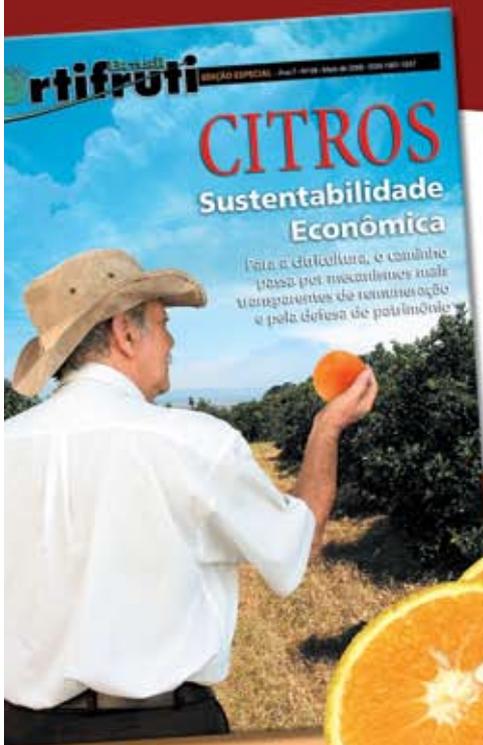


# EDIÇÕES ESPECIAIS

## Gestão



**CITROS**  
- Edição -  
**MAIO**



**TOMATE**  
- Edição -  
**JUNHO**

# NÃO PERCA!

PARA USO DOS CORREIOS	
1 <input type="checkbox"/> Mudou-se	2 <input type="checkbox"/> Falecido
3 <input type="checkbox"/> Desconhecido	4 <input type="checkbox"/> Ausente
5 <input type="checkbox"/> Recusado	6 <input type="checkbox"/> Não procurado
7 <input type="checkbox"/> Endereço incompleto	8 <input type="checkbox"/> Não existe o número
9 <input type="checkbox"/> _____	10 <input type="checkbox"/> CEP incorreto
Reintegrado ao Serviço Postal em ____/____/____	
Em ____/____/____	Responsável _____

Impresso Especial  
1.74, 18.0518-7/2001-DR/SPI  
Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz  
... CORREIOS ...



**Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ**  
Av. Centenário, 1080 CEP: 13416-000 Piracicaba (SP)  
Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829  
e-mail: hfrbrasil@esalq.usp.br

**IMPRESSO**

# Hortifruti <sup>Brasil</sup>

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP  
Ano 7 - Nº 78 - Abril de 2009 - ISSN 1981-1837

## QUEM COME FORA, COME MAIS HORTIFRUTI

Variedade de hortícolas oferecidas  
por restaurantes pode elevar  
a demanda por produtos do setor



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA  
VENDA PROIBIDA

www.cepea.osalq.usp.br/hfrasil



Mohammed Meirelles

# Defesa para a planta, produtividade para quem planta.

Bion é o único produto que ativa a autodefesa da planta, fazendo com que ela se torne mais resistente a doenças. Com Bion, a planta fica mais robusta e adoece menos. Use Bion em conjunto com outros cuidados que você já tem com sua lavoura. Com Bion, você diminui os riscos e garante o máximo de produtividade.



# Bion

Ativa a autodefesa da planta.



**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

# syngenta.

[www.syngenta.com.br](http://www.syngenta.com.br)

# SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO: UM IMPORTANTE CLIENTE



Renata Pozelli Sabio (esq.) e Mayra Monteiro Viana são as autoras da *Matéria de Capa* sobre Serviços de Alimentação.

A cadeia de comercialização das frutas e hortaliças está cada vez mais complexa com a mudança dos hábitos da população brasileira. A praticidade é uma característica importante no comportamento do consumo dos alimentos atualmente. Assim, segmentos que oferecem praticidade na alimentação são os que mais crescem e agregam valor.

Nesse sentido, os Serviços de Alimentação, como os restaurantes, apresentam um crescimento no seu faturamento acima dos auto-serviços, a exemplo dos supermercados. Essa tendência não deve se alterar no curto pra-

zo. Pelo contrário. Estima-se que em 10 anos o gasto com alimentação fora do lar dobre de valor frente ao estimado pela Pesquisa de Orçamento Familiar, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2002/2003. Com essa perspectiva, é importante conhecer melhor esse setor e promover uma maior integração entre a produção hortifrutícola com os Serviços de Alimentação. Pelo exposto, os principais fornecedores para esse setor são as centrais de abastecimento e os distribuidores. Esse último ganha cada vez mais espaço por oferecer serviços personalizados a esse segmento como entrega do produto e um atendimento ágil no pedido e faturamento. As centrais de abastecimento – as ceasas – terão que agregar mais serviços se objetivar tomar mais espaço nesse setor.

Outro agente importante dessa cadeia são as agroindústrias e as unidades de processamento mínimo. Essas também agregam serviços importantes como a praticidade no preparo das refeições nos restaurantes, por exemplo.

Assim, o elo que une a produção de frutas e hortaliças com os Serviços

de Alimentação é justamente os agentes que agregam serviços. Tornar esses agentes mais preparados para atender esse setor é a saída para incrementar a produção de frutas e hortaliças. O próprio produtor pode fornecer alguns serviços, como o produto semiprocessado e a logística de entrega. Mas, dificilmente, um produtor individual conseguirá ter uma cesta de produtos que atendam todas as demandas dos Serviços de Alimentação por hortifrúteis.

Por isso, o distribuidor, as unidades de processamento mínimo e a agroindústria são, cada vez mais, importantes parceiros do setor produtivo de frutas e hortaliças. A melhor capacitação deles para atender a demanda dos serviços de alimentação através da realização de parcerias com o setor produtivo é a base para a eficiência dessa cadeia.

Integrar mais os Serviços de Alimentação à cadeia produtiva dos hortifrúteis é um desafio e uma oportunidade para os segmentos agrícola e agroindustrial. É vital que o hortifruticultor estabeleça parcerias com os agentes que prestam serviços a esse setor.

## Chorar? Só se for de alegria.

Calibre ideal para o mercado brasileiro

Longevidade pós-colheita

Sabor suave



**EAGLE COMÉRCIO DE SEMENTES LTDA.**

Rua Tomé de Souza, 1.344 - salas 2 e 3 - CEP 38412-068 - Uberlândia (MG)

e-mail: [eaglesementes@eaglesementes.com.br](mailto:eaglesementes@eaglesementes.com.br)

*Gralha do Campo*

*Capitão*

**Tel.: (34) 3217-3110 / Fax: (34) 3238-7705**

## CAPA 06



A **Matéria de Capa** desta edição mostra que o consumo por hortifrutícolas pode ser maior fora do lar. Além disso, mostra oportunidades que o produtor pode ter para investir nesse mercado.

## FÓRUM 29

Veja a opinião dos entrevistados do **Fórum** sobre a demanda por hortifrutícolas nos Serviços de Alimentação.

### HORTIFRUTI BRASIL ON-LINE

Acesse a versão on-line da **Hortifruti Brasil** no site:

[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil)

A última edição é atualizada até o DIA 10. Além disso, todas as edições estão disponíveis no site.

## AO LEITOR

**ESCREVA PARA NÓS.** Envie suas opiniões, críticas e sugestões para: **Hortifruti Brasil** - Av. Centenário, 1080 - Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP) ou para [hfbrasil@esalq.usp.br](mailto:hfbrasil@esalq.usp.br)

## OPINIÃO

### Mercado in natura de citros

Estou tentando obter informações sobre o mercado de laranja *in natura*. Acessei o site de vocês, mas só encontrei preços. Gostaria de saber informações do mercado de citros, como: produção e volume exportado da fruta *in natura* e produtividade.

**Fabiane Astolpho – Total Brasil**  
[fabiane.astolpho@totalbr.com.br](mailto:fabiane.astolpho@totalbr.com.br)

Prezada Fabiana, atualmente a produtividade média é cerca de 2 caixas de 40,8 kg/árvore, segundo o IEA. Quanto às exportações, acesse o Portal do Exportador ([www.portaldosexportador.gov.br](http://www.portaldosexportador.gov.br)), onde é possível fazer um cadastro no Alice Web. A produção paulista ficou em cerca de 310 milhões de caixas no ano passado, conforme o setor. Acompanhe também na revista **Hortifruti Brasil** a seção Citros, onde todas as edições é abordado o mercado de laranja.

## EXPEDIENTE

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

ISSN: 1981-1837

**Coordenador Científico:**  
Geraldo Sant' Ana de Camargo Barros

**Editora Científica:**  
Margarete Boteon

**Editores Econômicos:**  
Aline Vitti e João Paulo Bernardes Deleo

**Editora Executiva:**  
Daiana Braga MTb: 50.081

**Diretora Financeira:**  
Margarete Boteon

**Jornalista Responsável:**  
Ana Paula da Silva MTb: 27.368

**Revisão:**  
Alessandra da Paz e Daiana Braga

**Equipe Técnica:**  
Álvaro Legnaro, Caio Gorino, Camila Pires Pirillo, Daiana Braga, Fabrícia Basílio Resende, Joseana Arantes Pereira, Maíra Paes Lacerda, Margarete Boteon, Mayra Monteiro Viana, Natalia Dallocca Berno, Renata Pozelli Sabio, René Voltani Broggio, Richard Truppel, Ticyana Carone Banzato e Yuri Uchoa Rodrigues.

**Apoio:**  
FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

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

**Impressão:**  
[www.graficamundo.com.br](http://www.graficamundo.com.br)

**Agradecimentos:**  
Monte Sul Churrascaria

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

A revista **Hortifruti Brasil** pertence ao Cepea

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

## ERRAMOS

Na Seção Cenoura da edição nº 77, no texto "Cerrado deve manter a área da safra de inverno 2009", a frase correta é: "Segundo agentes do setor, apesar da baixa nos preços dos **adubos**, a valorização da mão-de-obra e dos defensivos, juntamente com o receio da safra – dada a maior produtividade neste período – inibiu novos investimentos".

A mosca-branca  
não levantará vôo  
na sua lavoura.

o·b·e·r·o·n<sup>®</sup>  
PERFORMANCE INTELIGENTE!

www.bayercropscience.com.br



**Com Oberon, a Bayer CropScience lança inovação e eficiência no controle da mosca-branca e do ácaro em tomate.**

Somente um produto de alta tecnologia, com ação inseticida e acaricida possui este benefício.

Oberon age diretamente no controle das fases jovens da mosca-branca e do ácaro e interfere na oviposição das fêmeas adultas, eliminando a praga desde o início.

Isto é performance inteligente: mais resultados na hora da colheita.



**ATENÇÃO**

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bala 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 receituário agrônomo




Bayer CropScience

# QUEM COME FORA, CO

Variedade de hortícolas oferecidas por restauran

No Brasil, assim como em todo o mundo, tem crescido o número de pessoas que fazem refeições fora do lar. De acordo com a Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), realizada entre 2002 e 2003 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do total gasto com alimentação, 24% eram despendidos com produtos consumidos fora do lar. Três décadas atrás, essas despesas correspondiam a 7%. Na região Sudeste, especificamente, no início da atual década, do total gasto com alimentação, 27% eram destinados ao consumo fora de casa. Em 2009, é possível que este percentual tenha aumentado e que continue crescendo, o que sinaliza o potencial desse mercado no País.

São vários os fatores que estimulam as refeições fora do lar. A concentração em grandes centros urbanos, que dificulta o deslocamento, e o aumento do número de mulheres no mercado de trabalho são alguns deles. O IBGE aponta que, entre 1971 e 2007, a participação da mulher quase dobrou na População Economicamente Ativa (PEA), passando

de 23% para 43% do total.

São muitos os locais onde o brasileiro pode se alimentar fora do lar. Os que oferecem hortifrutícolas em maior quantidade são os restaurantes (comerciais ou coletivos), principalmente os que possuem *buffet* – costumam ser disponibilizadas saladas variadas, legumes e, ainda que em menor proporção, frutas. Considerando o cardápio organizado por nutricionistas para refeições coletivas, por exemplo, o consumo de hortifrutis em uma única refeição pode ser maior do que o consumido no lar ao longo de um dia.

Ainda não há estatísticas consolidadas sobre essas quantidades, mas com base em dados apurados para esta *Matéria de Capa* com empresas deste segmento, estima-se que o consumo seja de 100 a 150 gramas de hortaliças e mais 100 gramas de fruta por pessoa nas refeições coletivas. Já a média diária das refeições feitas em casa é de 80 gramas de hortaliças e 67 gramas de fruta, segundo a POF/IBGE (2002/03).

