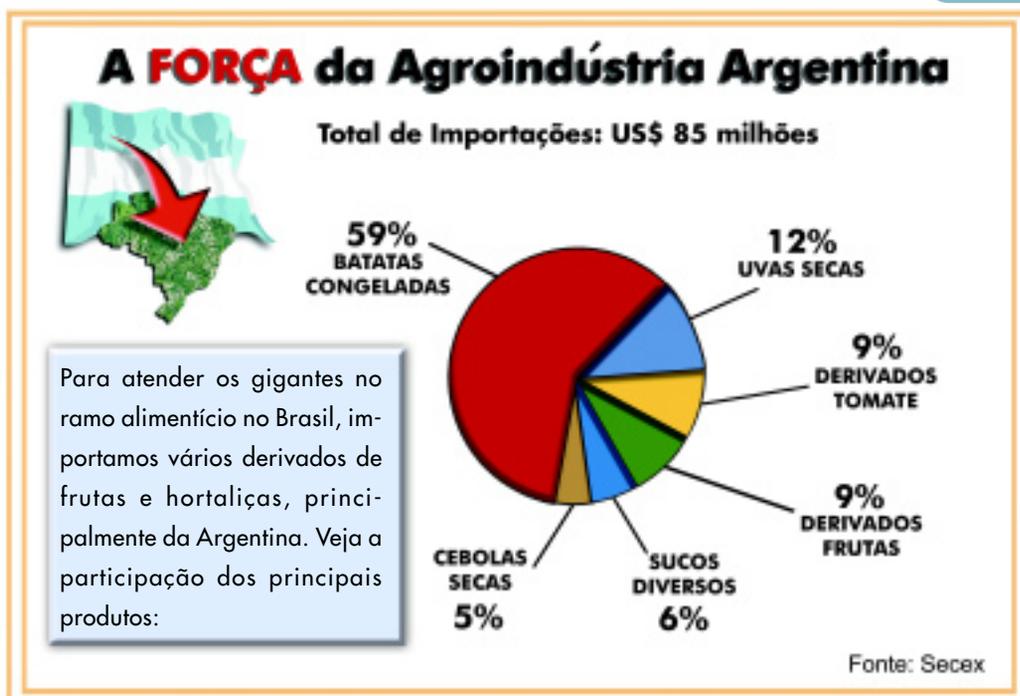
Vale a pena vender para a indústria?

A agroindústria hortifrutícola pode representar uma boa alternativa para os produtores que comercializam o produto *in natura*. Entretanto, poucos conhecem esse canal de comercialização. Essa é a conclusão de um estudo realizado com os leitores da **Hortifrutí Brasil**. Somente 32% dos entrevistados declararam ter algum contato com agroindústrias e a maioria (80%) revelou vender uma parcela pouco significativa para esse canal. Muitos desconhecem essa oportunidade de mercado, mas todos ansei-

am por alternativas de escoamento da produção, que gerem maior rentabilidade. Mas por que a relação entre produtor e agroindústria ainda é pouco significativa? Qual é a remuneração média oferecida pelas agroindústrias? Quais as exigênci-

as? E as vantagens?

A **Hortifrutí Brasil** inicia a discussão nesta edição, mas o assunto não se esgota por aí. Os leitores continuarão sendo entrevistados e os resultados desses novos questionamentos serão tema da primeira edição de 2004.



CIFRA\$ da AGROINDÚSTRIA



Nos últimos anos, as redes de *fast food* cresceram cerca de 15% ao ano. Como a base do setor é a venda de hambúrguer e batata-frita, esse aumento resulta em maior demanda das agroindústrias de batata. Essas redes têm faturamentos elevadíssimos - acima de US\$ 50 bilhões por ano. Ao redor do mundo, uma rede como o McDonalds fatura US\$ 33,6 bilhões ao ano e a Tricon (KFC, Pizza Hut e Taco Bell), US\$ 20,5 bilhões ao ano.



A agroindústria de atomatados movimentou, no Brasil, em 2001, R\$ 1,1 bilhão. O mercado é dividido em 41% para extrato de tomate, 30% para molhos prontos, 15% para catchup e 14% para polpa de tomate. A empresa líder do mercado, a Unilever, chega a faturar sozinha R\$ 83 milhões com *catchups*, R\$ 150 milhões com extrato de tomate e R\$ 63 milhões com a polpa.



As agroindústrias hortifrutícolas também registram altas cifras no faturamento. A mexicana *Del Valle*, líder no mercado nacional de suco, registrou faturamento global de US\$ 500 milhões em 2001. No mesmo ano, a filial brasileira faturou R\$ 102 milhões. Em 2002, o montante chegou a R\$ 150 milhões. Este ano, a concorrência no mercado de sucos prontos está maior com a entrada de novas empresas no setor, aumentando a demanda por polpa de frutas.

TOMATE: Estima-se que mais de 40% da produção nacional do tomate esteja voltada ao segmento industrial. Em 2002, o Brasil produziu cerca de 1,28 milhão de toneladas para a produção industrial, em uma área de 18,25 mil hectares, segundo estimativas das agroindústrias do setor. Com o crescimento das redes de *fast food* e com a expansão do segmento de molhos prontos, as perspectivas para o consumo nacional de polpa de tomate são bastante positivas.

Hoje, a **região Centro-Oeste** do país concentra a maior área cultivada com tomate destinado ao processamento. Nessa região, o clima seco durante os meses de março a setembro favorece o cultivo da hortalíça. Os solos profundos, bem drenados e a topografia plana facilitam a mecanização e permitem o uso de grandes sistemas de irrigação. O cultivo de tomate exige um alto nível tecnológico e uma intensa utilização de mão-de-obra. Além disso, o tomate rasteiro - técnica utilizada no plantio voltado à indústria - precisa de cuidados diferentes dos vendidos ao mercado doméstico. O produto para a indústria é plantado exclusivamente no inverno, quando a incidência de doenças costuma ser menor. Normalmente, as indústrias interrompem o processamento durante os meses mais quentes e trabalham apenas com estoques.