## Em que o brasileiro gasta quando come fora de casa?



Fonte: Abia (2008) com base em dados da POF/IBGE (2003)

# ME MAIS HORTIFRUTI!

tes pode elevar a demanda por produtos do setor

Estima-se que as vendas de hortifrutis no canal de comercialização tradicional (produtor > atacado > varejo > consumo no lar) ainda sejam bem maiores que as direcionadas aos Serviços de Alimentação, que representam todas as formas de alimentação já preparadas – obtidas em restaurantes, bares, empresas, merenda escolar e hospitais, entre outros, incluindo também alimentos consumidos em casa, mas preparados externamente.

Não há estatísticas específicas sobre essas vendas, mas com base em dados sobre o mercado de produtos *in natura* (como um todo) apurados pela Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (Abia), calcula-se que cerca de 20% desses itens representem compras feitas por empresas dos Serviços de Alimentação, sendo que os outros 80% vão para o varejo tradicional (supermercados e feiras livres). O setor de refeições fora do lar, no entanto, vem crescendo mais que o varejo tradicional.

Segundo o Departamento de Economia e Es-

tatística da Abia, as vendas gerais do varejo apresentaram taxa de crescimento de 7,6% ao ano entre 1997 e 2007; já o setor de Serviços de Alimentação, também segundo a Abia, cresceu 13,7% ao ano no mesmo período. Estimativas da **Hortifruti Brasil** com base em entrevistas apontam que os hortifrutícolas representam 20% das compras de alimentos das empresas de refeições coletivas e restaurantes.

Outro indicador que demonstra o crescimento desse setor é que o gasto com alimentação fora do lar pode atingir 40% do total que brasileiros gastam com alimentação entre 2020 e 2025, segundo projeções da Abia. Em 2003, segundo a POF/IBGE, esse dispêndio estava por volta de 25%. Desse montante, 42% eram despendidos com almoço e jantar, refeições que incluem hortifrutícolas.

Nesse cenário, é preciso que o setor hortifrutícola entenda melhor as exigências e as especificidades dos Serviços de Alimentação. É neste sentido que esta edição da **Hortifruti Brasil** procura contribuir.



## O que são Serviços de Alimentação?

No Brasil, o termo norte-americano *food service* pode ser traduzido como Serviços de Alimentação. São as refeições feitas no local de trabalho, de lazer, em hotéis, hospitais, entre outros, ou ainda as refeições consumidas em residências, mas preparadas em restaurantes, empresas de produtos congelados, etc. Serviços de Alimentação envolvem desde compras, distribuição de alimentos, insumos, equipamentos, embalagens, serviços e armazenagem, até o preparo e fornecimento das refeições.

Nos últimos anos vem sendo utilizado também o termo Unidade Produtora de Refeições (UPR), que designa todos os estabelecimentos integrantes do setor da alimentação fora do lar, sejam eles comerciais (restaurantes, bares e similares) ou coletivos (Unidades de Alimentação e Nutrição).

A alimentação comercial engloba os estabelecimentos que atendem indivíduos ou grupos, clientela ocasional ou regular, abertos a qualquer tipo de público. Já a alimentação coletiva refere-se ao atendimento de pessoas no próprio local de trabalho (empresas), de ensino (escolas públicas e privadas nos diversos níveis), de serviço social e saúde (hospitais públicos e privados, asilos, orfanatos) e em outros locais (prisões, comunidades religiosas, Forças Armadas).

## QUALIDADE É O PRINCIPAL REQUISITO DOS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR

O diferencial competitivo dos estabelecimentos de Serviços de Alimentação irá depender da capacidade de melhorar constantemente a qualidade dos produtos e serviços. O setor é dinâmico e novas oportunidades surgem a cada dia, de modo que empresários que gerenciam estabelecimentos que fornecem refeições devem ter conhecimento de mercado, de processos e domínio da cadeia de suprimentos, esforçando-se para se manterem atualizados das tendências.

A gestão de suprimentos não se limita a administrar o fluxo diário de compra; compreende também a administração eficiente da logística dos produtos. Erros na administração dessa logística se traduzem em reposição irregular da matéria-prima, estoque excessivo ou espaço para armazenagem insuficiente, refletindo em mudanças de cardápio por falta de planejamento prévio.

Assim, para cativar esse cliente, é importante que o setor hortifrutícola entenda cada vez mais as exigências e dinâmica da cadeia de suprimentos voltada aos Serviços de Alimentação.

De acordo com dados gentilmente cedidos por Tatiana Fialdini, coordenadora de pesquisa da ECD, consultoria especializada em *food service*, o principal critério para as compras de frutas e hortaliças por parte de empresas de Serviços de Alimentação é a qualidade do produto, seguido do preço. Essas informações foram obtidas em pesquisa realizada em 2006, pela ECD, nas cidades de São Paulo, Goiânia, Brasília, Curitiba e Porto Alegre. A pesquisa demonstrou, também, que é alta a frequência de compras desses alimentos, chegando a ser diária em mais de 50% dos hotéis.

Quanto ao quesito qualidade, é importante destacar que não é apenas a aparência externa ou sabor do produto que são observados pelas empresas prestadoras de Serviços de Alimentação. Uma tendência cada vez mais em evidência é a segurança do alimento, pois as refeições oferecidas devem apresentar além de qualidade nutricional, condições sanitárias satisfatórias. Isso significa que hortifruticultores devem atentar ao cumprimento das normas de produção integrada e, a empresa que prepara as refeições, às Boas Práticas na manipulação dos alimentos.

Com relação aos fornecedores de frutas e hortaliças, os resultados da pesquisa da ECD Food Service Consultoria apontaram que os sacolões/ceasas e distribuidores são os principais para os hotéis, hospitais, escolas, padarias e restaurantes. Segundo esses segmentos, as ceasas e sacolões têm como ponto positivo os preços mais competitivos que as distribuidoras. No entanto, as distribuidoras agregam serviços como a entrega e um serviço de televendas para facilitar a aquisição dos produtos.

*Agradecemos à chef de cozinha Carla Matilde Ometto Perin (ao lado), do Montel Sul Churrascaria, de Piracicaba/SP, que nos atendeu gentilmente para a captação de imagens para ilustrar esta Matéria de Capa.*

## Aquisição de hortifrutis pelos Serviços de Alimentação



Principais Serviços de Alimentação	Frequência da compra			Fornecedor		
	Diária	Uma a três vezes/semana	Quinzenal/ Mensal	Ceasa/ Sacolão	Distribuidor	Outros
<b>Hotéis</b>	51%	20%	29%	59%	25%	16%
<b>Hospitais</b>	42%	58%	0%	52%	37%	11%
<b>Escolas</b>	0%	66%	34%	72%	14%	14%
<b>Padarias</b>	35%	61%	4%	64%	19%	17%
<b>Restaurantes</b>	28%	62%	10%	72%	12%	16%

Fonte: ECD Food Service Consultoria (2006)

## Ceasas versus Distribuidores

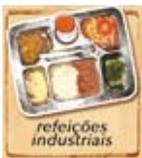


Avaliação dos Serviços de Alimentação sobre os principais fornecedores de hortifrútiolas

Aspectos importantes na compra de hortifrutis	Ceasas & Sacolões	Distribuidores
<b>Preços</b>	<b>Preços competitivos (ponto forte)</b>	Não são os menores (ponto fraco)
<b>Prazo/facilidades de pagamento</b>	Várias formas de pagamento	Várias formas de pagamento
<b>Serviço de entrega do produto</b>	Muitos não fazem entrega (ponto fraco)	<b>Entregam o produto (ponto forte)</b>
<b>Atendimento e serviços diferenciados</b>	Requerem muito tempo para executar o pedido	<b>Serviço de televendas facilita o trabalho (ponto forte)</b>

Fonte: ECD Food Service Consultoria (2006)

## CONHEÇA MELHOR QUAIS SÃO OS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO



No setor de refeições fora do lar, há espaço para frutas e hortaliças, por exemplo, nos segmentos de: restaurantes comerciais, redes de *fast food*, lanchonetes, *rotisseries*, refeições industriais, alimentação escolar (tanto no setor público quanto privado), *catering* (aéreo ou marítimo), hotéis, padarias e bares.

Para o setor hortifrutícola, os segmentos mais importantes são os que servem refeições (almoço/jantar), como os restaurantes comerciais, as

redes de *fast food* e os serviços de refeições coletivas.

Para completar a análise dos Serviços de Alimentação, integrantes da equipe Hortifruti/Cepea, responsáveis pela elaboração desta *Matéria de Capa*, entrevistaram empresas que gerenciam restaurantes com o objetivo de analisar a demanda por frutas e hortaliças quanto aos fornecedores, formas de apresentação e produtos obtidos. Os resultados encontram-se na página 11.

### Serviços de Alimentação já são um cliente importante na cadeia produtiva dos hortifrutis



Produção

#### Atacado/Distribuição



#### Varejo (auto-serviço)

- Supermercados
- Varejões
- Feiras-livres
- Sacolões
- Outros



#### Serviços de Alimentação

- Restaurantes Comerciais
- Padarias
- Bares
- Fast Food
- Lanchonetes
- Refeições Industriais
- Hotéis
- Catering
- Outros

## SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO COLETIVA

Os Serviços de Alimentação Coletiva ou Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN) começaram a surgir no Brasil com o aumento da industrialização e urbanização. Na década de 30, o Estado começou a desenvolver os Serviços de Alimentação Coletiva, sob gerência do Serviço de Alimentação da Previdência Social (SAPS). Alguns empresários, seguindo o exemplo do Estado, começaram a adotar a distribuição de refeições a seus funcionários. À medida que o mercado para as Unidades de Alimentação e Nutrição expandia-se, surgiam instituições com objetivos que iam além da característica assistencialista.

Segundo a Associação Brasileira das Empresas

de Refeição Coletiva (Aberc), o mercado de refeições coletivas tem potencial de mais de 40 milhões de refeições diárias, sendo 23 milhões para empresas e 17 milhões para escolas, hospitais e Forças Armadas. Considerando a estimativa feita a partir de entrevistas para esta matéria, que aponta o consumo médio por volta de 200 gramas de hortifrutícolas em cada refeição, seriam necessários 200 hectares/dia de frutas e hortaliças (convertendo pela produtividade média dos hortifrutícolas) ou 73 mil hectares/ano para atender o potencial desse setor. No entanto, segundo a Aberc, uma parcela muito pequena deste mercado é explorada.

### “COMPRAMOS DE TUDO, DE ALFACE E CENOURA A CARAMBOLA E MANGA.”

A nutricionista Cláudia Yokomizo Hoff coordena a produção de 4 mil refeições/dia do restaurante industrial da empresa Johnson & Johnson. A empresa optou por autogestão em vez de terceirizar o restaurante dos funcionários. Compra frutas e hortaliças diretamente dos distribuidores e atacadistas. A compra anual da empresa com hortifrutis equivale a 100 hectares de frutas e hortaliças.



#### COMPRA DE HORTIFRUTIS PELA JOHNSON & JOHNSON

PARTICIPAÇÃO DE HORTIFRUTIS	FORNECEDORES	FORMA DE AQUISIÇÃO
Para cada refeição, estimam-se de 70 a 80 gramas de legume, 20 gramas de salada de folhas e mais uma fruta.	Os principais são distribuidores e atacadistas	Com exceção de tomate e frutas (adquiridos frescos), todos os demais são comprados minimamente processados ou congelados, como brócolis, batata e couve-flor



### GR COMPRA O EQUIVALENTE A 2 MIL HECTARES ANO DE HORTIFRUTIS

O Engº Agrônomo Rodrigo Pacheco Ikedo é coordenador da área de suprimentos de hortifrutícolas da empresa GRSA – Grupo de Soluções em Alimentação. A GRSA é líder no País em serviços terceirizados de refeições coletivas, com mais de 500 mil refeições/dia.

#### COMPRA DE HORTIFRUTÍCOLAS PELA GRSA

PARTICIPAÇÃO DE HORTIFRUTIS	FORNECEDORES	FORMA DE AQUISIÇÃO
Do total de alimentos adquiridos pela GRSA, os hortifrutis representam 15%, totalizando 3 mil toneladas por mês.	Distribuidores são os principais fornecedores da empresa, mas participam também produtores e ceasas.	90% dos hortifrutis adquiridos são <i>in natura</i>

\* O equivalente em área calculado refere-se à conversão da produtividade média de 20 toneladas de hortifrutis por hectare.

## RESTAURANTES COMERCIAIS E FAST FOODS

No caso dos restaurantes comerciais, os tipos de alimentos servidos variam de acordo com o público-alvo. Podem ser oferecidas desde refeições simples, voltadas para atender funcionários em horário de almoço, até pratos sofisticados como frutos do mar ou comidas étnicas (italiana, oriental, entre outras). Segundo a Abia, em 2007, a receita anual gerada por restaurantes foi estimada em R\$ 11,7 bilhões – representando o maior segmento dos Serviços de Alimentação.

Outro segmento dos Serviços de Alimentação em destaque no Brasil e no mundo é o de redes de *fast food* (comida rápida). Estudos indicam que a década de 80 foi o período de crescimento e con-

solidação dessas redes no Brasil, através do sistema de franquias. Desde essa época, sua expansão no País tem sido uma conquista gradual, assim como em outras partes do mundo.

De acordo com levantamento da Abia, as redes de *fast food* movimentaram em 2007 R\$ 9,5 bilhões, as de lanchonetes tradicionais R\$ 8,8 bilhões e, o mercado informal de cachorros-quentes, R\$ 1,7 bilhão.

As redes de *fast food* preocupam-se, cada vez mais, em oferecer produtos que satisfaçam consumidores preocupados também com a saúde e qualidade nutricional dos alimentos, o que indica espaço para os hortifrutícolas através, por exemplo, de saladas, frutas e sucos naturais.

### Número de restaurantes\* cresce a cada ano



### A TENDÊNCIA É DE CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

Com a crescente busca dos consumidores por conveniência, a expectativa do setor de Serviços de Alimentação é que o crescimento dos últimos anos, estimado entre 10% e 12% no ano passado, seja mantido, podendo oscilar entre 10 e 15% em 2009.

Profissionais que estão sempre se atualizando sobre as tendências emergentes têm mais chance de atrair e satisfazer seus clientes e, conseqüentemente, de aumentar as vendas em relação aos concorrentes. Nesse sentido, o acréscimo de novos itens no cardápio é uma importante ferramenta de competição em todos os segmentos dos Serviços de Alimentação. Assim, o setor hortifrutícola pode contribuir com esses profissionais disponibilizando uma cesta diversificada de frutas e hortaliças.

Além do aumento da procura por refeições fora de casa, há também a tendência de demanda por alimentos congelados, pratos prontos e semiprontos para refeições realizadas no lar. Grandes indústrias alimentícias têm desenvolvido novos produtos, adaptados às tendências de consumo, o que significa disponibilizar alimentos pré-preparados para serem utilizados nos estabelecimentos que fornecem refeições prontas, já que a tendência é otimizar cada vez mais o preparo das refeições. Desta forma, produtos práticos como purê de batata desidratado ou em flocos e embutidos fatiados estão crescendo em vendas. Além disso, as frutas e hortaliças minimamente processadas vêm conquistando espaço neste setor. O desenvolvimento da agroindústria de base – com unidades produtoras de polpas

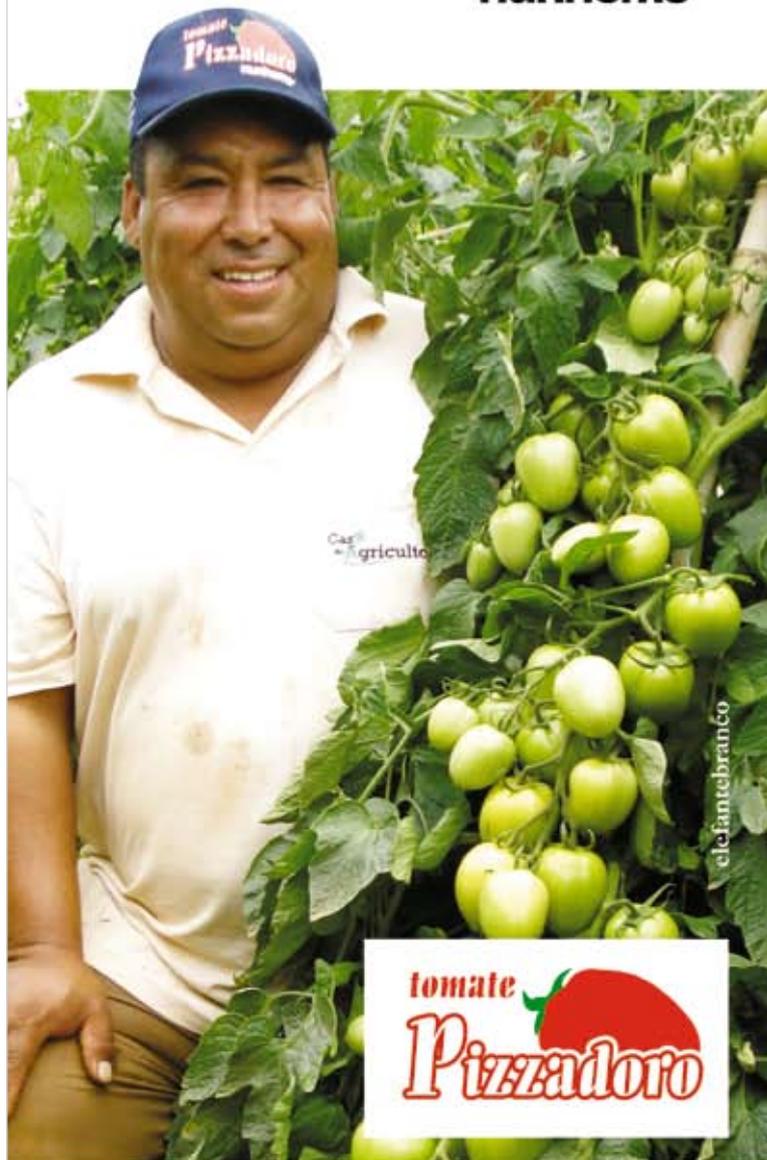
de frutas, de batata pré-congelada e unidades de hortaliças minimamente processadas – pode aumentar a oferta de produto hortifrutícola processado ou semiprocessado para a indústria da alimentação.

Um conceito que vem se disseminando nos Serviços de Alimentação é o de produtos *taylor made*, que são definidos como produtos padronizados e customizados. Ou seja, o comprador pode solicitar um produto que ainda não existe no mercado e exigir que lhe seja fornecido com exclusividade e sob padrões uniformes e personalizados. Com isso, o estabelecimento fideliza consumidores, cada vez mais exigentes, através do fornecimento de produtos diferenciados. Esse pode ser um ponto a favor na competitividade entre as empresas. Frutas exóticas ou cultivares pouco conhecidas pode ser um nicho a ser explorado pelos hortifruticultores.

A gestão centralizada de compras, realizada através de distribuidoras, é uma tendência universal para os Serviços de Alimentação. A utilização desse sistema vem ganhando espaço no setor em detrimento das ceasas/atacados, uma vez que racionaliza o abastecimento e proporciona segurança do alimento e melhor custo-benefício – adquirir produtos em diferentes fontes de abastecimento demanda mais tempo e dinheiro ao empreendimento. A gestão centralizada de compras permite minimizar o estoque, dispor sempre de produtos que necessita para o atendimento dos clientes e ter acesso aos lançamentos e inovações do mercado. Para as ceasas melhorarem sua participação neste setor, é importante que compreendam que, além da venda do produto, a agregação de serviços (como a entrega) é um diferencial competitivo.

No caso específico de fornecimento de refeições em estabelecimentos públicos (creches, escolas, cozinhas comunitárias, restaurantes populares e entidades assistenciais e/ou beneficentes), existem medidas governamentais que visam o abastecimento através da produção de agricultores familiares. No Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), o governo adquire os produtos no período de colheita, com dispensa de licitação, por preços de referência que não podem ser superiores nem inferiores aos praticados nos mercados regionais. Esses alimentos podem ser destinados, também, para programas sociais públicos que prevêm o atendimento a populações em situação de risco alimentar. Para participar do PAA, o produtor deve ser identificado como agricultor familiar por meio da Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP).

Apesar de os Serviços de Alimentação ainda não terem coordenação suficiente para exigir produtos ou serviços diferenciados do setor hortifrutícola, já fazem parte da cadeia de comercialização de frutas e hortaliças. Integrar ainda mais os Serviços de Alimentação à cadeia produtiva dos hortifrutis é um desafio e uma oportunidade para o segmento agrícola e agroindustrial. ■



“ Pizzadoro é um ótimo tomate, pois sua produção pode ser comparada tranquilamente a tomates tipo salada. Não tem problemas com fundo preto, é bem precoce e não manchou, mesmo com alto volume de chuvas que ocorreu nesta safra. Tomate Pizzadoro, da roça até a mesa agrada a todos. ”

Produtor: Ismaél da Silva Rosa - Ribeirão Branco  
Box: Comercial Santa Barbara - CEAGESP - SP.

the global specialist

Nunhems | Fone:(19) 3733.9500  
Fax:(19) 3733.9505 | [brasil@nunhems.com](mailto:brasil@nunhems.com)



## Sul de Minas em fim-de-safra

### Safra das águas do Sul de Minas praticamente finalizada

A temporada das águas no Sul de Minas Gerais está no final, restando 5% da área para ser colhida em abril. Apesar de a produtividade média da região ficar 10% abaixo do normal, a rentabilidade média foi positiva. Isso porque produtores mineiros colheram cerca de 30% da safra em fevereiro, quando havia pouca batata no mercado e o produto estava valorizado – a média foi de R\$ 33,55/sc em fev/09, 75% maior do que em fev/08. Dessa forma, a rentabilidade média do produtor, ponderada pelo calendário de colheita, até o final de março, foi de R\$ 6,14/sc de 50 kg, cerca de duas vezes maior do que a da temporada anterior.

### Triângulo Mineiro segue em pico de safra

Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba deve seguir em pico de safra em abril, com 30% da área cultivada (cerca de 3.500 hectares) devendo ser ofertada. Apesar do problema com a requeima na maioria das roças e da baixa produtividade (cerca de 25 t/ha até o final de março), a média recebida pelo produtor entre fevereiro e março foi de R\$ 37,15/sc de 50 kg (ponderado pela área colhida). Esse valor é 24% superior ao mínimo estimado por agricultores para cobrir os gastos com a cultura no período, de R\$ 30,00/sc, o que garantiu uma rentabilidade positiva. Vale lembrar que a média recebida por produtores está 67% maior que a do

mesmo período do ano passado (fev/08 e mar/08). Os elevados preços, por sua vez, se devem à menor oferta, por conta da quebra de produtividade e do menor volume colhido nos últimos meses. Além disso, neste ano, houve um maior escalonamento da oferta na região.

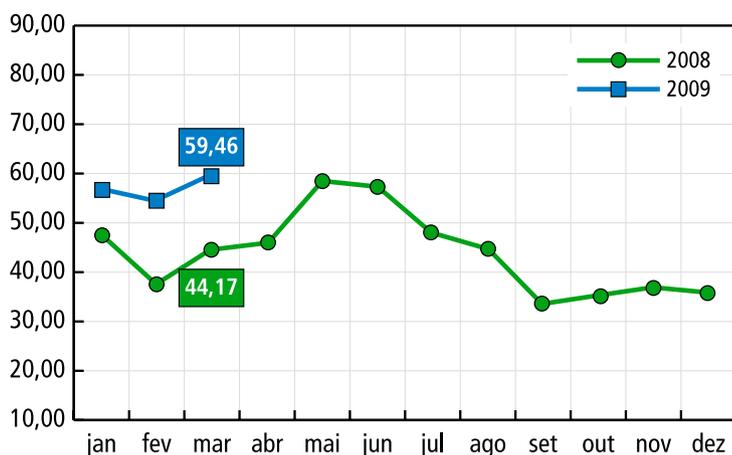
### Oferta deve continuar baixa em abril

Produtores acreditam que a oferta permaneça reduzida em abril, visto que a área a ser colhida neste mês será 7% inferior ao do mesmo período de 2008. A oferta poderia ser ainda menor caso a produtividade seguisse baixa, como observado em março. O ganho de produtividade, contudo, pode compensar essa menor área, mantendo o mesmo volume de oferta de março. Em março, os preços do tubérculo subiram devido à baixa oferta na região produtora do Triângulo Mineiro. No período, a batata especial tipo ágata foi comercializada na Ceagesp a R\$ 59,46/sc de 50 kg, maior preço registrado pelo Cepea para o mês de março desde 2005 (nominal). Em abril, o típico aumento da demanda pelo produto na Semana Santa poderá elevar ainda mais as cotações.