As **lavouras de tomate industrial** são totalmente distintas das voltadas para o consumo *in natura*. Até mesmo o perfil do produtor é diferenciado. Os produtores que ofertam integralmente para a agroindústria fixam contratos com as empresas e ficam impedidos de comercializar com as ceasas. Existem muitas para aqueles que rompem essa exigência, além do risco de não conseguirem fixar contratos posteriormente. Segundo os produtores, a principal **vantagem** em comercializar com a agroindústria é o baixo risco de inadimplência. Existem contratos formais entre produtor e empresa que definem preços, prazos e a quantidade a ser entregue em cada período. Esses contratos são renovados no início de cada ano e se estendem até o fim da safra. Os preços são fixados pelas agroindústrias no início do ano, baseados no custo de produção da cultura. Os defensivos, mudas, adubos, capital para mão-de-obra e as despesas com frete são custeados pelas agroindústrias. O restante das despesas, como o gasto de energia com o pivô central e trabalhos tratorizados, além da colheita, ficam por conta do produtor. No caso do tomate, também pode ocorrer a venda do refugo de mercado para as processadoras. Entretanto, esse procedimento só ocorre quando há um grande excedente na produção do tomate de mesa.

CEBOLA: Os principais produtos feitos a partir da cebola são a pasta de cebola (utilizada para molhos de tomate, temperos prontos e temperos de comidas congeladas), o creme de cebola (para condimentos em embalagem tipo "Tetra Pak"), a cebola em pó (destinada a sopas e temperos em pó), entre outros. O número de processadoras no Brasil ainda é baixo e, por enquanto, supre apenas o mercado nacional. O setor de processamento tem potencial para crescer, assim como o consumo de todo condimento industrializado.

As **empresas** desse setor estão **localizadas** nos estados de Goiás, Santa Catarina e São Paulo, com maior concentração no interior paulista. O segmento tem como matéria-prima básica o descarte do mercado *in natura* e as variedades utilizadas variam de acordo com cada produto processado. Normalmente as cebolas muito graúdas, sem peles e com bacterioses na casca, que prejudicam apenas a comercialização *in natura*, são as mais **demandadas pela indústria**. A maioria das agroindústrias que trabalham diretamente com a cebola produz bens denominados semi-industrializados, ou seja, que serão utilizados como matéria-prima para outras empresas de alimentos. Dessa forma, o valor agregado a cada produto nas processadoras é relativamente baixo. Além disso, os gastos com a matéria-prima chegam a representar cerca de 60% do custo total da produção, dependendo das condições de qualidade e dos preços do mercado *in natura*. Assim, muitas processadoras não conseguem remunerar o produtor com base nos valores de mercado, comercializando apenas as cebolas de descarte. Em alguns casos, a agroindústria prefere negociar em máquinas beneficiadoras, por obterem um maior volume de produto.

A principal **vantagem** para o produtor na negociação com a agroindústria é o escoamento das cebolas que não são aceitas pelo consumidor, garantindo maior rentabilidade ao produto de baixo valor no mercado. Além disso, a indústria garante o pagamento, anulando o risco de inadimplência. Entretanto, como a colheita da cebola migra entre as regiões produtoras ao longo do ano, torna-se difícil fidelizar os produtores, dificultando a realização de contratos formais com os cebolicultores. A agroindústria não é prioridade no caso do mercado de cebola. Muitos produtores ainda não vêem oportunidades desse setor como uma forma de rentabilidade, mas sim como forma de aproveitamento do descarte, apenas para reduzir os excessos de oferta no mercado de cebola *in natura*.



BATATA: A indústria da batata é um segmento muito forte e competitivo na Europa e nos Estados Unidos, onde o consumo *per capita* das diferentes formas industrializadas - *chips*, *french fries* (batata palito), amido, fécula, entre outras - é alto. No Brasil, a maior parte dos consumidores ainda adquire a batata na forma *in natura*. Contudo, a partir da década de 90, os bataticultores começaram a procurar por novos nichos de mercado, fugindo das elevadas oscilações de preços. Assim, o envio do tubérculo para a agroindústria foi uma alternativa que exigiu investimentos em novos cultivares e uma nova postura no sistema de produção e comercialização, a fim de atender aos padrões exigidos pelas indústrias, principalmente as de *chips*. A relação comercial entre a agroindústria e o produtor varia de acordo com o produto processado - *chips*, palha ou pré-congelada.

As **indústrias de chips**, normalmente grandes empresas, fecham contratos formais com produtores, com preço e prazo de entrega fixos, variedade específica, entre outros fatores. Normalmente, os contratos são de longo prazo - de um a três anos - com alterações de preços vinculadas às oscilações registradas no mercado durante o período. As agroindústrias adquirem apenas a batata especial (peneira 45) e descartam as demais classificações. Os produtores que abastecem essas indústrias são beneficiados com algumas **vantagens**, como o acompanhamento técnico fornecido pelas próprias empresas - engenheiros são colocados à disposição dos produtores para visitas rotineiras às plantações. Além disso, os insumos e demais fertilizantes são fornecidos pelas agroindústrias a preços inferiores aos das vendas, diminuindo os custos de produção.

Já a **industrialização de batata palha** é caracterizada por pequenas empresas localizadas no Paraná, São Paulo e Minas Gerais. Não há contratos estabelecidos e a exigência de qualidade e padrões são mínimos. As indústrias adquirem o produto à medida que sentem necessidade, não há prazo de entrega e nem de variedade específica, desde que sejam batatas destinadas à fritura, como bintje, asterix e até mesmo a atlantic. Os preços não são fixos e acompanham as cotações do mercado no momento da entrega. Geralmente, a comercialização é realizada por atravessadores ou beneficiadores, que têm a missão de selecionar as batatas enviadas a essas indústrias. As batatas não podem ser grandes e, por isso, normalmente se negociam as classificadas como diversas ou primeiras (batatas com peneira abaixo de 42). O produto também não deve ter defeitos na pele, como furos ou pintas em excesso, para que não interfiram na qualidade final do produto industrializado.

A produção interna de **batatas palito** ainda é baixa, apesar da elevada demanda por batata frita pré-congelada, principalmente pelas grandes redes de *fast food*. Agentes do mercado estimam que esse segmento representa menos de 10% das agroindústrias de batata nacionais. Em grande parte, esse produto processado é importado da Argentina. Segundo representantes das agroindústrias, isso se deve ao fato das variedades adaptadas às condições brasileiras apresentarem qualidade inferior à fritura em palito, em relação à da batata argentina.

FRUTAS: O principal produto fabricado pelas indústrias que utilizam frutas como matéria-prima é a polpa. Ela é utilizada em alta escala para a fabricação de sucos e, em menor escala, para a fabricação de doces, como a banana passa, os doces em compotas, entre outros. As principais frutas utilizadas pelas agroindústrias são a manga e a goiaba, seguidas pelo mamão, cupuaçu, acerola, abacaxi e carambola.