### Encerra plantio da safra das secas de 2009

A maioria das regiões produtoras finalizou o plantio da safra das secas/09 no final de março. Para esta temporada, está prevista uma redução de 5% na área se comparada à safra de 2008. A rentabilidade negativa da temporada das águas 2008/09 no Paraná desestimulou agricultores dessa região a cultivar a safra das secas de 2009. As principais regiões produtoras da temporada das secas são: Sul de Minas, Ibiraiaras (RS), Sudoeste Paulista e as paranaenses Curitiba, Irati, São Mateus do Sul e Ponta Grossa. Praticamente todas essas praças devem iniciar a colheita em maio, ofertando 20% dos cerca de 15,5 mil hectares previsto para a temporada. O pico de safra é esperado para junho, quando a colheita atinge cerca de 50% da área total – os 30% restantes devem ser colhidos em julho.



### Cotações ainda mais elevadas em março

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

Fonte: Cepea

SEÇÃO ELETRÔNICA BATATA  
Cadastre-se e receba preços semanais de batata.  
[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade)

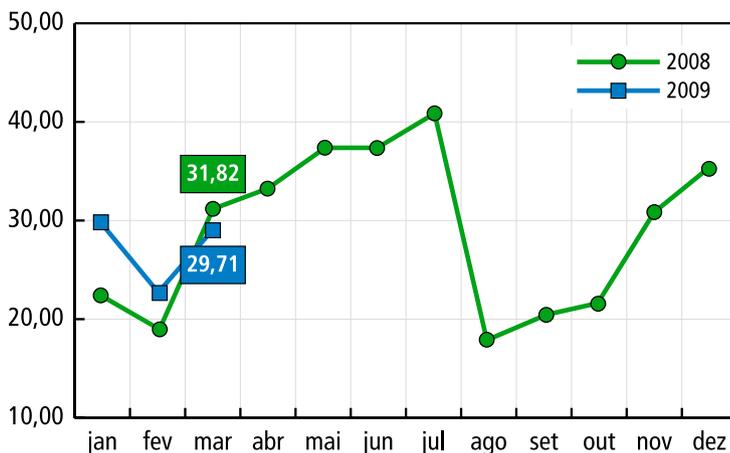


## Inicia temporada de inverno

### RJ e SP iniciam safra de inverno

A colheita da primeira parte da safra de inverno/09 deve começar na segunda quinzena de abril nas regiões de Paty do Alferes (RJ), Mogi Guaçu (SP) e Sumaré (SP). A expectativa é que a área total cultivada seja 2,5% maior que a do ano passado. Em Mogi Guaçu, houve aumento de 5,6% na área cultivada, passando de 9 milhões de pés em 2008 para 9,5 milhões neste ano. A rentabilidade 90% positiva obtida na última temporada motivou produtores desta região a aumentar os investimentos – a colheita em Mogi Guaçu deve ocorrer entre abril e outubro. Já em Sumaré, mesmo com uma rentabilidade 105% positiva em 2008, o encarecimento da mão-de-obra inibiu maiores investimentos. Assim, a área deve ser mantida em 7 milhões de pés, previstos para serem cultivados entre abril e julho/09 – 5% devem ser colhidos em abril. Nessas regiões paulistas, as temperaturas elevadas e a falta de chuva entre fevereiro e março aumentaram a incidência de viroses, principalmente a “vira-cabeça”, que podem causar uma quebra de produtividade de cerca de 20% no início da safra de inverno. Em Paty do Alferes, as chuvas em janeiro atrasaram o transplantio das mudas em cerca de 20 dias. Dessa forma, apenas 20% da safra da região fluminense deve ser colhida em abril, enquanto que o normal seria de 30%.

### Caçador finaliza safra com resultados positivos



### Fim de safra em Caçador eleva cotações

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



Fonte: Cepea

Produtores de Caçador (SC) encerraram a safra de verão de 2008/09 com rentabilidade positiva. Entre os meses de dezembro e março/09, o preço médio recebido por agricultores, já ponderado pelo volume colhido em cada mês e pela classificação do tomate (A ou AA), foi de R\$ 14,50/cx, 10% superior ao mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura – R\$ 13,25/cx. Essa valorização do tomate esteve atrelada à redução de cerca de 9,5% da área total da safra de verão deste ano. Além disso, a menor produtividade média de praticamente todas as regiões produtoras, causada por chuvas de granizo e problemas fitossanitários, reduziu ainda mais a oferta, impulsionando os preços.

### Itapeva desacelera ritmo de colheita

Em abril, o volume de tomate ofertado pela região de Itapeva (SP) deve ser 60% menor que o de março. Segundo agentes do setor, a redução na colheita a partir deste mês é comum no calendário da região, já que a queda nas temperaturas dificulta o desenvolvimento das novas lavouras. Aproximadamente 85% da safra de verão 2008/09 já foi colhida até o final de março, e a estimativa é que a temporada encerre no começo de maio.



### Aumento da oferta pode desvalorizar tomate

O volume de tomate em abril deve ser 5% maior que o de março, apesar do fim da safra em Caçador (SC) e do menor volume colhido na região de Itapeva (SP). A maior oferta deve-se, principalmente, ao início da colheita da primeira parte da safra de inverno em Sumaré (SP), Mogi Guaçu (SP) e Paty do Alferes (RJ) aliado à intensificação das colheitas em Araguari (MG) e no Norte do Paraná. As lavouras devem apresentar um volume maior de tomate salada AA, o que pode pressionar as cotações do fruto. Em março, cerca de 50% do total ofertado era médio ou ponteiro. Com isso, o tipo salada AA esteve valorizado, e produtores receberam, em média, R\$ 19,02/cx.





# A dose certa de proteção que a sua lavoura precisa.

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

## **BENEFÍCIOS**

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

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

**CONSULTE SEMPRE UM  
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.  
VENDA SOB RECEITUÁRIO  
AGRONÔMICO.**



Descarte corretamente as embalagens e restos de produto.



# DuPont™ Curzate® BR

fungicida

**Curzate® BR. A vacina da sua lavoura.**

**Tele DuPont Agrícola**  
0800-707-5517  
[www.ag.dupont.com.br](http://www.ag.dupont.com.br)



*Os milagres da ciência*





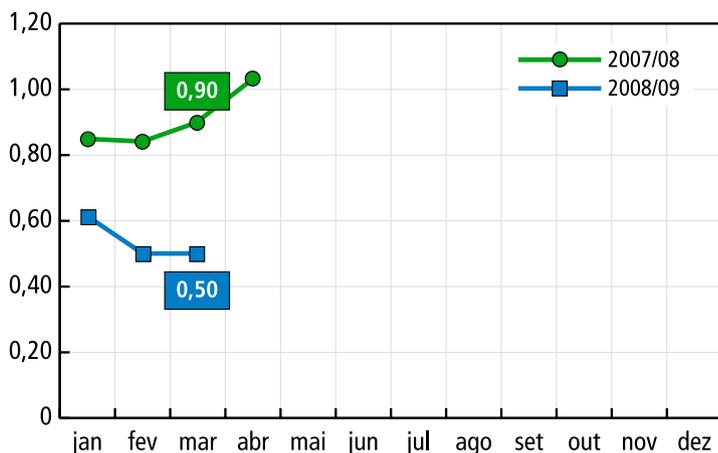
## Restam 25% da oferta catarinense

### Santa Catarina negocia 75% da produção

Cerca de 75% da cebola colhida em Ituporanga (SC) já foi comercializada até o final de março. O restante do bulbo deve ser negociado até maio, mas a baixa qualidade do produto pode fazer com que ocorra uma perda de aproximadamente 35% dessa cebola. A baixa qualidade tem retraído a demanda e aumentado a procura pela cebola argentina, que apresenta qualidade superior à brasileira. Se o bulbo de Santa Catarina tivesse qualidade boa, toda a produção do estado teria sido comercializada até o início de abril. Desse modo, um menor volume de cebola argentina teria entrado no mercado nacional. Em março, o preço médio do bulbo nas roças catarinenses foi de R\$ 0,49/kg, valor 2% menor que o de fevereiro. Já o valor mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura foi de R\$ 0,46/kg, resultando em rentabilidade de 6,5%.

### São Paulo intensifica cultivo do bulbo

São José do Rio Pardo e Monte Alto, principais regiões paulistas produtoras de cebola, concluíram grande parte do cultivo dos canteiros em março. Em São José do Rio Pardo, cerca de 60% dos canteiros foram preparados. Em Monte Alto, o ritmo foi menos intenso, com aproximadamente 40% da área cultivada. O restante do plantio deve ser finalizado até o encerramento de abril nessas duas regiões paulistas. Caso o clima seja favorável, o início da colheita deve ocorrer no final de julho,



### Cebola desvalorizada em relação à safra 2007/08

Preços médios recebidos por produtores sulistas pela cebola crioula na roça - R\$/kg

Fonte: Cepega

com pico de safra previsto para agosto e setembro.

### Irecê entra em pico de safra

A safra em Irecê (BA), que teve início no final de março, deve ter pico de colheita entre abril e maio, mesmo período do ano passado. A área cultivada nesta safra é 20% maior que a passada, devido à rentabilidade positiva naquele período, de cerca de 180%. A comercialização dos bulbos deve ocorrer na entressafra nacional, o que pode garantir elevados preços ao produtor. A oferta de Irecê, contudo, não será suficiente para suprir a demanda nordestina, sendo necessário trazer cebola do Sul do País que, devido ao frete, chega mais cara ao Nordeste. Em março, a média do preço pago ao produtor em Irecê foi de R\$ 0,61/kg, valor 24,5% superior à das roças de Santa Catarina.



### Importação de bulbo argentino aumenta em março

De fevereiro para março, o volume de cebola argentina importada pelo Brasil aumentou significativamente. Cerca de 150 caminhões da Argentina entraram no Brasil pela fronteira de Porto Xavier (RS), volume 6 vezes superior ao de fevereiro, quando as importações iniciaram timidamente. Apesar de o preço do bulbo argentino ser superior ao nacional, a boa qualidade da cebola do país vizinho impulsionou a importação em março. Já se considerado fevereiro e março/09, a quantidade importada foi 20% menor que a do mesmo período de 2008.

### Minas Gerais conclui 70% do cultivo

Produtores mineiros plantaram cerca de 70% da área esperada para a safra 2009 até o final de março, com o restante devendo ser cultivado em abril. Alguns produtores tinham a intenção de antecipar o cultivo para dezembro e janeiro, com o intuito de comercializar no período de janela de mercado nacional (abril e maio). As condições climáticas, porém, impediram tal planejamento, e somente 5% da área total foi cultivada naqueles dois meses.





**Elevada produtividade:**  
maior lucratividade

**Excelente rendimento de Caixa 3:**  
melhores preços

**Três níveis de precocidade (hiperprecoce, superprecoce e precoce):**  
permite o planejamento do plantio e da comercialização

**Intenso e uniforme estalamento:**  
redução de riscos climáticos, de mercado e melhor qualidade da produção

**Excelente formação de casca:**  
maior proteção e melhor conservação

**Alta cerosidade das folhas:**  
maior resistência a doenças foliares

**Planta ereta e compacta:**  
excelente adaptação ao plantio adensado



# Revolução na sua lavoura. Revolução no seu bolso.

**Linha Revolução de Cebolas Híbridas:  
Bella Vista, Bella Catarina e Bella Dura.  
Com ela, sua produção de cebolas vira lucro.**

**LINHA REVOLUÇÃO**



**Cebolas Híbridas**

[www.sakata.com.br](http://www.sakata.com.br)



**SAKATA**  
LÍDER EM SEMENTES DE HORTALIÇAS



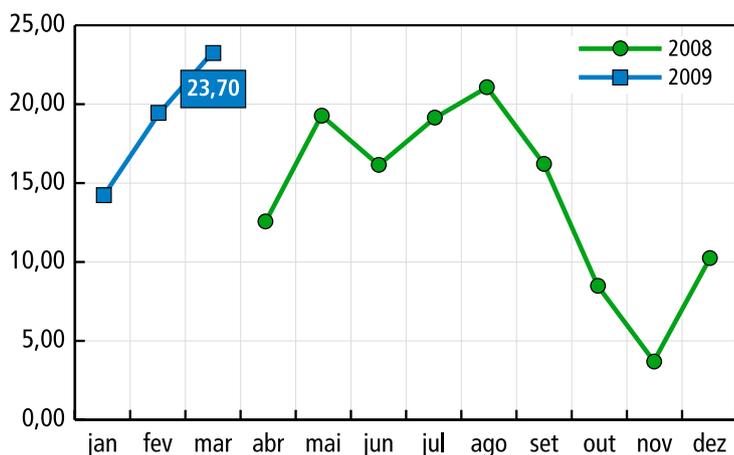
## Preços em abril devem seguir elevados

### Oferta mineira continua baixa em abril

A oferta de cenoura nas praças de São Gotardo, Santa Juliana e Uberaba (MG), no Triângulo Mineiro – principal região produtora do Brasil – seguirá abaixo do normal em abril, como vem ocorrendo desde janeiro. Tal fato deve-se à baixa produtividade causada pelo excesso de chuvas na região desde o final do ano passado. Segundo produtores, a média de cenoura por hectare está em 46 toneladas, cerca de 30% abaixo do considerado típico (em torno de 60 toneladas por hectare para a safra de verão). Em abril, o volume colhido no Triângulo deve ser ainda menor que nos dois meses anteriores, visto que na época do plantio dessa cenoura – final de dezembro/08 e início de janeiro/09 – foi a região que registrou maior índice pluviométrico, prejudicando e interrompendo as atividades de campo. Com a baixa oferta dessa região, as cotações devem se manter elevadas em abril, como já ocorre desde fevereiro. A média dos preços em março foi de R\$ 23,70/cx “suja” de 29 kg, alta de 21% frente à de fevereiro. A rentabilidade estimada em março foi positiva: 155% a mais que o valor mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura, que é de R\$ 9,31/cx, com uma produtividade média de 46 t/ha para a região.

### Área em Irecê deve ser 40% menor

Agricultores da região de Irecê (BA) devem reduzir em torno de 40% a área de plantio neste ano,



### Produtividade reduzida eleva cotações

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

quando comparada com a safra de 2008. O plantio foi iniciado em meados de março e a colheita está prevista para junho. Segundo agentes locais, apesar da rentabilidade da temporada do segundo semestre de 2008 ter sido positiva – em cerca de 50% – e o preço neste início de ano estar elevado, a falta de chuvas e a não recuperação dos reservatórios impediram novos investimentos. Arelado a isso, há também o fato de alguns produtores estarem migrando para outras culturas que, segundo eles, têm menor demanda por irrigação. Produtores ressaltam, no entanto, que se a disponibilidade hídrica aumentar e os preços continuarem elevados nos próximos meses, muitos podem voltar a cultivar a cenoura e, até mesmo, ampliar a área plantada.



### Safra de verão inicia no RS

A colheita da safra de verão na região de Caxias do Sul (RS) teve início em março e o término está previsto para meados de julho. Em março, a média da cenoura na caixa “suja” de 29 kg foi de R\$ 19,90/cx, com a rentabilidade positiva em 75% (o valor mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura foi calculado por produtores em R\$ 11,33 por caixa, com uma produtividade média de 55 toneladas por hectare em março). Para os próximos meses, o volume de oferta não deve ser alterado, já que até o início de abril as condições climáticas foram favoráveis ao desenvolvimento da cultura.

### Aumenta poder de compra do produtor

De dezembro/08 para fevereiro/09, a relação de troca de cenoura por uréia caiu 21% no Triângulo Mineiro – esse adubo é um dos mais utilizados na cultura da cenoura na região. Apesar do aumento de 15% no valor da uréia nesse período, a melhora no poder de compra do produtor se deve à forte elevação dos preços da cenoura. O preço médio da caixa “suja” de 29 kg da cenoura teve média de R\$ 13,71/cx em dezembro/08, sendo necessário vender aproximadamente 66 caixas da raiz para comprar uma tonelada de uréia. Já em fevereiro deste ano, a média de preços da mesma cenoura “suja” foi de R\$ 19,58/cx (43% maior que a de dezembro), e a relação de troca caiu para 52 caixas de cenoura para a mesma quantidade do adubo.

Fonte: Cepepa



## Intensifica colheita no Vale do São Francisco

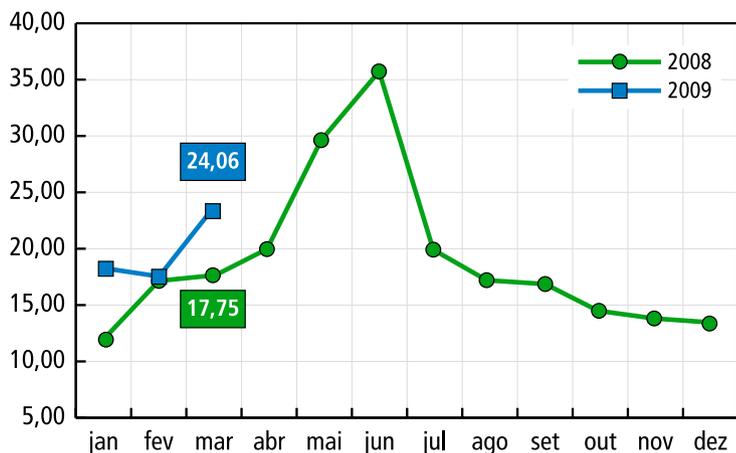
### Clima pode afetar safra do Vale

A colheita de melão do Vale do São Francisco, que teve início em março por alguns produtores, deve ser intensificada em abril. Em março, a oferta do Rio Grande do Norte/Ceará reduziu, tornando o Vale o principal abastecedor do mercado doméstico nos próximos meses. Em 2008, as chuvas durante o período de colheita na região destruíram lavouras inteiras, acarretando em prejuízo aos produtores. Até março deste ano, o clima esteve favorável para o desenvolvimento da cultura, com chuvas fracas e espaçadas. Segundo o Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos (Cptec/Inpe), contudo, a previsão para o trimestre abril-junho é de chuvas acima da média histórica no Vale do São Francisco, o que pode prejudicar a qualidade do melão cultivado na região. A área destinada para o cultivo de melão nesta safra deve diminuir 20% em relação à anterior. Isso porque, em 2008, as chuvas durante o período de colheita no Vale destruíram lavouras inteiras, acarretando prejuízo aos produtores, desestimulando a produção.



### Preço elevado reduz vendas no atacado

Em março, a baixa oferta do melão no mercado doméstico devido à finalização da safra do Rio Grande do Norte e do Ceará, aliada ao ritmo lento da colheita no Vale, elevou os preços da



### Oferta reduzida eleva preços no atacado

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

Fonte: Cepea

fruta, retraindo a procura no atacado paulistano (Ceagesp). Outro fator que limitou a comercialização em março foi a baixa qualidade da fruta – chuvas nas regiões produtoras ocasionaram avarias. O melão amarelo tipo 6-7 foi negociado no atacado paulistano, em março, à média de R\$ 24,06/cx de 13 kg, alta de 43% em relação a fevereiro. Com a intensificação da colheita no Vale do São Francisco em abril, os preços do melão no atacado devem retrair, favorecendo o escoamento da produção.

### Exportadores iniciam negociações da safra 2009/10

Em abril, exportadores de melão do Rio Grande do Norte/Ceará devem iniciar as negociações dos contratos para os embarques da safra 2009/10. Esse período é muito importante, visto que o planejamento da temporada dependerá do volume negociado com os países importadores da fruta. Até março, segundo agentes do setor, a área cultivada na região deve diminuir 10%, devido à retração da demanda internacional na safra 2008/09. A crise financeira mundial limitou o consumo da fruta no mercado externo, reduzindo os embarques do melão e, consequentemente, os preços.

### Inicia safra espanhola

A safra de melão da Espanha está programada para iniciar na primeira quinzena de abril, desde que o clima na região seja favorável à colheita. Na temporada passada, a Espanha realizou uma ótima campanha e obteve elevados preços pela fruta. Além disso, exportou 152 mil toneladas de melão no primeiro semestre, volume 12% superior ao de 2007. No primeiro semestre de 2008, a menor produção mundial e a forte demanda na Europa estimularam as exportações espanholas. Neste ano, no entanto, o cenário é diferente, e as exportações daquele país podem ser limitadas, uma vez que a crise econômica vem reduzindo a demanda pela fruta.



SEÇÃO ELETRÔNICA MELÃO  
Cadastre-se e receba preços semanais de melão.  
[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade)



## Terminam picos de safra paulista e catarinense

### Preços devem reagir com diminuição de oferta de nanica

Os preços da banana nanica recuaram nos três primeiros meses deste ano no norte de Santa Catarina e no Vale do Ribeira (SP). Com o término do pico de safra, no entanto, os preços devem reagir em abril nessas regiões. As baixas no primeiro trimestre de 2009 estiveram atreladas ao elevado volume ofertado tanto na região catarinense quanto na paulista, por conta do pico de safra. No norte de Santa Catarina, a dificuldade observada no escoamento da fruta no final de dezembro também fez com que a produção se acumulasse no início deste ano. Nesse cenário, o valor pago pela caixa da nanica chegou a ficar abaixo do necessário para cobrir os gastos com a produção. A rentabilidade de agricultores foi comprometida, e muitos agentes ficaram desanimados com a cultura no período.

### Entressafra nacional de prata valoriza a fruta

Desde dezembro/08, os preços da banana prata em todas as praças de coleta do Hortifruti/Cepea têm se mostrado em patamares mais elevados. Isso se deve à restrição na oferta, neste período de entressafra nacional de prata. Com isso, as principais praças produtoras da variedade, como Bom Jesus da Lapa (BA) e norte de Minas Gerais, comercializaram a fruta, em média, a R\$ 17,97/cx e a R\$ 21,45/cx de 20 kg, respectivamente, entre dezembro/08 e fevereiro/09. No entanto, uma ligeira

elevação na oferta da variedade nestas duas praças, em março, fez com que o preço recuasse 24% em ambas as regiões em relação a fevereiro. Segundo produtores, as cotações devem cair ainda mais em meados de maio, quando a região de Bom Jesus da Lapa deve intensificar a colheita, pressionando os valores das demais praças.

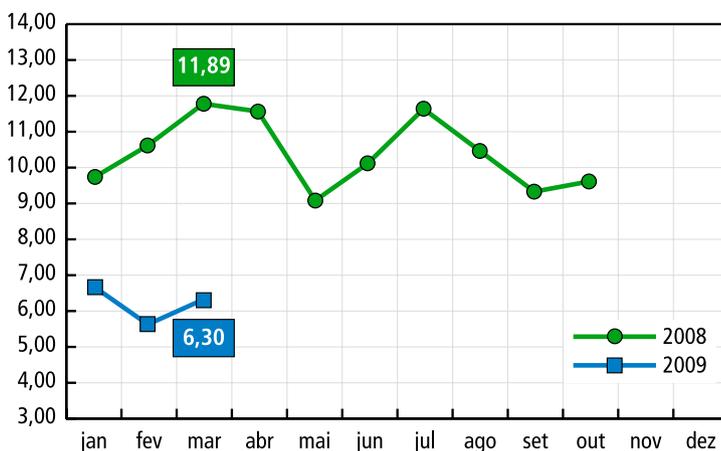


### Exportações ao Mercosul aumentam no início de 2009

As exportações brasileiras de banana ao Mercosul iniciaram o ano em alta. No primeiro bimestre de 2009, foram embarcadas cerca de 15,8 mil toneladas ao bloco, volume 16% maior que o do mesmo período de 2008, de acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). A receita (em dólares) também foi maior, em cerca de 22%. De acordo com produtores catarinenses (principais vendedores de banana ao Mercosul), o aumento no volume embarcado está atrelado aos baixos preços da fruta brasileira praticados no início deste ano, o que deixou a fruta nacional mais competitiva no mercado externo.