Essas indústrias estão concentradas próximas às regiões produtoras de frutas. No geral, existem agroindústrias por todo o Brasil, inclusive na Amazônia, onde as principais frutas processadas são as típicas da região, como o açaí. As agroindústrias geralmente adquirem a matéria-prima diretamente do produtor, não utilizando nenhum tipo de contrato formal. O que existe é apenas um "acordo verbal" entre os envolvidos. Quanto aos padrões de qualidade, **as agroindústrias produtoras de doces** são pouco exigentes. Geralmente, a fruta de descarte é a ideal para o processamento industrial.

No caso da fabricação da **polpa de fruta** para suco, as exigências aumentam. Para esse segmento de mercado, é necessário um padrão de qualidade envolvendo estágio de maturação adequado, variedades específicas e, principalmente, sem problemas fitossanitários no fruto. Na maioria das vezes, o produtor vende para a agroindústria somente em períodos de grande oferta, já que alegam poucas vantagens para esse tipo de comercialização. Isso porque a agroindústria normalmente paga um valor inferior ao praticado no mercado *in natura*. Também foram evidenciados alguns problemas relacionados ao frete e ao volume demandado pela agroindústria. O produtor arca com o frete e pouco se interessa em comercializar um volume inferior a uma carga, uma vez que os baixos preços pagos pelo um envio de um volume pequeno não compensa os gastos com o transporte. Por outro lado, existem algumas **vantagens** e oportunidades que a agroindústria pode oferecer ao produtor, como escoamento de parte da produção que não se adequa aos padrões exigidos pelo mercado *in natura*, além da alternativa de lucrar com o excedente de produção.



Produção deve diminuir

Menor oferta deve valorizar o havaí em novembro



Diminui a oferta do havaí

Em novembro, o volume de mamão havaí produzido nas lavou- ras capixabas e baianas deve di- minuir. Os produtores esperam que as temperaturas permaneçam mais amenas no início do mês e permitam que o fruto fique mais tempo no pé. Desta forma, espe- ra-se que a colheita seja melhor distribuída a partir da segunda quinzena de novembro, impulsio- nando as cotações. Em outubro, o havaí produzido no Espírito Santo registrou queda de 77% frente ao mês anterior, ficando, em mé- dia, a R\$ 0,12/kg. O principal mo- tivo para essa queda foi, sem dú- vida, o excesso de produção esti- mulado pelas altas temperaturas. No último mês, o calor acelerou a maturação do fruto e ocasio- nou aumento no volume oferta- do. O crescimento da produção, aliado à baixa demanda pela fru- ta, resultou na queda dos preços e deixou muitos produtores insa- tisfeitos com a cultura. Vale res-

saltar que esta situação não ocor- reu exclusivamente no Espírito Santo. As regiões produtoras do sul e oeste da Bahia, também fo- ram atingidas pelas altas temper-aturas e registraram queda nos preços do havaí.

Transporte marítimo como saída

Na primeira quinzena de outu- bro, as empresas exportadoras de mamão ficaram satisfeitas com o volume comercializado. Com a alta oferta do produto nas roças, não houve problemas com os embarques. Entretanto, no final do mês, as vendas para os Estados Unidos e Europa fo- ram prejudicadas pelos custos elevados dos transportes aéreos e pela concorrência por espaço no mercado internacional entre as empresas brasileiras. A mai- or redução ocorreu nas vendas para os Estados Unidos, pois este país ainda utiliza o transporte aéreo na maioria das negocia- ções. As exportações aéreas ga-

rantem a manutenção da qua- lidade do fruto até o desembar- que e, assim, são preferidas pelos compradores americanos. Algumas empresas exportadoras acreditam que talvez esse fosse o momento ideal para a ampliação do transporte marítimo, tendo em vista os custos mais baixos e me- nores problemas logísticos em comparação ao aéreo.

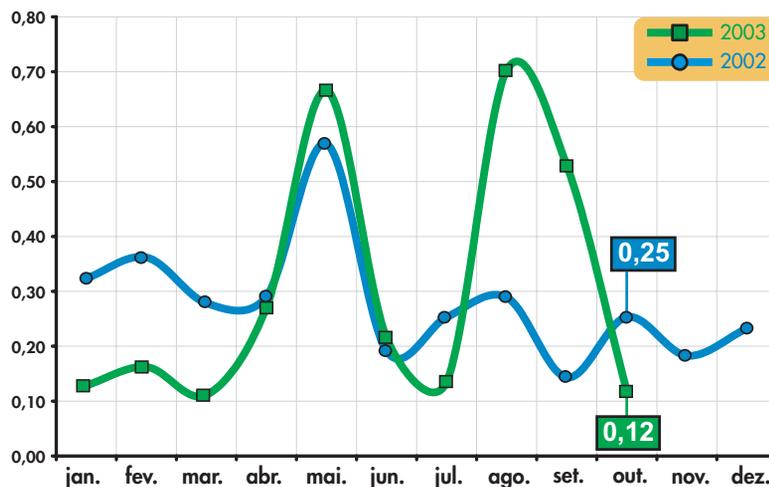


Lucros com formosa

No caso do formosa, a oferta também deve seguir baixa até a segunda quinzena de novem- bro sustentando os preços des- sa variedade. Em outubro, o fo- mosa foi comercializado a um dos mais altos valores do ano, segundo dados do Cepea/Esalq. No último mês, as roças dessa variedade entraram em um pe- ríodo de "descanço", o chama- do "pescoço", quando a produ- ção caiu significativamente. O menor volume produzido resul- tou na valorização dessa vari- edade e garantiu boa rentabili- dade aos produtores.

Cultura sem tratos

A baixa rentabilidade que vem sendo obtida pelos produtores de mamão, neste ano, está desestimulando a execução dos tratos culturais necessários ao mamoeiro. A adubação foi sig- nificativamente reduzida e em alguns casos a cultura foi man- tida apenas com irrigação e matéria-orgânica. Esse compor- tamento poderá resultar na pro- dução de frutos de baixa quali- dade, uma vez que o mamão é uma cultura bastante exigente em manejo.