### Encerram pulverizações da safra 2008/09 contra sigatoka negra

Em abril, devem ser realizadas as últimas pulverizações contra a *sigatoka* negra da safra 2008/09 do Vale do Ribeira (SP) e do norte de Santa Catarina. Com o clima bastante chuvoso nos últimos meses, a região paulista pode ter acréscimo de uma aplicação com relação às de 2007/08, encerrando o período com oito aplicações. No norte catarinense, onde a intensidade das chuvas foi ainda maior e o controle foi impossibilitado no final de 2008, as pulverizações foram retomadas no início de janeiro e devem totalizar sete aplicações, uma a mais que na safra 2007/08. Já nas regiões do norte de Minas Gerais e de Bom Jesus da Lapa (BA), o controle é feito contra a *sigatoka* amarela que, devido ao menor volume de chuvas que vem ocorrendo na região, deve ter o número de pulverizações reduzido, e terminar o ano com apenas quatro aplicações, uma a menos que na safra anterior (2007/08).



### Redução da oferta valoriza nanica

Preços médios recebidos por produtores do Vale do Ribeira pela nanica - R\$/cx de 22 kg

Fonte: Cepea





## Rio Grande do Norte aumenta área de produção

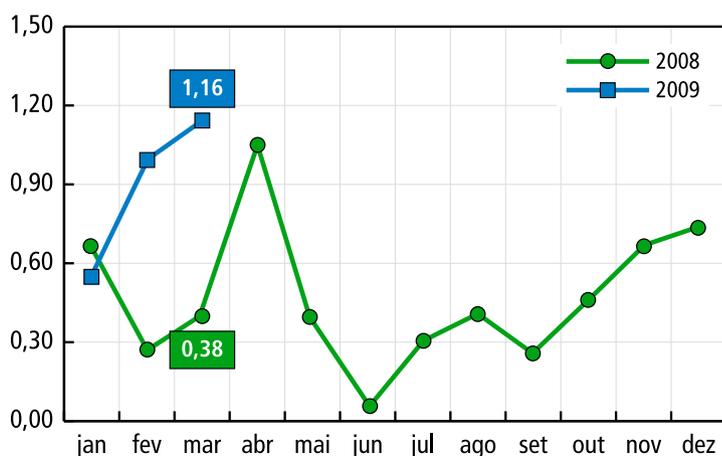
A área plantada de mamão deve aumentar 11% neste ano no Rio Grande do Norte, passando de 1.980 hectares em 2008 para 2.200 hectares em 2009. Produtores do estado animaram-se a investir na área, visto que, desde 2008, a demanda pela fruta da região vem aumentando. Para este ano, a expectativa de agentes potiguarês é positiva, já que houve diminuição nas áreas com mamão no Espírito Santo e na Bahia.

## Mamonicultores do RN voltam a investir na cultura em 2009



## Baixa oferta pode limitar exportações

A oferta nacional de mamão deve ser menor neste ano, por conta da redução de área nas principais regiões produtoras. Apesar da expectativa de diminuição da demanda externa pelo mamão, devido à crise financeira internacional, o volume da fruta ainda pode ser insuficiente para atender às exportações neste primeiro semestre. Para o segundo semestre, contudo, a oferta brasileira de mamão deve voltar ao normal. Com isso, caso a crise internacional continue, produtores brasileiros podem ser prejudicados.



## Novas áreas de mamão no norte de Minas Gerais

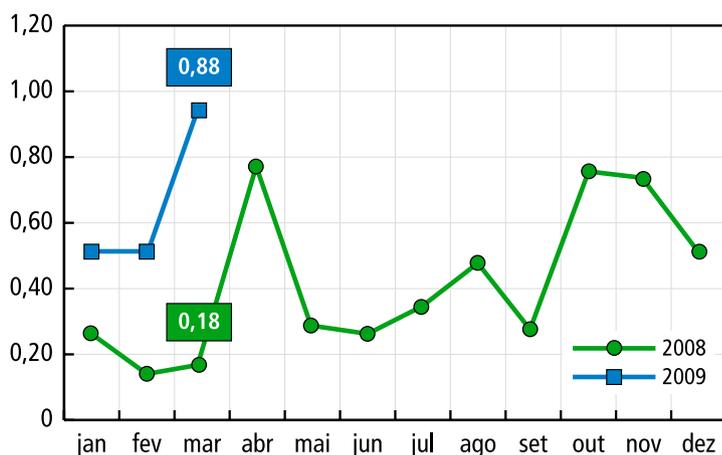
A região do norte de Minas Gerais está sendo prejudicada pelo "mal-do-Panamá". Em um curto período de tempo, esta doença dizima milhares de bananeiras e impede o replantio, visto que sobrevive no solo por muito tempo. Por este motivo, muitos produtores tiveram que eliminar os banais na região mineira e, visando aproveitar o sistema de irrigação já instalado, estão substituindo as bananeiras com mamão e limão.

## Cotações do havaí permanecem altas frente à baixa oferta



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

Fonte: Cepea



## Baixa oferta valoriza o formosa em 166%



Preços médios recebidos por produtores do Espírito Santo pelo mamão formosa - R\$/kg

Fonte: Cepea

## Volume exportado é o menor desde 2002

Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), o volume de mamão embarcado entre janeiro e fevereiro foi de 4,3 mil toneladas, baixa de 18,5% em relação ao mesmo período de 2008. Além da retração da demanda, o menor volume exportado é consequência da baixa oferta nas roças do Espírito Santo e Bahia. Essas regiões passaram por adversidades climáticas (estiagem no último trimestre de 2008 seguida de excesso de chuvas no início de 2009), que ocasionaram perdas em parte das roças. Cenário semelhante foi registrado somente em 2002, quando o excesso de chuvas no início daquele ano resultou em forte queda no volume produzido, limitando a exportação naquele período. Entre janeiro e fevereiro de 2002, o volume exportado foi de 4,2 mil toneladas.





## Importações brasileiras reduzidas

### Desaceleração econômica reduz importações

Ao contrário do registrado em janeiro, o volume de uva importado pelo Brasil de janeiro a fevereiro deste ano foi 11% inferior ao do mesmo período de 2008, de acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Das 4,7 mil toneladas importadas até o fim de fevereiro/09, 3,6 mil são provenientes da Argentina e 1,1 mil do Chile. Além da menor produção de uva na Argentina, a redução no volume importado pelo Brasil se deve ao menor crescimento econômico do País – a uva importada sem semente é tida como “bem de luxo” na alimentação do consumidor brasileiro.

### Produção argentina é menor em 2009

As exportações de uva da Argentina, que se concentram de janeiro a março de cada ano, diminuíram cerca de 20% em 2009, devido, principalmente, à menor produção da fruta na safra 2008/09. Essa menor produção, por sua vez, esteve atrelada às geadas ocorridas na Argentina durante o desenvolvimento das uvas e aos elevados custos de produção das frutas de mesa (que subiram de 35 a 38% neste ano em relação a 2008, segundo relatórios do *Fresh Plaza*) que dificultaram os investimentos na cultura. Além disso, parte dos vendedores argentinos restringiram a oferta da uva para exportação, visto que esses agentes tomaram conhecimento de que ainda havia fruta

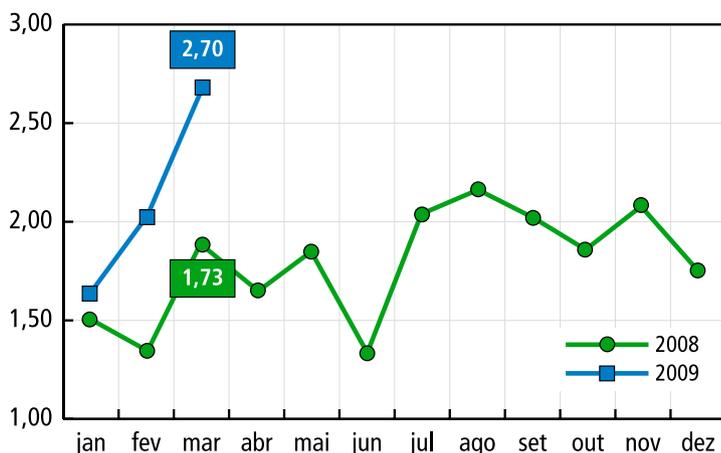
do Brasil na Europa em janeiro, o que poderia pressionar as cotações da uva argentina naquele mercado.

### Paraná entra em pico de safra

As principais regiões produtoras de uvas de mesa do Paraná (Marialva, Uraí, Assaí e Bandeirantes) iniciaram a colheita em março, ofertando ainda pequenos volumes até os primeiros dias de abril, quando a fruta começou a ser comercializada nos atacados do Sudeste. A safra deve ser intensificada a partir de maio, elevando o volume ofertado no mercado interno. Segundo produtores paranaenses, a colheita deve se estender até junho. Nesta temporada, parte dos parreirais foi prejudicada por chuvas durante o verão (dez/fev), que causaram abortamento de frutos, podendo resultar em menor produtividade para os últimos meses de colheita.

### Exportações fecham a preços baixos

Os preços de fechamento das exportações de uvas realizadas no segundo semestre de 2008 começaram a ser informados no início de março. Segundo exportadores, os valores estiveram abaixo dos registrados na temporada 2007, e os elevados preços recebidos pela uva enviada no início das exportações não foram suficientes para melhorar o resultado da safra, desanimando agentes do setor. Os valores médios de fechamento (tomando em consideração as negociações de variedades sem sementes em diversos mercados de destino) estiveram entre R\$ 2,00 e 2,50/kg, muito próximos (ou mesmo inferiores) ao mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos de produção (de R\$ 2,14/kg em média para uma produtividade entre 20 e 30 toneladas/ha). Nesse cenário, muitos produtores nordestinos chegaram, inclusive, a ficar endividados com as cooperativas e exportadoras. Em alguns casos, os valores recebidos por produtor em adiantamento foram superiores aos preços finais recebidos pela fruta exportada.



### Uva itália segue valorizada frente à baixa oferta

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



Fonte: Cepepa





**ATENÇÃO**  
Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ambiental. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções por onde se lê, na bula e na embalagem. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.  
Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo. Venda sob receituário agrônomo.  
ANDEF  
PRATIQUE O MANEJO INTEGRADO

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

**Nascer com tradição.  
Crescer com inovação.  
Isso tem um nome, ou melhor, vários.**



**Dormex® Caramba® Strobry® Collis® CabrioTop®**

Produtos registrados no Ministério da Agricultura com as marcas Dormex®, Cabrio Top®, Caramba® 90, Strobry® SC e Collis®. Com restrição de uso no Estado do Paraná para a cultura de uva para Caramba® 90 e em Phakospora euvitis para Cabrio Top®.

**BASF**  
The Chemical Company

Linha de produtos BASF  
para a cultura de uva:

Nasceu para aumentar a produtividade  
e a qualidade do seu vinhedo.

Cresceu junto com você.



## Aumenta oferta de manga no Nordeste

### Intensificação da colheita pode pressionar cotação

A colheita de manga *tommy atkins* em Petrolina (PE), Juazeiro (BA) e Livramento de Nossa Senhora (BA) deve ser intensificada em abril, ao contrário da expectativa dos produtores nordestinos, que esperavam a intensificação em março. Dessa forma, a fruta, que vinha sendo negociada em patamares elevados desde janeiro/09, deve registrar desvalorização em abril. No início deste ano, a reduzida oferta de manga, por conta das baixas induções florais, impulsionou as cotações da fruta no período. Entre janeiro e março, produtores negociaram a manga em valores 212% maiores que o mínimo estimado para cobrir os gastos com a cultura e 140% superiores aos do mesmo período do ano anterior. Para a manga *palmer*, a colheita teve início em meados de março no Nordeste, com intensificação prevista para abril – produtores planejam as atividades de campo para este mês para evitar concorrência com a safra de manga de São Paulo.



### Chuvas podem prejudicar exportações nordestinas

Segundo o Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos (Cptec/Inpe), a previsão para este trimestre (abril-junho) é de chuvas acima da média história na região de Petrolina (PE)/Juazeiro (BA), com temperaturas dentro da média. Se con-

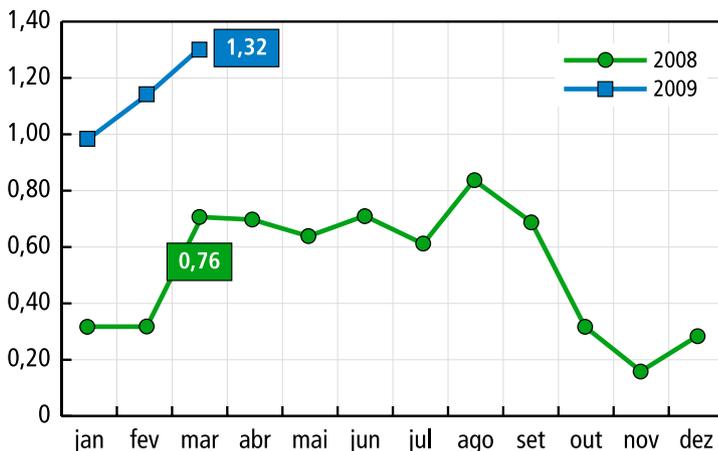
firmado tal cenário, a qualidade da manga pode ser prejudicada, já que temperaturas elevadas na região associada à alta umidade influenciam o aparecimento de doenças, preocupando produtores/exportadores nordestinos. Mangas com qualidade inferior podem limitar os embarques, resultando em maior oferta no mercado interno e pressionando as cotações no Brasil.

### México intensifica embarques aos EUA

A safra de manga do México iniciou no final de janeiro e as exportações para o mercado norte-americano devem se intensificar nos próximos meses. Segundo o *Conselho Nacional de Manga* (NMB), espera-se que sejam enviadas em torno de 43 milhões de caixas aos EUA, devendo finalizar os embarques em outubro. Do total da manga comprada pelos Estados Unidos, 60% vem do México. O Brasil é o quarto maior fornecedor da fruta aos Estados Unidos (representando 10% das importações de manga daquele país), atrás também do Peru e do Equador. Geralmente, os embarques brasileiros ao mercado norte-americano iniciam em setembro, quando o México diminui as exportações, criando uma janela ao mercado brasileiro.

### Área paulista deve ampliar em 2009

A área plantada com manga no interior de São Paulo deve aumentar 6% nesta safra, segundo agentes do setor. Isso porque na temporada 2008/09, o valor médio da *palmer* entre outubro/08 e janeiro/09 foi 81% superior ao mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura, o que estimulou produtores a investir nesta safra. Vale lembrar que, na safra 2007/08, a rentabilidade obtida por produtores foi ainda maior que a 2008/09. A cultura de manga tem se apresentado como uma alternativa para a citricultura na região paulista, visto que a baixa remuneração e os preços mais baixos obtidos com laranja nos últimos meses vêm impulsionando pequenos e médios citricultores a investirem na mangicultura.



### Oferta reduzida mantém preços elevados em março

Preços médios recebidos por produtores de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) pela *tommy atkins* - R\$/kg

Fonte: Cepeca





## Produção mundial é 8% maior

### Estoques maiores na Europa

A oferta total dos principais produtores mundiais de maçã apresentou aumento de 8% na temporada 2008/09 sobre a anterior, segundo o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA). A safra de maçã na Europa totalizou 11,239 milhões de toneladas, volume 15% superior ao da temporada 2007/08. Esse incremento na produção deve-se ao clima favorável durante o desenvolvimento da cultura em 2008 e ao aprimoramento de técnicas praticadas nos pomares. A China (responsável por cerca de 50% da produção mundial de maçãs) deve produzir em torno de 28,5 milhões de toneladas da fruta neste ano, aumento de 25% sobre a safra passada. Nos Estados Unidos, em contrapartida, a produção será ligeiramente inferior, totalizando 4,102 milhões de toneladas nesta safra. Países do Hemisfério Sul, como Chile, Argentina, África do Sul e Nova Zelândia também apresentaram incremento na produção deste ano. Apenas a Austrália deve manter o mesmo volume produzido na safra anterior. No Brasil, segundo agentes do setor, a produção deve ser de 935 mil toneladas, volume 4% superior ao da safra passada. Contudo, a ocorrência de chuvas de granizo nas regiões produtoras no final de 2008 prejudicou a qualidade de parte da maçã nacional. Com isso, o volume da fruta destinada à exportação deve ser limitado neste ano – estima-se que ocorra diminuição de 20% nos embarques em 2009. Segundo o Serviço de Comercialização Agrícola do

Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS/USDA), a maçã brasileira *royal* gala calibre 100 foi negociada no porto de Roterdã, na Holanda, à média de US\$ 22,83/cx de 10 kg em março, valor 25% abaixo do praticado no mesmo período do ano passado.

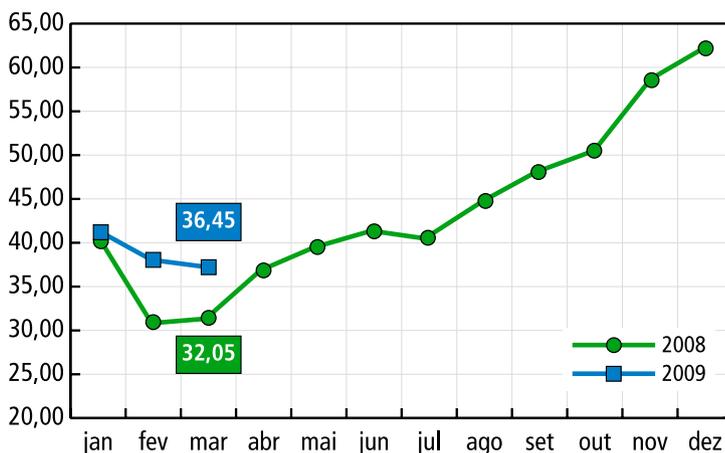


### Gala deve valorizar em abril

Os preços da maçã *royal* gala devem subir em abril, por conta da finalização da colheita em março – nesse mês a variedade desvalorizou fortemente devido ao pico de safra. Em março, pequenos produtores que não tem estrutura para a armazenagem da fruta acabaram escoando toda a produção no atacado a preços reduzidos. Empresas maiores, contudo, seguraram grande parte da fruta para posterior comercialização ou a enviaram ao mercado externo. A armazenagem da maçã é necessária para que a fruta seja disponibilizada ao mercado interno durante o ano todo. Dessa forma, a expectativa é de que a *royal* gala seja ofertada no atacado paulistano até meados de dezembro. Em março, a média da gala graúda (calibre de 80 a 110) em Fraiburgo (SC), Vacaria (RS) e São Joaquim (SC) foi de R\$ 31,80/cx, de R\$ 31,50/cx e de R\$ 33,70/cx de 18 kg, respectivamente, com baixa de 0,6%, 5,6% e 0,6%, em relação a fevereiro.

### Intensifica colheita de fuji

A colheita da maçã fuji, que iniciou em março, deve ser intensificada em abril nas principais regiões produtoras de Fraiburgo (SC), Vacaria (RS) e São Joaquim (SC) estendendo-se até junho. Na região de São Joaquim, as atividades de campo estão adiantadas, visto que a maior altitude e as temperaturas mais baixas favorecem o desenvolvimento da fruta, antecipando sua colheita. A fuji graúda (calibre entre 80 e 110) foi comercializada à média de R\$ 36,45/cx de 18 kg em março no atacado paulistano. Para abril, os preços devem ser inferiores, por conta da intensificação da colheita.



### Elevada oferta de gala reduz preço

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

Fonte: Cepea





## Incertezas persistem quanto à safra 2009/10

### Florada incerta dificulta avaliação da safra 2009/10

A estimativa da próxima safra de laranja (2009/10) segue indefinida no estado de São Paulo. De acordo com produtores, o “pegamento” dos frutos poderá ser mais bem avaliado a partir de abril. Na região norte do estado, as incertezas estão relacionadas ao clima quente e seco durante as três florações. Já no sul do cinturão citrícola, o “pegamento” da terceira florada, ocorrida em janeiro, teria sido limitado pela incidência de “estrelinha” na região. Além desses fatores, o *greening* também pode continuar reduzindo a safra paulista. Muitos citricultores consultados pelo Cepea ainda não têm contratos fechados para a safra que começa a ser colhida nos próximos meses. A falta do interesse da indústria é justificada pela falta de uma posição clara sobre o tamanho da próxima safra.

### Geadas não deve afetar a próxima safra na Flórida

De acordo com o relatório de floradas do pesquisador Gene Albrigo, da Universidade da Flórida, a temporada 2009/10 daquele estado pode ser semelhante à atual (2008/09), apesar da ocorrência de geadas no início do ano. De acordo com o relatório semanal do Serviço de Estatísticas da Flórida, na última semana de março, produtores locais reportaram a presença de flores em praticamente todos os pomares de laranja.

No entanto, uma avaliação mais precisa só será possível em meados de maio, após o período de fixação da fruta.

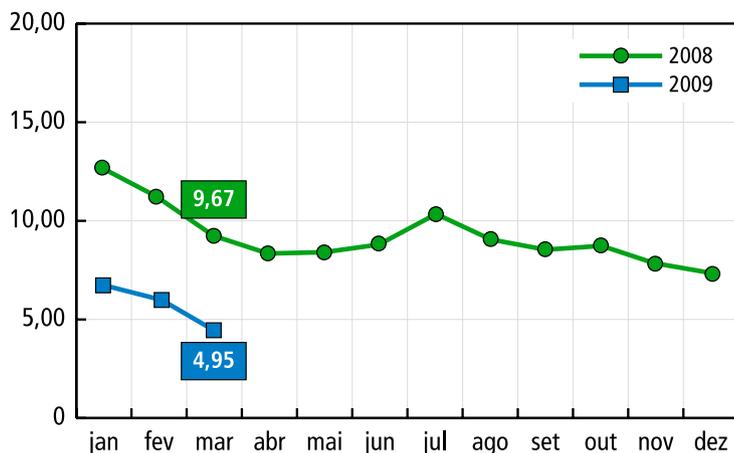


### Inicia colheita de precoces da safra 2009/10

Em abril, a oferta de laranjas precoces da safra 2009/10, como a westin e a hamlin, deve aumentar. Em março, essas frutas começaram a ser destinadas ao mercado *in natura*. Mesmo não sendo as variedades preferidas do consumidor e também não estando em ponto ideal de maturação, a westin e a hamlin foram bem aceitas no mercado devido à falta de outras laranjas. Os preços, no entanto, estiveram abaixo do esperado por citricultores. Em março, a hamlin teve média de R\$ 7,78/cx de 40,8 kg, na árvore, e a westin, de R\$ 9,00/cx. Quanto às vendas de laranjas para o segmento industrial, em março, poucas processadoras estiveram ativas. O volume limitado de frutas entregue no portão das fábricas (mercado *spot*, sem contrato) foi de variedades pêra, natal e valência da safra 2008/09. Quanto aos preços dessas variedades, a média de março foi de R\$ 4,95/cx, postas nas indústrias, forte queda de 16,5% sobre a de fevereiro.

### Entressafra no Sergipe eleva cotação da pêra *in natura*

Em abril, produtores do Sergipe deverão colher a pêra “boca de safra” da temporada 2009/10. Ainda que seja baixa a quantidade de frutos prontos para colheita nessa entressafra (a safra inicia-se oficialmente em maio), os preços no mercado *in natura* local têm motivado a oferta antecipada – as cotações estiveram em torno de R\$ 14,00/cx de 40,8 kg na segunda quinzena de março, de acordo com produtores locais. Já para as fábricas do Sergipe, as vendas seguiram lentas. Alegando baixo rendimento para fabricação de suco, as indústrias pagaram pelas frutas postas nas unidades de produção cerca de R\$ 120,00/tonelada, o que corresponde a menos de R\$ 5,00/cx de 40,8 kg.



### Spot recua ainda mais em março

Preços médios recebidos por produtores paulistas pela laranja posta no portão das indústrias (mercado *spot*) - R\$/cx de 40,8 kg



Fonte: Cepea

### SEÇÃO ELETRÔNICA CITROS

Cadastre-se e receba preços semanais de citros.

[www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade)



ENTREVISTA: Felipe Cusnir

## “PRODUTOR PODE SER UM PARCEIRO IMPORTANTE PARA OS SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO”

Felipe Cusnir é administrador de empresas formado pela Universidade de São Paulo (USP) e trabalha há três anos como diretor da Vegetais Processados, empresa especializada em atender empresas de refeições coletivas com frutas e hortaliças minimamente processadas.