Havaí despensa em outubro

Preços médios recebidos pelos produtores capixabas pelo mamão havaí (12-18) - R\$/kg

Fonte: Cepea

Recorde de embarques em 2003

Apesar da entrada do frio europeu frear os embarques, o melão fecha 2003 com recorde nas exportações



Exportações duplicam

Apesar da chegada do frio reduzir a demanda internacional, em novembro, não há como negar a importância das exportações para a cultura do melão. Segundo a pesquisa divulgada pela **Hortifruti Brasil**, na última edição, o volume de frutas exportadas pelo Brasil em 2003 tem sido significativamente maior frente ao ano passado. No caso do melão, os produtores estão embarcando, neste ano, um volume duas vezes maior se comparado a 2002. A primeira razão para esse aumento nas vendas externas foi o forte calor registrado durante o verão europeu. Assim, os estoques de melões espanhóis terminaram mais cedo, permitindo que a fruta brasileira entrasse na Europa antecipadamente. A segunda razão foi a desvalorização do dólar frente ao Euro. Como os contratos internacionais são fechados em dólar, a fruta ficou mais barata para os importadores e, conseqüentemente, para os consumidores, fato que estimulou as vendas na Europa. Outro fator que deve ser mencionado é que, em outubro, o frio ainda não havia se intensificado nos países europeus, o que estimulou o consumo de frutas no período.

Maior oferta para o mercado interno

Em novembro, mesmo com a existência de contratos fixados entre exportadores e compradores internacionais, o volume de melão embarcado deve ser me-

nor. A expectativa dos agentes da cadeia é de que as vendas internacionais retornem com mais força apenas em dezembro, devido a maior procura para as festas de fim-de-ano. Até lá, a produção do Rio Grande do Norte deve ser realocada no mercado nacional, elevando o volume ofertado. Assim, os preços internos da fruta podem registrar queda, atraindo o consumidor nacional. Entretanto, é necessário ressaltar que a baixa produtividade das lavouras, ocasionada pela mosca minadora, deve limitar o volume colhido.

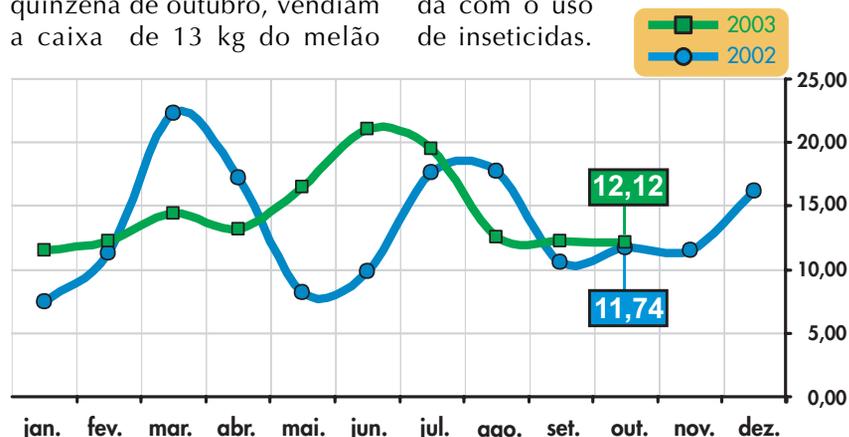
Oferta deve regular preços

Em novembro, o aumento da oferta de melão no mercado interno pode frear a tendência de alta de preços registrada desde a segunda quinzena de outubro. No último mês, o preço do melão amarelo no mercado interno atingiu valores superiores a R\$ 18,00/cx 13 kg no atacado. Estes preços surpreenderam os atacadistas que, na primeira quinzena de outubro, vendiam a caixa de 13 kg do melão

amarelo, padrão 5 a 8, por no máximo R\$ 12,00. A alta nas cotações do produto foi motivada pela maior procura interna. Apesar do consumo de melão não estar tão aquecido, principalmente em função do baixo poder aquisitivo do brasileiro neste ano, a demanda superou a oferta no período, impulsionando as cotações.

Minadora prejudica oferta

A incidência da mosca minadora, praga típica da cultura do meloeiro, preocupou os produtores em outubro. Apesar de não causar danos à qualidade da fruta, o rendimento das lavouras pode ser reduzido pela presença da praga no campo. Ao sugar a seiva da folha, a mosca causa diminuição no calibre dos frutos, afetando significativamente a produtividade - podendo reduzi-la em cerca de 20%. As maiores perdas geralmente ocorrem em solos fracos e, a incidência da mosca é controlada com o uso de inseticidas.



Melão interrompe queda em outubro

Preços médios recebidos pelos produtores de melão amarelo tipo 6 em Mossoró - R\$/cx 13kg

Fonte: Cepea

Oferta deve cair

Produtores esperam que a redução da oferta impulse os preços em novembro

Começa safra paulista

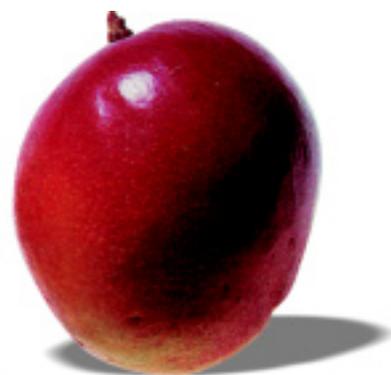
Na maioria das propriedades paulistas, o início da colheita da manga deve ocorrer em meados de novembro e início de dezembro. As altas temperaturas registradas durante o início da formação dos frutos prejudicaram o pegamento da variedade tommy e deslocaram o período de produção dos frutos. Além disso, a produtividade dos pomares tende a ser menor que em anos anteriores. Com a previsão de menor volume disponível em 2003, os produtores acreditam que a tommy paulista deva se valorizar no início de dezembro. No caso da variedade palmer, a situação é oposta. Os pés se encontram carregados e, segundo estimativas de produtores paulistas, a oferta deve ser cerca de 30% maior que nas safras passadas.

Vale em apuros

Com a diminuição da oferta da manga nordestina prevista para a primeira quinzena de novembro, os agentes estimam que a

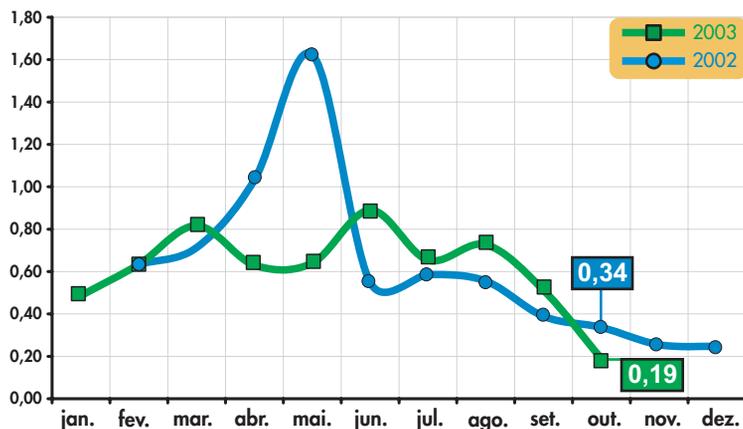
fruta volte a se valorizar. Em outubro, o volume disponível nas propriedades nordestinas foi muito grande, se comparado ao ano anterior, e pressionou as cotações tanto no mercado interno quanto no externo. Além do aumento da safra, a concentração do pico de colheita nas três primeiras semanas do mês contribuiu para a desvalorização da manga. Em outubro, a tommy na roça, destinada ao mercado doméstico, chegou a R\$ 0,10/kg no eixo Petrolina (PE)/Juazeiro (BA) e em Livramento de Nossa Senhora do Brumado (BA). Desde o início do levantamento do Cepea, há dois anos, não foram observados valores tão baixos para a manga do Nordeste. Além da queda dos preços, o excesso de oferta gerou problemas com a mosca-das-frutas em algumas propriedades. As elevadas temperaturas aceleraram tanto a maturação da manga quanto o desenvolvimento das larvas da mosca. Vale ressaltar que essas larvas

se multiplicam nas frutas maduras que caem dos pés e não são recolhidas. De acordo com os produtores nordestinos, medidas de controle cultural (enterra das frutas podres) e controle químico (uso de inseticidas) foram intensificadas, evitando maior descontrole na proliferação da praga.



Desvalorização nas exportações

O setor exportador também está sendo afetado pela desvalorização da fruta em 2003. Mesmo quem exporta a fruta para os Estados Unidos, país que tradicionalmente remunera melhor o produtor da manga brasileira, sentiu o peso dos baixos preços. Em outubro, os valores pagos para os produtores que enviam a tommy aos Estados Unidos e Europa foram quase metade do praticado há um ano. Segundo os produtores nordestinos, este ano vem apresentando uma das piores rentabilidades em termos de mercado internacional, principalmente se observarmos os preços registrados em outubro. De modo geral, a elevada oferta da manga nordestina durante o último mês foi o principal fator para a desvalorização da fruta no período. Nos Estados Unidos, a queda nos preços da fruta está ocorrendo também em virtude da maior participação da manga de outros países na janela de mercado que antes era exclusiva do Brasil. Além do menor preço externo, as exigências dos importadores estão aumentando, tanto para a inclusão de outras variedades quanto por determinados tamanhos. Na União Européia, os tamanhos de 6 a 9 são os mais demandados. Assim, ocorrem sobras dos demais tamanhos que dificilmente são realocadas em outros canais de comercialização. Os produtores devem permanecer atentos às exigências internacionais ou correm o risco de perder espaço nas exportações.



Tommy registra nova queda em outubro

Preços médios recebidos pelos produtores do Vale do São Francisco pela tommy na roça - R\$/kg

Fonte: Cepea

Paraná volta ao mercado

A produtividade paranaense está menor nesta safra



Clima afeta produção

Até meados de novembro, praticamente todos os produtores do Paraná devem iniciar a colheita da uva. Apenas na região norte do estado, onde algumas videiras foram atingidas por chuvas de granizo e vendaval, a produção deve começar no final do mês. Isso porque os produtores que tiveram suas lavouras atingidas realizaram novas podas nas videiras, atrasando o desenvolvimento da fruta. O clima atípico também reduziu a produtividade. Em algumas propriedades, a carga produzida caiu pela metade. O frio tardio entre agosto e setembro afetou as parreiras podadas entre junho e agosto, resultando no abortamento da florada e em uma brotação desuniforme. Além das adversidades climáticas, alguns viticultores paranaenses, desestimulados, estão erradicando o plantio da uva. Esses produtores investem em culturas consideradas mais rentáveis, como a soja ou até mesmo outras plantas frutíferas, como a ameixa e a maçã. Assim, estima-se que a produção nesta safra seja de 30 a 40% menor que a registrada em 2002. Diferentemente da safra do meio do ano, não foram registrados problemas significativos com doenças até outubro e, com isso, espera-se que a qualidade da uva colhida seja boa.

Volume maior no Nordeste

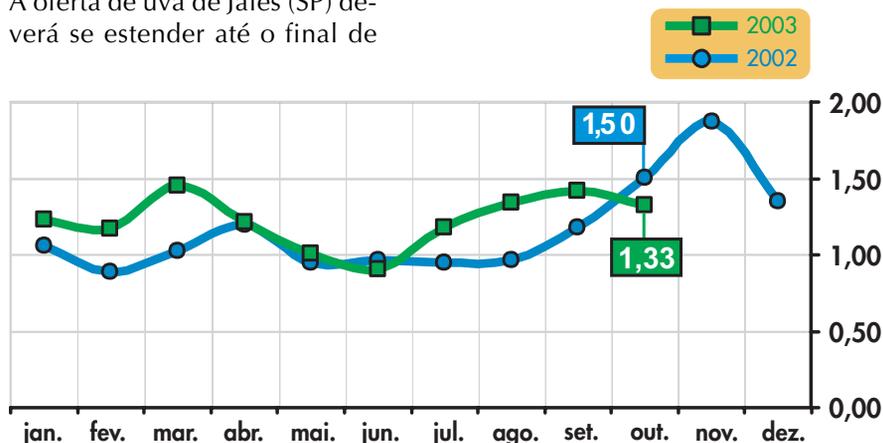
Com o início das exportações brasileiras em outubro, o volume de uva colhida na região nordestina cresceu considera-

velmente. Contudo, devido ao mau planejamento dos embarques não foi possível exportar toda a quantidade ofertada no período. Assim, um grande volume foi armazenado em câmaras frias e o restante colocado no mercado interno. Assim, a oferta aumentou no Brasil, pressionando os preços. Internacionalmente, as expectativas continuam boas. O preço recebido pelos produtores pela uva Itália ficou ao redor de R\$ 2,40/kg e o da benitaka, a R\$ 2,50/kg, em média. A variedade festival - uva sem semente - apresentou preços bem melhores, entre US\$ 2,00/kg e US\$ 2,10/kg. Para novembro, o volume ofertado deve permanecer grande, porém, com o início dos desembarques da fruta na Europa, a procura pelas empresas exportadoras tende a aumentar, o que deve reduzir a quantidade ofertada internamente.

Fim de safra em Jales

A oferta de uva de Jales (SP) deverá se estender até o final de

novembro por alguns produtores que direcionaram a poda para este mês. Contudo, com a entrada das uvas paranaenses no mercado, as vendas locais devem ser dificultadas, forçando a redução dos preços. Os valores praticados em Jales vinham se mantendo em bons patamares até o final de setembro, mas a partir de outubro apresentaram significativas reduções. Segundo agentes locais, houve desaquecimento da demanda pelo produto durante o último mês, o que pressionou as cotações. Dessa forma, a lucratividade de alguns produtores da região foi comprometida. Com a produção menor neste ano e com os altos custos dos insumos, estima-se que os preços recebidos nesta safra não compensarão os investimentos realizados. Tais fatos dificultam o pagamento das dívidas bancárias acumuladas pelos produtores e desestimulam a permanência na produção de uva.



Maior volume reduz preços em novembro

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

Fonte: Cepea

Pouca nanica e pouca prata



Baixa oferta deve sustentar preços em novembro



Nanica segue em alta

Em novembro, a oferta de banana nanica deve continuar baixa nas regiões catarinenses e paulistas. As baixas temperaturas registradas durante o inverno, aliadas à estiagem entre os meses de junho e julho, prejudicaram o desenvolvimento dos cachos e ocasionaram queda na produção. A expectativa dos bananicultores do Vale do Ribeira (SP) e do norte de Santa Catarina é que a oferta de nanica aumente apenas em dezembro e janeiro. Enquanto isso, os preços devem continuar altos. Em outubro, a fruta catarinense registrou alta de 84% em relação ao mesmo período de 2002, enquanto, no Vale do Ribeira, a variedade esteve 136% mais valorizada frente ao ano anterior. Com a escassez de nanica nas principais regiões produtoras, o preço da fruta produzida no norte mineiro também subiu. Em outubro, a média para a va-

riedade produzida em Minas Gerais foi de R\$ 9,20/cx 20 kg, valor 106% maior que o registrado no mesmo período de 2002. Vale ressaltar que, no norte de Minas, a produção de nanica é pequena se comparada com a da prata.

Cai oferta de prata no Vale

Com a aproximação do final da safra de prata no Vale do Ribeira, o volume ofertado deve diminuir em novembro. Entretanto, a colheita na região deve seguir até meados do mês, e por isso, os produtores preferem ser mais cautelosos quanto à reação de preços. Em outubro, a maior oferta de prata na região pressionou as cotações, confirmando as expectativas do setor. O preço da prata litoral caiu 9% em relação ao mês anterior, ficando ao redor de R\$ 7,40/cx de 20 kg. Apesar da queda registrada frente a outubro, o valor foi 37% maior que o praticado no mesmo período

do ano passado, uma vez que a oferta em 2002 era maior.

Produção também é menor em Minas

No norte mineiro, a oferta de prata também deve ser menor em novembro. Nessa região, a formação de cachos também foi prejudicada pelas baixas temperaturas registradas em junho e julho. Assim, a produção que seria colhida em novembro deverá se deslocar para meados de janeiro do próximo ano, segundo bananicultores da região. Com a diminuição da oferta no norte de Minas e no Vale do Ribeira (SP), espera-se uma melhora nos preços da variedade nessa região. Em outubro, devido à maior oferta tanto em Minas Gerais quanto nas regiões paulistas, o preço da prata mineira caiu 33% em relação ao mês anterior. Entretanto, esteve 2% maior que o praticado no mesmo período do ano passado.



Preço da nanica catarinense explode em outubro

Preços médios recebidos pelos produtores catarinenses - R\$/cx 22 kg

Fonte: Cepea

Atacado espera melhora nas vendas

Tadicionalmente as altas temperaturas estimulam o consumo de fruta e assim, os atacadistas acreditam que as vendas devem melhorar em novembro. Até a última semana deste mês, o mercado tende a se manter aquecido, mas com a chegada das férias escolares e as festas de final de ano, a situação pode se reverter. Em dezembro, as vendas para as merendas escolares são paralisadas e outras frutas típicas de final de ano entram no mercado, competindo com a banana.



Florada está aí

Chuvvas estimulam o desenvolvimento da florada nos pomares paulistas

De olho nos pomares

No final de outubro, produtores do sudeste de São Paulo comentaram que as chuvas da última quinzena de outubro e início de novembro estimularam o desenvolvimento da florada. O retorno das chuvas nos pomares paulistas também revigorou as frutas desta safra. Nas regiões norte e nordeste de São Paulo, por outro lado, a florada continua restrita aos pomares irrigados ou àqueles onde houve registro de precipitações. Nas regiões irrigadas, é possível observar uma florada mais adiantada, tanto que em alguns pomares já existe o desenvolvimento de chumbinhos. De modo geral, a grande preocupação dos agentes é quanto ao "pegamento" tanto das brotações quanto dos chumbinhos, o que depende das condições climáticas dos próximos meses.

Morte súbita chega a Bebedouro

No último mês, o Fundecitrus anunciou novos casos de morte súbita no estado de São Paulo. As cidades atingidas são Bebedouro, Monte Azul Paulista, Embaúba, Onda Verde, Bálsamo e Cosmorama. Com isso sobe para 29 o número de cidades com focos da doença. A ocorrência da morte súbita nessas regiões preocupa os agentes do setor, uma vez que Bebedouro concentra a maior área de produção mundial, com 36 milhões de plantas - cerca de 20% do parque citrícola comercial paulista. Já Monte Azul representa uma das principais regiões de viveiros citrícolas. Por enquanto, foi

encontrado apenas um foco da doença em cada região, mas o que assusta o setor é a velocidade com que a doença vem se disseminando nos pólos produtores. Há apenas dois anos, a morte súbita foi identificada na região do Triângulo Mineiro e hoje já existe incidência na principal região produtora do país.



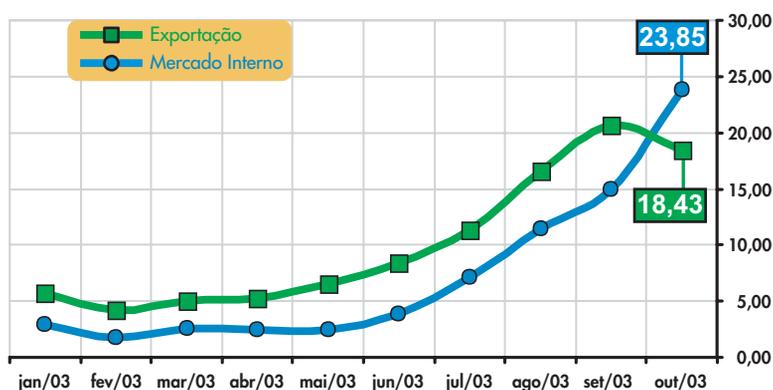
USDA prevê safra recorde para Flórida

O departamento da agricultura norte americano divulgou no dia 10 de outubro seu primeiro relatório sobre a safra 2003/04 da Flórida. Segundo o USDA, o estado deverá produzir 252 milhões de caixas de laranjas, um recorde para o estado. A safra do estado norte-americano inicia-se em outubro e vai até maio de 2003. A estimativa causou furor no mercado internacional e pressionou as cotações do suco na Bolsa de Nova York. Diante da previsão de uma safra recorde, agentes do mercado internacional alertaram pode se tornar inviável para o produtor norte-americano colher todo o pomar, uma vez que a oferta deve pressionar os preços. O departamento de citros da Flórida já pleiteia que o governo federal compre 90 milhões de galões de suco a fim amenizar os impactos causados pela maior safra do

estado. No curto prazo, o excesso de oferta na Flórida pouco influi nos preços recebidos pelos produtores paulistas, já que a falta de fruta no Brasil sustenta as cotações da laranja.

Limão: bons preços em outubro

Em outubro, os preços recebidos pelos produtores de tahiti que destinam sua produção ao mercado doméstico foram, os maiores do ano, chegando a picos de R\$ 27,50/cx 27 kg, colhido, no início do mês. Para o mercado externo, o produto no barracão foi cotado, em média, a R\$ 18,43/cx, um valor mais baixo que pode se explicar pela pressão da oferta mexicana no mercado internacional. Na virada do mês, os valores do tahiti no mercado doméstico já estavam bastante inferiores - ao redor de R\$ 13,00/cx de 27 kg - devido à antecipação da colheita em mais de um mês no estado de São Paulo. Normalmente, os preços só caem entre novembro e dezembro, quando se dá o aumento da oferta da fruta no estado.



Baixa oferta estimula alta em outubro

Preços recebidos pelo produtor pelo "limão" tahiti colhido na roça e pelo tahiti destinado à exportação, posto barracão - R\$/cx 27kg - em 2003

Fonte: Cepea

Oportunidades na agroindústria de polpa de frutas

Entrevista:

Ivan Marques Leal

“A agroindústria é a comercialização mais segura para o produtor”

Ivan M. Leal é responsável pela gerência de matéria-prima da Niagro-Nichirei do Brasil Agrícola Ltda. A Niagro é uma agroindústria localizada em Petrolina (PE) e grande processadora de acerola (7.000 t/ano) e outras frutas (500 t/ano). Em declaração por e-mail (acerola@niagro.com.br) à Hortifruti Brasil, o Sr. Leal ressalta as vantagens dos produtores em utilizar esse canal de comercialização.

Hortifruti Brasil: Quais frutas sua empresa adquire? Como é realizada a compra?

São adquiridas frutas *in natura* ou polpa dos seguintes produtos: açaí, goiaba, manga, maracujá, morango, tangerina, uva, caju e abacaxi. No caso das frutas frescas, a aquisição é feita diretamente com o produtor através de contrato. Já a polpa, é adquirida de outras agroindústrias.

HFBrasil: Qual é a referência de preços utilizada para o pagamento ao produtor?

No caso da agroindústria, o preço pago pela fruta é evidentemente menor que o praticado no mercado atacadista. A vantagem é que em grandes safras, o atacado acaba não absorvendo o volume de produção excedente enquanto a agroindústria continua recebendo a fruta.

HFBrasil: Qual a oportunidade que as agroindústrias oferecem para o produtor? É interessante para o produtor comercializar com a agroindústria? Por quê?

Creio que seja um bom negócio. Pouca gente garante alguma coisa neste país. Com uma agricultura desprestigiada e uma

economia aos frangalhos, seria muito confortável se pelo menos houvesse garantia de venda e recebimento de sua produção. É a maneira de comercialização mais segura para o produtor e também elimina a figura danosa do atravessador, que é quem mais ganha e menos gasta.

HFBrasil: A agroindústria atende o mercado internacional?

A Niagro atende o mercado internacional. Do total exportado, 40% são destinados à Europa e 40% ao Japão, o restante é embarcado para a América do Norte.

HFBrasil: Quais as perspectivas que o senhor vê para a agroindústria?

No mercado nacional, a concorrência com as empresas de fundo de quintal é muito desleal, a agroindústria sobrevive graças à exportação.

HFBrasil: Existem barreiras à entrada de novos agentes neste mercado?

Não, o mercado é livre. O problema é a qualidade. Muitas vezes, as empresas, só para venderem mais barato, acabam jogando no mercado produtos com qualidade duvidosa.

Entrevista:

Paulo R. Ferrari *

Hortifruti Brasil: Quais os desafios enfrentados por um produtor que pretende se tornar um industrial?

Primeiro é preciso ter a coragem de mudar. Na agricultura é hábito comum repetir ano a ano os mesmos procedimentos, é preciso determinação de se buscar algo novo. A agroindústria é uma atividade como a agricultura, tem dificuldades e problemas, mas as possibilidades de venda do produto são bem maiores. Agregar valor ao produto é uma das saídas da agricultura na medida em que os custos aumentam menos do que a lucratividade.

HFBrasil: Quais frutas o senhor processa? Como é realizada a compra da matéria-prima e qual seu custo no final do processamento?

A maior parte da matéria-prima utilizada na produção de polpa é de produção própria, as principais frutas que processo são manga, goiaba e carambola. As despesas com a matéria-prima representam 25% do preço final do produto.

HFBrasil: Quais as perspectivas que o senhor vê para a agroindústria de polpa de fruta?

Boas, mas para fábricas de pequeno porte, como a minha, o ideal seria uma parceria com uma empresa maior. Essa fábrica maior absorveria a produção e ficaria responsável pela parte comercial.

“ Toda fruta pode ser processada ”

Ferrari representa o típico empreendedor rural que sabe agregar valor as suas frutas. Produtor e proprietário da agroindústria AN Agropecuária tomou a iniciativa de abrir uma indústria para processar sua produção em Iacanga (SP).



HFBrasil: Qual a oportunidade que as agroindústrias oferecem para o produtor? É interessante para o produtor comercializar com a agroindústria? Por quê?

Sim, é uma boa oportunidade. A razão é que toda fruta pode ser processada, independentemente do tamanho, ponto de maturação ou cor da casca. A exceção é para as frutas com problemas fisiológicos - afetadas por doenças ou pragas. Dessa forma, a comercialização com a indústria diminui muito o desperdício.

* pauloferrari@fazendataiuva.com.br

A agroindústria da batata

O Sr. Newton Akira Yorinori faz parte do Grupo Pepsico do Brasil, uma das maiores empresas processadoras mundiais de batata. Dentro do grupo, sua atividade é a gerência de operações em programa de sementes e de novas variedades, no México.

O Sr. Yorinori relata neste artigo, enviado por e-mail (nyorinori@hotmail.com) à Hortifruti Brasil, sua visão de agrônomo a respeito da agroindústria da batata.

Atualmente, existem no mundo indústrias de batata voltadas à produção de chips, pré-frita congelada e fécula de batata - para uso na indústria farmacêutica, alimentícia e na produção de vodka principalmente. No Brasil, a principal atividade de processamento de batata está concentrada na produção de batata *chips* e a estimativa extra-oficial é que o volume processado não ultrapasse 6% do total produzido no país. O fluxo de comercialização dessa batata é relativamente simples. A batata contratada junto aos produtores é entregue à agroindústria, onde ocorre o processamento e transformação da batata *in natura*



"A qualidade dos produtos industrializados tem melhorado graças a utilização de matéria-prima de qualidade superior"

em batata *chips*. Posteriormente, o produto é distribuído para as redes de varejo e também para pequenos pontos de venda. O alcance da distribuição pode ser local, regional ou nacional, de acordo com o porte e estratégia de vendas de cada empresa. ►



"Vacine" sua cultura com Curzate® BR.

Curzate® BR age como se fosse uma "vacina" contra a requeima, na batata e no tomate, e contra o míldio, na uva e na cebola:

- Curzate® BR favorece o reconhecimento do patógeno, ativando os mecanismos de resistência naturais da planta.
- Curzate® BR age dentro da planta.

Curzate®
Exclusividade DuPont

Proteja seu investimento.
Em cultura "vacinada" com Curzate® BR,
a requeima e o míldio não entram.



Os milagres da ciência*

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



Neste segmento, o que a indústria exige do produtor, é que seja entregue o volume pré-determinado dentro do prazo previsto em contrato, sempre cumprindo as especificações de qualidade pré-estabelecidas. Em geral, as principais características exigidas pelas processadoras de *chips* são: boa qualidade de fritura, alto teor de matéria seca, baixo nível de açúcares redutores, formato redondo ou oval, olhos de tubérculos rasos e tamanho entre 50 e 100 mm de diâmetro transversal. Além disso, o produto não deve apresentar podridões, defeitos internos (como mancha chocolate, coração oco, coração negro), defeitos externos (crescimento secundário e rachaduras) nem danos mecânicos, pois todos esses fatores afetam a qualidade final produto, além do rendimento industrial.

As indústrias demandam por variedades específicas para cada produção. As principais variedades utilizadas para produção de batata *chips* no Brasil são a atlantic (origem EUA) e a bintje (origem Holanda), mas o rendimento industrial e a qualidade do produto final é superior com a utilização da atlantic.

Novas variedades estão sendo testadas e desenvolvidas, a fim de oferecer um produto com qualidade cada vez melhor ao consumidor. O padrão de qualidade difere de acordo com cada empresa. Atualmente, várias indústrias têm seguido o padrão adotado pela companhia líder de mercado, considerada a mais rigorosa em termos de qualidade e segurança do produto. Certamente, o produtor terá que cumprir com as especificações de qualidade impostas pela companhia com o qual está trabalhando, pois é isso que determinará a qualidade do produto final. O que se pode afirmar é que a qualidade dos produtos industrializados tem melhorado graças à utilização de matéria-prima de qualidade superior - fruto de um forte trabalho de conscientização do produtor em parceria com a indústria e, também, pela demanda cada vez mais seletiva por parte dos consumidores. ■

O produtor terá que cumprir com as especificações de qualidade impostas pela companhia com a qual está trabalhando, pois é isso que determinará a qualidade do produto final

Yorinori continua este Fórum na primeira edição de 2004, avaliando as oportunidades da agroindústria da batata.

DESAFIOS para desenvolver a agroindústria da batata

PARA AS PROCESSADORAS:

- As grandes companhias deverão enfrentar, cada vez mais, a concorrência de pequenas empresas, as chamadas indústrias de "fundo de quintal", dado o aumento da participação da economia informal neste mercado.
- Por se tratar de um produto caro quando comparado aos demais *snacks* concorrentes na sua categoria, para manter um nível de crescimento de consumo, a indústria deverá seguir desenvolvendo e lançando novos produtos para conquistar novos consumidores e manter os atuais.
- Com o consumidor cada vez mais preocupado em comprar produtos saudáveis, a indústria deverá inovar e buscar produtos que atendam às expectativas dos consumidores. Haverá nichos de mercado a serem explorados com estes novos produtos.

PARA O PRODUTOR:

- Somente os produtores que investirem em seu negócio serão competitivos o suficiente para atender às necessidades da indústria de processamento de batata, que por sua vez será cada vez mais exigida por seus consumidores.

PARA A PESQUISA:

- Novas variedades de batata para uso industrial, mais produtivas e com características de processamento iguais ou melhores que as atuais deverão ser desenvolvidas, pois este é o principal caminho para reduzir custos, manter a qualidade e permitir a produção e oferta de batata *chips* a preços atrativos ao consumidor.

Requeima

Assessoria de Propaganda do Bayer



www.bayercropscience.com.br

Cena como esta só acontece se você deixar

**Sua lavoura já pode contar
com um forte aliado**



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 prescrição agrônoma



Teleb@yer
0800-115560
0800-122333



Bayer CropScience

Se a sua lavoura
é uma caixa de surpresas,
experimente a nossa.



Elaborado com:

Bravonil
ultrex

Amistar

FOLIO
GOLD

Esta é a caixa do "Base Forte": um programa de controle que engloba três dos melhores fungicidas para a cultura da batata, orientações técnicas e serviços, com forte ação protetora e sistêmica contra as principais doenças em todas as fases da cultura resultando em mais **proteção**, mais **qualidade** e mais **produtividade** para a lavoura.

Fale com o distribuidor Syngenta da sua região.
"Base Forte" a caixa de boas surpresas para sua lavoura.

Fazem parte do programa "Base Forte":

- Os produtos 'Bravonil Ultrex', 'Amistar' e 'Folio Gold'
- Orientação técnica
- Visita técnica de um representante Syngenta
- Manual técnico sobre a cultura da batata
 - Bônus na recompra de 'Folio Gold'
 - Equipamento de proteção individual

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 de idade.

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo



Venda sob responsabilidade agrônoma

* Folio Gold disponível apenas na versão Base Forte Gold
** Programa válido para os estados de SP, MG, BA, e GO

syngenta

www.syngenta.com.br