**Hortifruti Brasil: Por que sua empresa concentrou o negócio de frutas e hortaliças minimamente processadas para o mercado de refeições coletivas, deixando de lado varejo?**

**Felipe Cusnir:** O foco no mercado de refeições coletivas é uma forma de concentrarmos a eficiência operacional em grandes volumes, fornecendo um produto de qualidade a preços competitivos. O volume demandado pelo varejo é interessante em sua totalidade, mas quando são analisadas as entregas de ponto-a-ponto, nota-se que são pequenos volumes pulverizados. Essa operação requer uma estrutura logística onerosa, além de gerar custos de promoção, reposição, entre outros, o que encarece o produto final. Os preços do varejo são elevados quando comparados ao mercado de refeições coletivas, pois nelas estão embutidos todos esses custos operacionais somados às margens de lucro dos fornecedores. Conheço empresas que atuam nesse segmento que são lucrativas, mas sua produção é pequena e dedicada única e exclusivamente ao varejo, não sendo competitivas para atuar no mercado de refeições coletivas.

**HF Brasil: Quais são as principais formas de obtenção de frutas e hortaliças adotadas por sua empresa?**

**Cusnir:** As principais formas que usamos são: 1) Casas: grande variedade de mercadoria, porém com altas oscilações de oferta e de preços, ausência de garantia sobre preços, qualidade ou volume; 2) Produtores: formação de parcerias, que oferecem ligeira estabilidade de preços em troca da nossa garantia de compra. Ter a garantia de que vamos receber os grandes volumes que precisamos é fundamental para nossa empresa; 3) Atravessadores: geralmente têm preços mais altos, porém podem ajudar muito em momentos específicos como na obtenção de determinadas mercadorias, mesmo em momentos de grande escassez. A proximidade com os canais de fornecimento é fundamental para o bom andamento de nossa operação. Por isso é possível afirmar que as parcerias firmadas

diretamente com produtores geram importantes benefícios para ambos os lados, como por exemplo, o escoamento de toda a safra anual do produtor, a adequação dos insumos aos nossos padrões de qualidade, a rastreabilidade e os volumes disponíveis, permitindo estender essas garantias aos nossos clientes.

**HF Brasil: Qual o potencial do mercado de refeições coletivas?**

**Cusnir:** As informações precisas sobre o volume médio de consumo de frutas e hortaliças em empresas de refeições coletivas são de propriedade dessas empresas. De acordo com nossa equipe técnica e em contato com alguns dos principais clientes, obtivemos a seguinte proporção, em quantidade, em relação aos demais itens dos cardápios: de 11% a 14% de legumes, de 5% a 8% de verduras e aproximadamente 15% de frutas. O restante geralmente é composto por arroz, feijão e carne. A nossa produção apresenta a seguinte distribuição: 55% são legumes, 35% são hortaliças e 10% são frutas. A proporção desses itens quanto aos faturamentos não segue a mesma relação. Este é um mercado com grande potencial e há espaço para aumentar os volumes consumidos de frutas e hortaliças pelas empresas de refeições coletivas se levarmos em conta a tendência mundial por uma alimentação mais saudável, as opções de cardápios *light* com saladas e frutas e a enorme variedade desses produtos disponível para consumo.

**HF Brasil: Na sua opinião, como está a demanda por frutas e hortaliças minimamente processadas e congeladas em relação à por produtos *in natura* para empresas de refeições coletivas? E para o setor de Serviços de Alimentação como um todo?**

**Cusnir:** A demanda por frutas e hortaliças minimamente processadas está evoluindo constantemente, mas a proporção desse consumo em relação aos produtos *in natura* ainda é pequena. O aumento da utilização dos processados deve-se principalmente aos

resultados positivos observados em unidades-teste, que apresentaram ganhos de eficiência, agilidade e praticidade, redução de custos e desperdícios e resultados financeiros interessantes. A tendência é que cada vez mais as cozinhas passem a executar somente a montagem (finalização) dos pratos. Receberão insumos padronizados e previamente trabalhados (pré-cozidos, processados, porcionados, etc.). Mesmo para as cozinhas que mantêm os padrões tradicionais de operação, é inevitável que os gestores passem a considerar os ganhos operacionais e financeiros atrelados à utilização de alguns produtos, e as frutas, legumes e verduras minimamente processados trazem claramente esse tipo de resultado. Em análises de viabilidade realizadas em diversas unidades de cozinhas industriais,

observou-se, devido à utilização dos processados, economia de água, energia e sanitizantes, redução na utilização de utensílios, EPIs, descartáveis, redução dos custos de manutenção de equipamentos e limpeza da área, além de diminuição dos volumes de compra, de estoque e de lixo e de permitir um melhor aproveitamento da mão-de-obra. A troca de produtos *in natura* por processados é possível, mas levará ainda alguns anos e dependerá da eficiência das empresas que estarão envolvidas nesse processo, tanto quem compra quanto quem processa. Qualquer mudança de cultura gera transtornos, requer ajustes e enfrenta resistências. Caberá aos envolvidos a responsabilidade de trabalhar com seriedade e competência a fim de alcançar os resultados esperados.



**ENTREVISTA:** Marcelo Balerini de Carvalho

## “ NOSSO PRODUTO VAI PARA SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO ”

O engenheiro agrônomo Marcelo Balerini de Carvalho é produtor de batata e sócio da Bem Brasil, indústria de batata pré-frita congelada que tem como principais clientes atacadistas que atendem empresas de serviços de alimentação. Exerce também uma das diretorias da Associação Brasileira de Batata.

**Hortifruti Brasil: Qual o principal destino da batata pré-frita congelada produzida pela Bem Brasil?**

**Carvalho:** Os Serviços de Alimentação são o principal destino da batata pré-frita congelada da nossa empresa. Este setor absorve cerca de 75% de todo o volume produzido. O restante (25%) corresponde a vendas para o auto-serviço (varejo).

**HF Brasil: Como ocorre a venda dos produtos para serviços de alimentação?**

**Carvalho:** Não fornecemos diretamente para esse setor. Nós fornecemos para os atacadistas e esses, por sua vez, são os responsáveis por atender os estabelecimentos de Serviços de Alimentação.

**HF Brasil: Por que as vendas para o segmento de fast food são limitadas?**

**Carvalho:** Do total das nossas vendas para os Serviços de Alimentação, somente 5% vão para as redes de *fast food*. Atender as grandes redes, como o Bur-

ger King e o McDonald's ainda é um desafio, porque são supridas por parceiros mundiais. No entanto, estamos atualmente desenvolvendo produtos visando também este segmento.

**HF Brasil: Quais as perspectivas de crescimento para o setor de Serviços de Alimentação?**

**Carvalho:** Qualquer estimativa neste momento seria pouco precisa, tudo vai depender de qual será a *performance* da economia brasileira neste cenário adverso, principalmente o impacto sobre emprego e renda.

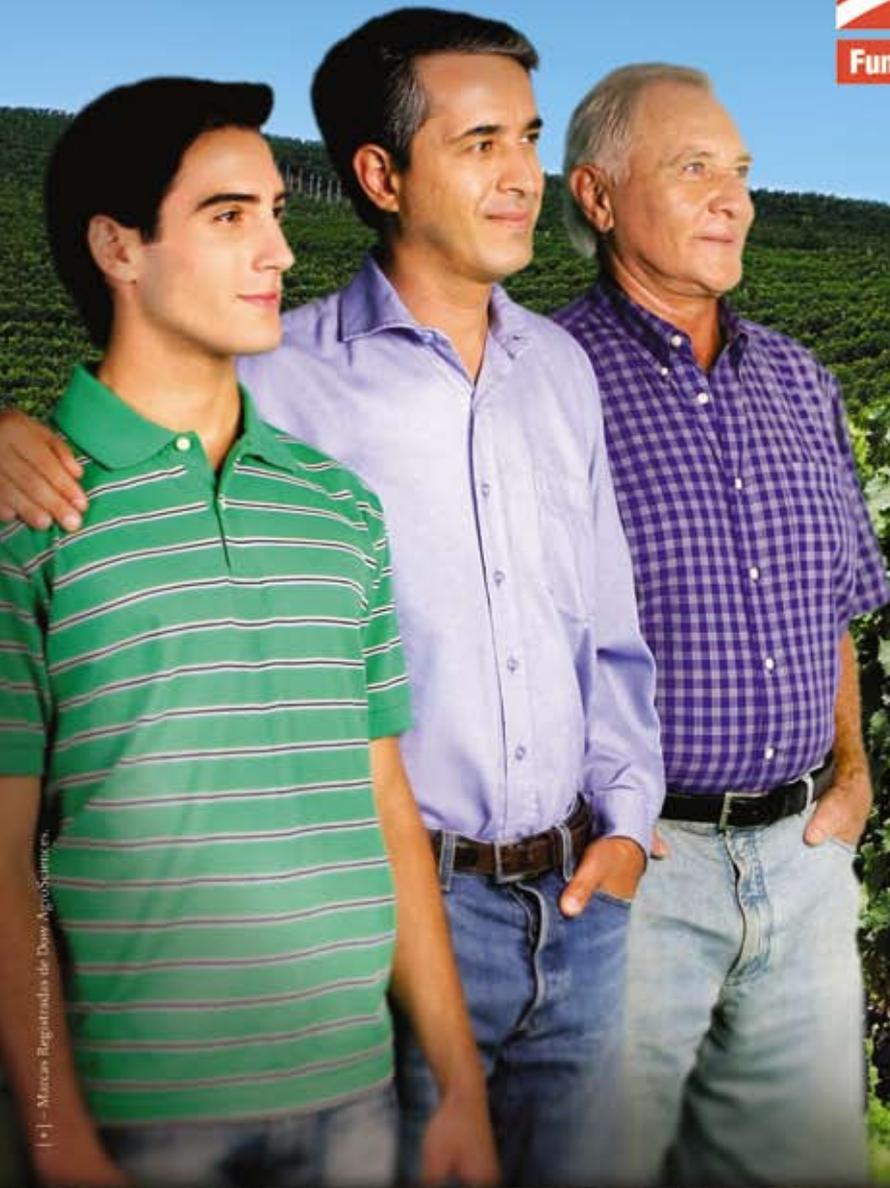
**HF Brasil: Quais são as variedades de batata utilizadas para fabricação do produto pré-frito congelado?**

**Carvalho:** As principais variedades utilizadas pela nossa empresa são: shepody, inovator, marijke e asterix. São variedades específicas para a industrialização e, destas, somente a asterix é comercializada no canal tradicional do tubérculo *in natura*. ■

Dow AgroSciences

**Dithane\***  
NT

Fungicida



Três gerações  
e uma tradição!

O sucesso de Dithane NT faz parte da tradição da família! Usado por gerações na proteção de batata, tomate, uva e outras 32 culturas. É atual e inovador! Quando alguém ia pensar em aplicar Dithane NT antes da chuva? Hoje, isso já é possível! E o que mais será possível, já pensou? Nossos pesquisadores continuam pensando...

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

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.



Dow AgroSciences

# DuPont™ Manzate® WG

fungicida

## Novo Manzate® WG. Macroproteção com Micropartículas.

DuPont Manzate® WG é o novo fungicida à base de mancozeb com formulação granulada dispersível em água. Confira o poder dessa inovação!

- ✓ Excelente proteção, maior cobertura foliar e melhor distribuição do produto na folha – graças às partículas menores e à homogeneidade da nova formulação
- ✓ Elevado efeito nutritivo – contém manganês e zinco que penetram na planta
- ✓ Alta eficácia e controle, por sua facilidade no uso e dosagem
- ✓ Melhor aproveitamento do produto, que gera economia
- ✓ Mais praticidade e segurança no manuseio e descarte de embalagem

Novo Manzate® WG. A proteção que você quer ver.

**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.**



Tele DuPont Agrícola  
0800-707-5517  
[www.ag.dupont.com.br](http://www.ag.dupont.com.br)



*Os milagres da ciência*



Deixe sua empresa  
aparecer na Semana  
de Citricultura e na  
Hortitec!

O *Especial Citros* será  
distribuído na **Semana de  
Citricultura** e o *Especial  
Tomate* na feira da **Hortitec**.

Anuncie na  
**Hortifruti Brasil!**

**Fechamento comercial:**

Edição nº 79 - Especial Citros - 25/04  
Edição nº 80 - Especial Tomate - 20/05

Patrocinador, os espaços estão limitados.  
Reserve já o seu!

**Contato:** hfbrasil@esalq.usp.br  
(19) 3429-8808

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: hfbrasil@esalq.usp.br  
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil