

# ANUÁRIO 2007-2008

Um presente que vai lhe render  
frutos durante todo  
o ano de 2008.



**Não perca!  
Edição de dezembro**

## 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 ...



**IMPRESSO**

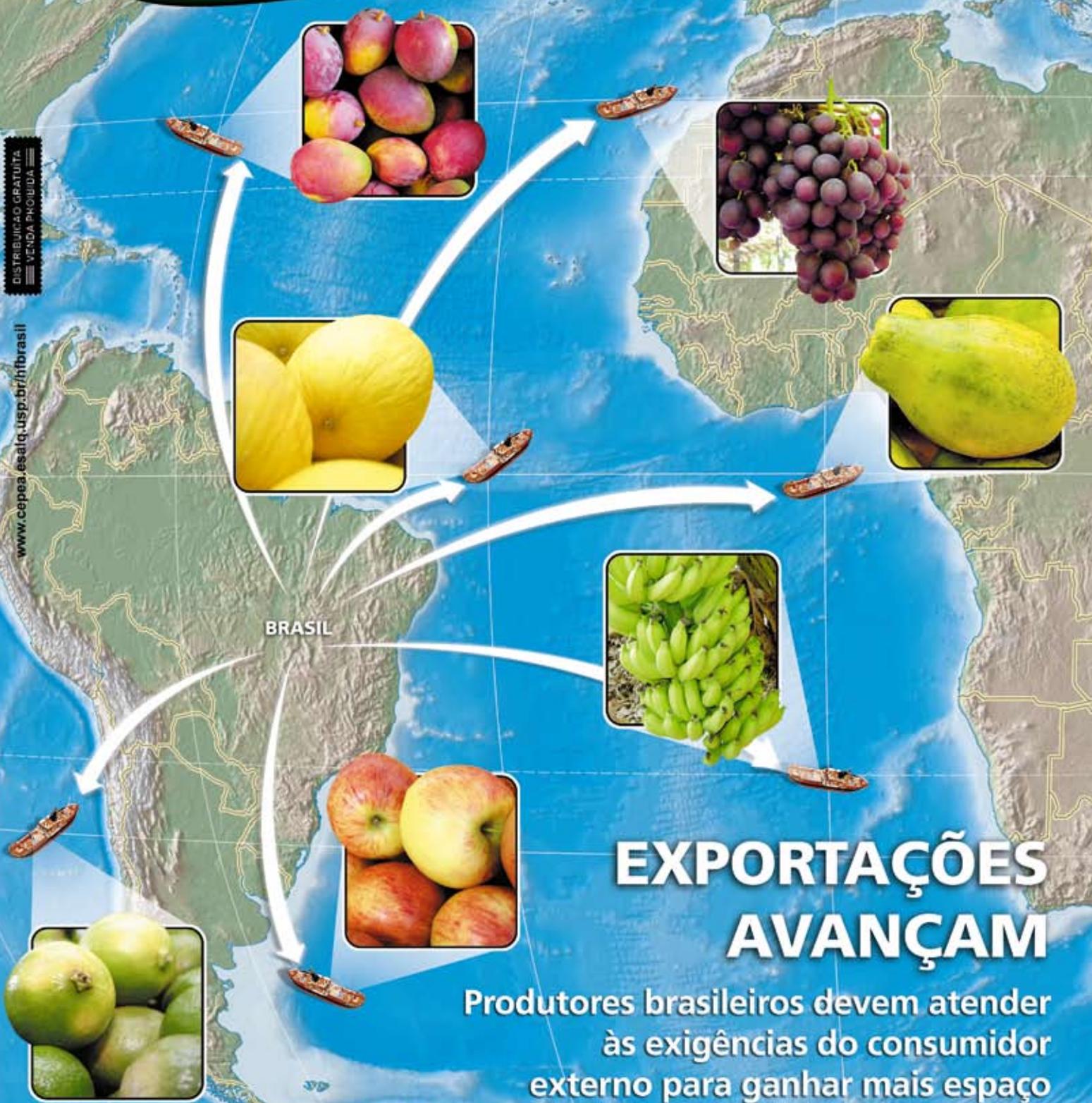
**Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ**  
Caixa Postal 329 13416-000 - Piracicaba (SP)  
Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829  
e-mail: hfbrazil@esalq.usp.br

# Hortifruti **Brasil**

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP  
Ano 6 - Nº 63 - Novembro de 2007 - ISSN 1981-1837

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA  
E VENDA PROIBIDA

www.cepea.esalq.usp.br/hfrbrasil



BRASIL

## EXPORTAÇÕES AVANÇAM

Produtores brasileiros devem atender às exigências do consumidor externo para ganhar mais espaço no mercado internacional

Todo  
seu

O Bruno quer um banco  
que ofereça mais autonomia  
e facilidade na compra  
de produtos agropecuários.

**Chegou o Ourocard Platinum Agronegócio.**

O Banco do Brasil lançou o Ourocard Platinum Agronegócio. Agora ficou muito mais simples comprar bens e produtos agropecuários utilizando os recursos do crédito rural. Consulte seu gerente e solicite o cartão feito sob medida para você. Só o banco que mais investe no Agronegócio Brasileiro poderia pensar em algo assim. **Ourocard Platinum Agronegócio. Esse cartão é todo seu.**

 **OUROCARD DO PRODUTOR RURAL**



## ATÉ 2015, O BRASIL PODE TORNAR-SE UM DOS 10 MAIORES EXPORTADORES DE FRUTAS



Aline Vitti é a organizadora da *Matéria de Capa* desta edição.

A fruticultura brasileira vem ganhando destaque no mercado internacional nos últimos dez anos. Devido ao aumento na demanda por alimentos saudáveis, especialmente frescos, e aos avanços tecnológicos na produção e transporte, entre outros, foi possível expandir as transações internacionais da fruta brasileira, elevando em 62% a receita com exportação no período de dez anos – comparadas às médias dos triênios de 1993/95 e de 2003/05 publicadas pela Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO/ONU). A previsão para 2007 é que o País supere

os US\$ 500 milhões com as vendas externas de frutas.

Apesar desse ótimo desempenho, o Brasil ainda não alcançou o *ranking* dos 10 maiores exportadores de frutas. O País precisaria ter uma receita média anual entre US\$ 800 milhões e US\$ 1 bilhão para fazer parte desse grupo.

Para avaliarmos o que falta para o Brasil pertencer a esse seleto grupo, a **Hortifruti Brasil** teve como objetivo na *Matéria de Capa* desta edição avaliar a competitividade brasileira frente aos maiores produtores das principais frutas que compõem nossa pauta de exportação: banana, citros (laranja, lima/limão e tangerina), maçã, mamão, manga, melão e uva – apresentadas em ordem alfabética. Juntas representaram em 2006 cerca de 95% da receita gerada com a exportação de fruta no País. Foram avaliadas também a produtividade dos maiores produtores e a receita com exportação dos países que se destacaram nesse cenário.

Para facilitar a análise, pesquisadores do projeto Hortifruti/Cepea elaboraram, para esta edição, o *ranking* dos cinco maiores produtores mundiais das frutas

mencionadas no parágrafo anterior entre os triênios de 1993/95 e 2003/05. Também foram organizados os *rankings* dos cinco países com maior produtividade e que têm obtido as maiores somas com exportação de frutas, no período analisado.

Para completar a discussão sobre o assunto, agentes do segmento exportador deram opiniões no *Fórum* sobre os fatores que limitam as negociações internacionais das frutas brasileiras. Na opinião dos entrevistados, as maiores limitações são as barreiras fitossanitárias e as exigências de certificações, além da desvalorização do dólar nos últimos anos. Os entrevistados também foram questionados quanto às expectativas sobre o mercado exportador até 2015. Na opinião deles, o futuro é promissor, favorecido pelo aumento da população, pela maior acessibilidade e disponibilidade de frutas no mercado mundial e pela busca das pessoas por uma vida mais saudável. De fato, esses fatores podem alavancar ainda mais as negociações brasileiras, fazendo com que o País conquiste um lugar entre os dez maiores exportadores de frutas em receita até 2015.

Melhore a qualidade da fruta exportável com produtos Improcrop®

### Crop-Set®

Fertilizante foliar complexo por aminoácidos

**Benefícios**

- ✓ Frutos maiores e mais uniformes;
- ✓ Cor mais intensa;
- ✓ Reduz o estresse.

Conheça também

**Liqui-Plex Fruit**

Fornecimento de aminoácidos de extrema qualidade enriquecida com Cálcio, Boro, Manganês e Zinco para Citros, Café e outras fruteiras

**Liqui-Plex CaMg+B**

Fornecimento de aminoácidos com a perfeita relação Cálcio/Magnésio enriquecida com Boro

**IMPROCROP®**

## CAPA

# 06



As exportações brasileiras de frutas aumentaram, mas é necessário investir ainda mais nesse setor para ampliar a participação do País no mercado internacional.

## FÓRUM

# 29

Especialistas comentam os entraves às exportações de frutas e as expectativas para o setor até 2015.

## 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

### Editora Econômica:

Aline Vitti

### Editora Executiva:

Rafaela Cristina da Silva MTB: 48.363

### Diretora Financeira:

Margarete Boteon

### Jornalista Responsável:

Ana Paula da Silva MTB: 27.368

### Revisão:

Alessandra da Paz, Daiana Braga e Paola Garcia Ribeiro

### Equipe Técnica:

Álvaro Legnaro, Ana Luisa Ferreira de Melo, Carlos Alexandre Almeida, Daiana Braga, Francine Pupin, Jefferson Luiz de Carvalho, João Paulo B. Deleo, Juliana Haddad Tognon, Larissa Gui Pagliuca, Lilian Cabral Missura, Luciana Okazaki, Marina Isac Macedo, Margarete Boteon, Mayra Monteiro Viana, Mônica Georgino, Rachel Armani de Paiva, Rebeca C. Bueno Corrêa e Renata Pozelli Sabio.

### Apoio:

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

### Diagramação Eletrônica/Arte:

ênfase - assessoria & comunicação  
19 3524-7820

### Impressão:

Mundo Digital Gráfica e Editora

### Contato:

C.Postal 329 - 13416-000 - Piracicaba (SP)

Tel: 19 3429-8808 - Fax: 19 3429-8829

hfbrazil@esalq.usp.br

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrazil

A revista **Hortifruti Brasil** pertence ao Cepea. 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.

## SEÇÕES



# 18

## TOMATE



# 22

## MELÃO



# 26

## MANGA



# 19

## CEBOLA



# 23

## MAMÃO



# 27

## UVA



# 20

## BATATA



# 24

## CITROS



# 28

## BANANA

## Leitores prestigiam a Hortifruti Brasil na ABBA Batata Show



Produtores e comerciantes de batata compareceram no estande da **Hortifruti Brasil**, na feira promovida pela Associação Brasileira da Batata (ABBA) em Holambra (SP) entre os dias 23 e 25 de outubro, para discutir as principais perspectivas do setor. Esse encontro foi importante para estreitar ainda mais o elo que une a comunidade

bataticultora brasileira, além de atualizar as informações sobre a bataticultura. No dia 25, Margarete Boteon, coordenadora do projeto **Hortifruti** e editora científica da **Hortifruti Brasil**, apresentou a palestra *Desafios da Bataticultura Nacional*, que está disponível no site: [www.cepea.esalq.usp.br/hortifruti](http://www.cepea.esalq.usp.br/hortifruti).

## ESCREVA PARA NÓS

Envie suas opiniões, críticas e sugestões para:

**Hortifruti Brasil**

Caixa Postal 329 - Piracicaba/SP

CEP: 13416-000

[hfbrazil@esalq.usp.br](mailto:hfbrazil@esalq.usp.br)

## HORTIFRUTI BRASIL ON-LINE



Para receber a versão on-line da **Hortifruti Brasil**, basta se cadastrar:

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



### Análise de tahiti

Por que na **Hortifruti Brasil** não tem informações sobre tahiti? Gostaria de ler na seção *Citros*, nem que seja apenas a cotação dessa fruta.

De qualquer forma, quero aproveitar para elogiar o brilhante trabalho de vocês. Espero muito que continuem assim.

**Anderson André Rezende dos Santos**  
[dede.rezende@hotmail.com](mailto:dede.rezende@hotmail.com)

*Obrigado pelo elogio. Peço desculpas por quase não publicar informações sobre o mercado de lima ácida tahiti na seção Citros. Essa fruta é a que mais se destaca em exportação "in natura" entre as citrícolas, e merece espaço na **Hortifruti Brasil**. Para os próximos meses, vou tentar atender sua demanda. Na Matéria de Capa desta edição, há uma análise completa sobre o mercado de tahiti. Não deixe de ler e de enviar sua opinião.*



### Especial Uva

Eu, como estudante do 1º período do curso de Engenharia Agrônoma da Unesp e filha de produtor de uvas de Pilar do Sul (SP), gostaria que fosse

publicada uma edição especial sobre cultivo e manejo de uvas, abrangendo tendência de mercado, novas técnicas de combate às pragas, produção mundial, variedades e ranking dos maiores produtores mundiais. Aproveito para parabenizar a **Hortifruti Brasil** pelas excelentes matérias, principalmente pela edição *Especial Tomate*.

**Patrícia Aparecida de Carvalho**  
**Por carta**

*Obrigado. Vamos analisar a possibilidade de um Especial Uva para o próximo ano. Por coincidência, a edição deste mês é sobre competitividade de frutas, e traz uma página apenas sobre uva, na qual são abordados alguns pontos, como produção e maiores produtores mundiais.*



### Exportação de tomate para a Argentina

Na seção *Tomate* da **Hortifruti Brasil** de outubro, li o texto sobre exportação de tomate para a Argentina e comecei a refletir sobre a possibilidade de entrar nesse mercado.

Trabalho em uma empresa de produção e comercialização de Hortaliças e Frutas Orgânicas. A empresa está desenvolvendo variedades de tomates especiais, e temos o objetivo de exportar. Gostaria da opinião de vocês sobre a viabilidade de exportar para os países do Mercosul. Cordialmente.

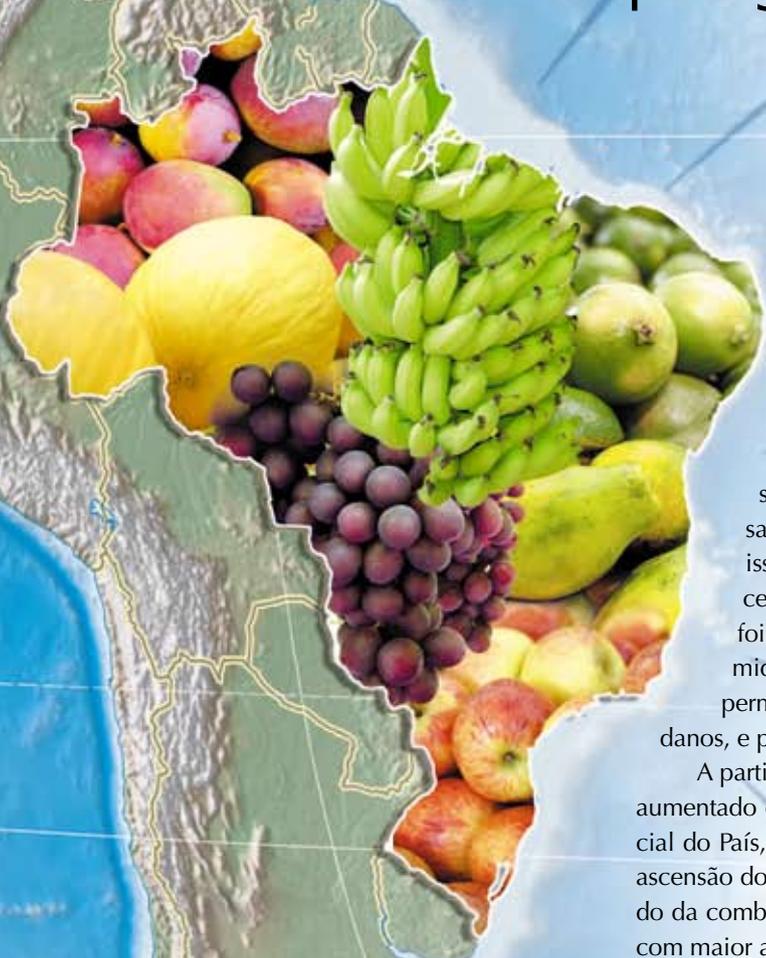
**Eduardo Costa**  
[producao@sitiodomoinho.com](mailto:producao@sitiodomoinho.com)

*O volume de tomate "in natura" brasileiro exportado para o Mercosul é baixo durante todo o ano. Devido principalmente aos custos com frete, o fruto do Brasil perde competitividade perante o tomate argentino. Este ano, as baixas temperaturas e as fortes geadas registradas na Argentina em junho e julho prejudicaram a produção daquele país. Em algumas regiões, o prejuízo foi de 100%. Para abastecer aquele mercado, comerciantes argentinos passaram a comprar tomate do Brasil. Porém, essa demanda deve ser sustentada apenas até o início da safra das regiões que não foram afetadas. Segundo exportadores brasileiros, se no próximo ano não ocorrerem adversidades climáticas como as de 2007, a exportação de tomate do Brasil para o Mercosul pode voltar a cair.*

# EXPORTAÇÕES A

Produtores brasileiros devem atender às exigências do consumidor externo para ganhar mais espaço no mercado internacional

.....  
Por Aline Vitti



A produção mundial de frutas aumentou 26% entre a década passada e esta, levando em conta a média dos triênios de 1993/95 e 2003/05, segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO/ONU). Um dos principais fatores para esse desempenho foi o aumento da demanda por alimentos saudáveis, ricos em vitaminas e sais minerais. Com isso, a receita mundial com exportação de frutas cresceu 62% no período de 10 anos analisado. Tal salto foi resultado da abertura de novos mercados consumidores, da maior rapidez nos meios de distribuição, permitindo a entrega de um produto de qualidade e sem danos, e preços atrativos.

A participação do Brasil no mercado externo de frutas tem aumentado consideravelmente e, a se tomar por base o potencial do País, sabe-se que pode crescer ainda mais. A constante ascensão dos dados de exportações brasileiras tem sido resultado da combinação de avanços tecnológicos do setor produtivo com maior acesso a novos mercados consumidores.

Nos últimos sete anos (de 2000 a 2006), a balança comercial – receita obtida com exportação menos o valor gasto com importação – das frutas – saltou significativamente, saindo dos cerca de US\$ 50 milhões em 2000 para quase US\$ 300 milhões em 2006. As principais frutas responsáveis por esse crescimento, em ordem alfabética, foram banana, citros (laranja, lima/limão e tangerina), maçã, mamão, manga, melão e uva.

Por considerar muito importante esse saldo e o que está por trás dele, a **Hortifruti Brasil**, na *Matéria de Capa* deste mês, avalia a competitividade de cada uma dessas frutas no âmbito mundial, analisando dados estatísticos da média dos triênios 1993/95 e 2003/05. O projeto **Hortifruti/Cepea** não trabalha,

# VANÇAM

por enquanto, com a cultura da maçã, mas essa fruta também entrou na pesquisa por vir se destacando no cenário internacional, devendo ficar entre as mais bem colocadas no *ranking* nacional de receita de exportação de frutas em 2007.

A tendência é que mais e mais pessoas passem a se preocupar com a saúde e o bem-estar, ampliando o consumo de frutas. Isso pode proporcionar novos aumentos na produção e exportação mundial, principalmente dos países produtores do Hemisfério Sul, que abastecem os do Norte quando esses estão em entressafra.

A demanda por frutas também está aliada à elevação da renda dos consumidores, à urbanização e a melhores níveis de informação e

educação. Consumidores norte-americanos, por exemplo, pagam mais por produtos importados desde que apresentem qualidade de acordo com os padrões exigidos. Para garantir qualidade, é necessário melhorar o transporte, aprimorar a infra-estrutura dos portos e adotar os selos de certificação.

The world of fresh produce



**FRUIT LOGISTICA**  
Berlin, 7 – 9 de Fevereiro de 2008

Feira Internacional para o Mercado de Frutas e Legumes  
[www.fruitlogistica.com](http://www.fruitlogistica.com)

together with

**FRESHCONEX**  
Berlin, 7 – 9 February 2008



**FRUCHTHANDEL**  
www.fth.de

# PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL DE BANANA AINDA É PEQUENA



Por Marina Isac Macedo

O Brasil aparece como 2º colocado no *ranking* dos maiores produtores de banana em 2003/05, segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO/ONU). Sua produção, no entanto, cresce em ritmo menor que o dos demais concorrentes. Entre 1993/95 e 2003/05, o volume nacional aumentou 14%, muito abaixo da média dos cinco maiores produtores – incluído o Brasil –, que foi de 54%. Por outro lado, a Índia, maior produtor mundial de banana, aumentou em 64% sua produção, mas não é considerada um *player* no mer-

cado internacional da fruta, visto que grande parte de sua produção abastece o mercado interno.

Quanto à produtividade, apesar de o rendimento dos bananais brasileiros ter aumentado 18% entre 1993/95 e 2003/05, a média do País ainda é inferior à dos principais produtores. Por conta da diversidade no nível tecnológico, a produtividade em algumas áreas no Brasil chega a 60 toneladas por hectare, volume superior ao da média mundial, mas outras ainda estão limitadas ao máximo de 8 t/ha.

Apesar de o Brasil ser o 2º maior produtor de banana do mundo, a sua participação no mercado internacional em receita é pequena (1,4%), deixando para o Equador, a Costa Rica e a Colômbia a maior fatia do mercado. Juntos, esses países representam cerca de 80% das exportações mundiais. O Equador está na primeira colocação das exportações em receita, favorecido pela presença de multinacionais especializadas na produção/comércio da fruta, como a Del Monte, a Dole e a Chiquita, que juntas detêm mais de 90% de toda a exportação mundial. Essas empresas aperfeiçoaram e direcionaram a cadeia produtiva do Equador para o mercado externo.

Apesar de ter apenas uma pequena fatia do mercado internacional, o Brasil merece destaque também nesse setor. A receita nacional com exportação de banana aumentou 205% nos

últimos 10 anos – observados os triênios 1993/95 e 2003/05 –, número bem acima da média de crescimento mundial, que foi de 35%. O principal motivo para o incremento na receita brasileira foi o fato de, no início da atual década, o Brasil ter passado a exportar para a Euro-

pa. Essa operação, por sua vez, deve-se basicamente à instalação de uma multinacional no Nordeste do País, especializada na produção de banana de alta qualidade, atendendo às exigências do mercado europeu.

Para melhorar ainda mais a posição brasileira no *ranking* das exportações de banana, é importante aumentar os investimentos em tecnologia de produção, visando elevar o nível especialmente de pequenas propriedades e melhorar a qualidade da fruta. Também no âmbito internacional são necessárias “mudanças”, sobretudo a redução das barreiras tarifárias de exportação para a Europa e da burocracia nas fronteiras com os países do Mercosul.

Melhorar a tecnologia e reduzir as barreiras à exportação são os principais desafios

## RANKING DE COMPETITIVIDADE DE BANANA



### Maiores produtores

Ranking 1993-95	1000 t	Ranking 2003-05	1000 t
1	Índia 10.271	1	Índia 16.820
2	Brasil 5.853	2	Brasil 6.696
3	Equador 4.970	3	China 6.360
4	Filipinas 3.284	4	Equador 6.235
5	Indonésia 3.179	5	Filipinas 5.761

### Países com maior produtividade entre os 10 principais produtores

Ranking 1993-95	t/ha	Ranking 2003-05	t/ha
1	Colômbia 33	1	México 29
2	México 29	2	Índia 28
3	Índia 24	3	Equador 27
4	Equador 23	4	China 24
5	Camarões 18	5	Indonésia 15
8	Brasil 11	7	Brasil 13

### Principais exportadores em receita

Ranking 1993-95	1000 US\$	Ranking 2003-05	1000 US\$
1	Equador 776.741	1	Equador 1.058.577
2	Costa Rica 530.644	2	Costa Rica 527.920
3	Colômbia 448.474	3	Colômbia 417.464
4	Filipinas 221.700	4	Filipinas 329.723
5	Panamá 198.688	5	Guatemala 225.927
27	Brasil 9.848	17	Brasil 30.007





Por Margarete Boteon

## TAHITI É O DESTAQUE DA CITRICULTURA EXPORTADORA *IN NATURA*

Apesar de o Brasil ser o maior produtor mundial de laranja e exportador de suco dessa fruta, o destaque na citricultura exportadora nacional *in natura* é a lima ácida tahiti. No triênio 2003/05, a receita gerada pelas exportações de tahiti foi de US\$ 20,5 milhões, contra US\$ 12,2 milhões de laranja e US\$ 6,9 milhões de tangerina *in natura*. O crescimento nos rankings de maior produtor e exportador entre 1993/95 e 2003/05 também foi muito maior para a lima ácida do que para os demais grupos cítricos.

Analisando somente a produção da cultivar tahiti, estimativas extra-oficiais apontam que o Brasil é o maior produtor mundial, ultrapassando inclusive o México. No entanto, a estatística da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO/ONU) não separa a produção de lima ácida do limão verdadeiro – amarelo –, razão pela qual o País aparece como o quarto maior produtor mundial em 2003/05. O significativo crescimento da produção nacional deve-se justamente ao aumento das exportações.

O principal destino das exportações brasileiras é a União Européia,

sendo que os embarques são mais intensos no primeiro trimestre do ano. Nesse período, São Paulo está em pico de safra e praticamente não tem concorrentes, visto que o México, maior exportador de lima ácida tahiti, está na entressafra nessa época.

**É importante diferenciar e ressaltar a qualidade do tahiti em relação ao limão “verdadeiro”**

As exportações da lima ácida cresceram no exterior, inicialmente, devido ao maior consumo de caipirinha e ao uso da fruta para adornar

pratos e bebidas. Recentemente, a utilização da lima ácida em substituição ao limão verdadeiro – de cor amarela, mais consumido entre os europeus – vem aumentando por conta da maior divulgação da tahiti no exterior. Os bons resultados têm comprovado o grande potencial do Brasil, que, seguramente, pode aumentar ainda mais os embarques, especialmente se agregar valor à fruta.

A concentração dos embarques da tahiti brasileira para o mercado externo no primeiro trimestre e também o ainda pequeno conhecimento de consumidores estrangeiros da lima como substituta do limão têm impedido avanços maiores. Um aumento sustentável da receita exportadora nos próximos anos possivelmente vai depender da ampliação do calendário de exportação, de campanhas mais intensas para promover o consumo da fruta e da diversificação de mercados, buscando principalmente os Estados Unidos na entressafra mexicana.

O mercado norte-americano importou em 2006 US\$ 124 milhões de lima ácida tahiti, o dobro do importado em 2002, segundo o Departamento de Comércio dos Estados Unidos. Praticamente toda a tahiti comercializada nos Estados Unidos vem do México. No entanto, o primeiro trimestre do ano pode se transformar em uma oportunidade para o Brasil, visto que a entrada do México é menor e a cotação é a maior, cerca de US\$ 1,00/quilo da fruta (posto nos Estados Unidos).

### RANKING DE COMPETITIVIDADE DE LIMA/LIMÃO



#### Maiores produtores

Ranking 1993-95	1000 t	Ranking 2003-05	1000 t		
1	Índia	963	1	México	1.853
2	EUA	873	2	Índia	1.526
3	México	864	3	Argentina	1.310
4	Argentina	683	4	Brasil	999
5	Espanha	683	5	Espanha	962
8	Brasil	484			

#### Países com maior produtividade entre os 10 principais produtores

Ranking 1993-95	t/ha	Ranking 2003-05	t/ha		
1	EUA	100	1	Argentina	87
2	Argentina	84	2	Espanha	62
3	Espanha	48	3	Brasil	60
4	Índia	35	4	México	40
5	México	30	5	Índia	38
9	Brasil	35			

#### Principais exportadores em receita

Ranking 1993-95	1000 US\$	Ranking 2003-05	1000 US\$		
1	Espanha	216.171	1	Espanha	318.570
2	EUA	118.434	2	México	149.922
3	Turquia	57.287	3	Argentina	135.307
4	Argentina	38.448	4	Turquia	115.165
5	México	38.429	5	EUA	83.177
21	Brasil	1.461	8	Brasil	20.517



Fonte: FAO/ONU 2007

# REDUZ ENTRADA DE MAÇÃ IMPORTADA NO MERCADO NACIONAL



Por Juliana Haddad Tognon

A produção brasileira de maçã aumentou 28% entre 1993/95 e 2003/05, segundo dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO/ONU), superando a média de crescimento mundial, que foi de 24%. Em boa parte, o incremento da produção decorre do aumento de 25,85% da área cultivada. A adoção das técnicas da Produção Integrada de Maçã (PIM) também foi fundamental para um controle mais eficiente da produção, contribuindo para o aumento da qualidade e da produtividade.

A Polônia foi o maior destaque no *ranking* de produção de maçã, registrando um aumento de 53%, mais que o dobro da média mundial no período analisado, alcançando o 5º lugar em 2003/05. Os motivos para sua maior produção foram: escolha de variedades com custo inferior ao das que eram até então utilizadas na região, condições climáticas favoráveis e incentivos governamentais pós-entrada na União Européia, como subsídios e créditos rurais. A China também

dobrou a sua produção, mantendo a liderança no *ranking* dos maiores produtores. O salto nesse país é explicado pelo aumento de área, maior uso de insumos e clima favorável.

No Brasil, o clima adverso em 2003 e em 2005 impediu que o País tivesse um bom desempenho nas estatísticas internacionais dessa fruta. Enquanto o crescimento médio da produtividade dos dez maiores produtores de maçã foi de 19% no período analisado, o do Brasil foi de apenas 1,84%, o que fez com que o País caísse no *ranking* de produtividade.

O país que mais se destacou em termos de produtividade foi o Chile, passando a ocupar o 2º lugar no *ranking* dos dez maiores em 2003/05. O rendimento dos pomares desse país aumentou cerca de 30% no período analisado, crescimento acima do registrado pelos demais países. A alta produtividade do Chile decorre das boas condições climáticas no país e ao uso de novas cultivares.

O *ranking* de exportação de maçã mudou pouco nos dez anos considerados. França, Itália, Estados Unidos e Chile continuam entre os cinco maiores exportadores. A diferença é que, em 2003/05, a China passou a fazer parte desse grupo, ocupando a 5ª colocação.

A receita do Brasil com exportações da fruta *in natura* aumentou quase quatro vezes, com o País saindo da 18ª posição na década de 90 para a 12ª, em 2003/05 – o aumento médio

mundial da receita foi de 50%. O Brasil conseguiu deixar de ser um importador líquido de maçã para se tornar exportador. Apesar de ter passado por dificuldades no cultivo de maçã no segundo triênio analisado, o Brasil produziu um volume suficiente para deixar de importar 66% da maçã consumida no País, segundo dados da FAO.

Os principais fatores que contribuíram para o avanço do Brasil nos cenários interno e externo foram tecnologias de produção e de pós-colheita, *marketing* internacional, maior poder de comercialização por parte dos exportadores e novas variedades, que proporcionaram fruta de boa qualidade e menor custo de produção.

Em 10 anos, o setor conseguiu alterar a condição de importador para exportador de maçã

## RANKING DE COMPETITIVIDADE DE MAÇÃ



### Maiores produtores

Ranking 1993-95	1000 t	Ranking 2003-05	1000 t
1	China	1	China
2	EUA	2	EUA
3	França	3	Turquia
4	Itália	4	Irã
5	Turquia	5	Polônia
16	Brasil	13	Brasil

### Países com maior produtividade entre os 10 principais produtores

Ranking 1993-95	t/ha	Ranking 2003-05	t/ha
1	França	1	Itália
2	Itália	2	Chile
3	EUA	3	França
4	Brasil	4	EUA
5	Alemanha	5	Brasil

### Principais exportadores em receita

Ranking 1993-95	1000 US\$	Ranking 2003-05	1000 US\$
1	França	1	França
2	EUA	2	Itália
3	Nova Zelândia	3	EUA
4	Itália	4	Chile
5	Chile	5	China
18	Brasil	12	Brasil



Por Rachel Armani de Paiva

# EXPORTAÇÃO DE MAMÃO PODE AUMENTAR AINDA MAIS

A produção brasileira de mamão aumentou 65% entre 1993/95 e 2003/05, segundo a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO/ONU). Esse aumento garantiu ao Brasil a manutenção do 1º lugar no ranking dos maiores produtores da fruta. Os incentivos governamentais, como apoio à irrigação, energia elétrica, preparação de terra, sobretudo no Nordeste, estimularam produtores a iniciar a atividade ou, aqueles que já plantavam a fruta, a expandir o cultivo.

Quanto à produtividade nacional, o incremento de 42% fez o Brasil passar da 2ª para a 1ª posição, no período analisado, de acordo com a FAO. O incremento da produtividade do Brasil e também de outros países, como o México, é resultado principalmente da maior profissionalização do setor, que proporcionou a adoção de novas técnicas de cultivo, o uso de sementes mais resistentes a

pragas e a doenças, análise e preparo de solo corretos e acompanhamento do clima.

No triênio 2003/2005, o México apresentou a maior receita com exportação de mamão, segundo a FAO. Esse país, que é favorecido pela proximidade com os Estados Unidos, registrou aumento de 650% no montante recebido pelos embarques entre 1993/95 e 2003/05.

## Melhorar o pós-colheita é o grande desafio para o Brasil tornar-se o maior exportador de mamão

No caso do Brasil, o aumento da receita com exportação de 680% no período avaliado, que garantiu ao País a 2ª colocação nesse ranking, foi registrado graças à divulgação da marca "Brasil" nos mercados importadores. A maior propaganda da fruta brasileira facilitou a conquista de novos consumidores, como os Estados Unidos e alguns países da Europa. No mercado norte-americano, em específico, a fruta brasileira costuma disputar com a variedade maradol, do México, a preferida de latinos residentes naquele país.

Quanto ao mercado asiático, o maior entrave encontrado por exportadores brasileiros é o elevado custo com logística. Os envios para aquele continente precisam ser feitos

via aérea para não prejudicar a qualidade da fruta, a qual apresenta baixa durabilidade.

O Brasil tem um elevado potencial na produção de mamão, mas a sazonalidade da oferta, em função do clima, e a baixa quantidade de fruta à altura das exigências do mercado externo têm limitado o aumento do volume embarcado. A baixa rentabilidade de produtores nos últimos anos dificultou investimentos em suas lavouras, prejudicando ainda mais a qualidade do mamão brasileiro. A adoção de técnicas corretas de pós-colheita já garantiria maior qualidade e durabilidade à fruta.

### RANKING DE COMPETITIVIDADE DE MAMÃO



#### Maiores produtores

Ranking 1993-95	1000 t	Ranking 2003-05	1000 t		
1	Brasil	988	1	Brasil	1.634
2	Nigéria	632	2	México	818
3	Índia	490	3	Nigéria	798
4	Indonésia	460	4	Índia	745
5	México	415	5	Indonésia	669

#### Países com maior produtividade entre os 10 principais produtores

Ranking 1993-95	t/ha	Ranking 2003-05	t/ha		
1	Indonésia	40	1	Brasil	47
2	Brasil	34	2	México	37
3	China	33	3	China	30
4	México	27	4	Indonésia	23
5	Congo	17	5	Etiópia	21

#### Principais exportadores em receita

Ranking 1993-95	1000 US\$	Ranking 2003-05	1000 US\$		
1	EUA	16.113	1	México	60.317
2	Malásia	12.357	2	Brasil	28.804
3	México	7.960	3	Malásia	21.311
4	Brasil	4.353	4	EUA	16.329
5	Belize	3.687	5	Belize	15.820



Fonte: FAO/ONU 2007

# ALTA PRODUTIVIDADE FAVORECE BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL DE MANGA



Por Luciana Okazaki

O Brasil é o 6º maior produtor de manga do mundo, segundo dados da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO/ONU) sobre o triênio 2003/05. Está atrás da Índia, China, Tailândia, México e Indonésia. Com exceção da China e do México, os demais países são centros de origem da manga. A Índia é o 1º colocado no *ranking* mundial de produção e foi responsável por 38% do volume total do período de 2003 a 2005. Entretanto, se comparada a produção deste triênio à de 1993/95, constata-se que esse país teve o menor crescimento entre os maiores produtores de manga, de apenas 2,5%.

Em uma década, o Brasil aumentou sua produção em quase 120%, crescimento bem acima da média mundial, que foi de 35%. Esse salto decorre da expansão da área cultivada e da utilização de tecnologia de ponta, como o uso de indução floral, que permitiu um grande avanço na produtividade. Além disso, o País possui boas condições de solo e de clima. Todos esses fatores contribuíram para o aumento da produtividade brasileira em 40% entre 1993/95 e 2003/05.

de manga para o mercado externo, contribuíram bastante para esse resultado. Foi muito importante também a introdução da *tommy atkins*, que tem boa produtividade, tempo de vida de prateleira prolongado em relação às demais variedades e boa aparência. Além

O setor deve buscar alternativas para minimizar os excedentes de produção, principalmente em pico de safra

disso, o aumento das vendas nesta década reflete ainda o grande esforço feito para promover a manga brasileira em outros países, principalmente naqueles de clima temperado e de alta renda durante a década de 1990.

Atualmente, medidas como ampliar a eficiência na comercialização, reduzir o custo de produção, manter o nível de qualidade e produzir novas variedades podem aumentar a competitividade do País no mercado internacional de manga. A redução dos excedentes de produção da manga nos picos da safra nacional, através do fortalecimento de uma agroindústria de suco, também contribuiria para a melhoria da renda no setor.

Nesse período, o México se manteve na 1ª colocação no *ranking* de receita com exportação de manga, mas a receita gerada em 2003/05 foi 2% menor que a de 1993/95. Já a Índia, aumentou mais de seis vezes a receita de seus embarques em 10 anos. Ainda assim, em 2003/05, o país, exportava menos de 3% do total produzido, devido à elevada demanda interna e à inconstância da qualidade da fruta, que muitas vezes não atende à demanda internacional.

O Brasil está entre os três maiores exportadores mundiais de manga, apesar de embarcar apenas 9,2% do total produzido. Da década passada para esta, a receita com exportações da fruta brasileira aumentou 257% (1993/95 – 2003/05).

Os projetos de irrigação do Vale do São Francisco, voltados para a produção



## RANKING DE COMPETITIVIDADE DE MANGA



### Maiores produtores

Ranking 1993-95	1000 t	Ranking 2003-05	1000 t
1	Índia 10.700	1	Índia 10.969
2	China 1.670	2	China 3.609
3	México 1.204	3	Tailândia 1.733
4	Tailândia 1.133	4	México 1.538
5	Paquistão 839	5	Indonésia 1.481
8	Brasil 602	6	Brasil 1.320

### Países com maior produtividade entre os 10 principais produtores

Ranking 1993-95	t/ha	Ranking 2003-05	t/ha
1	Brasil 11	1	Brasil 15
2	Paquistão 10	2	Paquistão 10
3	México 9	3	México 9
4	Índia 9	4	China 9
5	China 8	5	Índia 7

### Principais exportadores em receita

Ranking 1993-95	1000 US\$	Ranking 2003-05	1000 US\$
1	México 106.294	1	México 104.184
2	Filipinas 33.130	2	Índia 100.374
3	Brasil 19.826	3	Brasil 70.901
4	Índia 14.076	4	Peru 37.545
5	China 10.240	5	Filipinas 27.208



**Isso aqui é o Brasil  
que produz com Muito  
Mais Qualidade.**

**Isso é o Brasil que usa Nativo.**

O fungicida da Bayer CropScience de excelente controle preventivo com:

- Eficácia contra muito mais doenças;
- Prolongado período de proteção;
- Culturas protegidas com muito mais produtividade e qualidade.

Nativo tem o que você precisa. Afinal,  
é feito pela nossa gente, para nossa terra.



**ATENÇÃO:** Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na tula e na etiqueta 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 agrônomo.



**Bayer CropScience**  
Se é Bayer, é bom.

**NATIVO**



Protege muito, contra mais doenças.



# BRASIL JÁ É O TERCEIRO MAIOR EXPORTADOR MUNDIAL DE MELÃO EM RECEITA



Por Francine Pupin

Em 2003/05, o Brasil passou para o 20º lugar no *ranking* de produção mundial de melão, após aumentar em 80% seu volume frente a 1993/95, segundo dados da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO/ONU). Um dos motivos para o maior volume foi o aumento da produtividade das lavouras. Em algumas regiões do País, como no Rio Grande do Norte e no Ceará, o rendimento supera a média do Brasil, ficando próximo ao dos países que mais produzem a fruta. Nessas praças, é uti-

lizado alto nível tecnológico, que inclui o cultivo de híbridos com elevado potencial genético. Os fatores limitantes para o aumento da produção brasileira de melão são condições climáticas desfavoráveis, ataque da mosca-minadora e utilização de sementes pouco adaptadas às condições brasileiras.

Em relação às exportações, entre 1993/95 e 2003/05, a Espanha manteve a liderança do *ranking* de maior receita obtida com a venda de melão. Já o Brasil se destacou

nesse período pelo aumento de 171% no valor de exportação, mais que o dobro do crescimento mundial, que foi de 81%. Esse salto garantiu ao País a 3ª colocação entre os cinco maiores exportadores mundiais (em receita).

Quase 98% das exportações nacionais de melão vão para a Europa. Os embarques da fruta brasileira ocorrem especialmente no inverno do Hemisfério Norte, quando a Espanha, por exemplo, não produz a fruta com qualidade e quantidade suficiente para atender o mercado europeu.

Desde 2004, o Brasil também exporta melão para os Estados Unidos. Apesar do incremento dessas vendas nas últimas safras, esse mercado ainda representa menos de 1% das exportações brasileiras. Os obstáculos para o mercado norte-americano são

as barreiras fitossanitárias e tarifárias. O país exige que a fruta seja cultivada em área livre de mosca-das-frutas e, para isso, um certificado deve ser emitido pela autoridade fitossanitária do governo norte-americano. Mesmo que o principal pólo produtor brasileiro esta-

teja em área livre, esse processo é muito lento.

O Brasil certamente é um país competitivo no mercado de melão, com lugar cativo entre os maiores exportadores e com produtividade comparável à dos

países que mais produzem a fruta. Já conquistou uma importante parcela das importações da Europa e, para garantir seu lugar nos *rankings* mundiais, são necessários basicamente cuidados fitossanitários, que permitam aumento da oferta e produto de boa qualidade.

Para o setor subir mais no *ranking* exportador, o manejo fitossanitário deve ser intensificado



## RANKING DE COMPETITIVIDADE DE MELÃO



### Maiores produtores

Ranking 1993-95	1000 t	Ranking 2003-05	1000 t
1	China 4.929	1	China 14.402
2	Turquia 1.750	2	Turquia 1.764
3	EUA 1.040	3	EUA 1.226
4	Espanha 863	4	Irã 1.165
5	Índia 630	5	Espanha 1.087
21	Brasil 102	20	Brasil 183

### Países com maior produtividade entre os 10 principais produtores

Ranking 1993-95	t/ha	Ranking 2003-05	t/ha
1	Índia 20	1	Espanha 28
2	EUA 20	2	EUA 28
3	China 19	3	China 26
4	Espanha 19	4	Turquia 17
5	Turquia 16	5	Irã 16
23	Brasil 8	21	Brasil 13

### Principais exportadores em receita

Ranking 1993-95	1000 US\$	Ranking 2003-05	1000 US\$
1	Espanha 164.092	1	Espanha 271.548
2	EUA 66.133	2	EUA 89.340
3	México 50.242	3	Brasil 71.015
4	França 46.774	4	Costa Rica 70.834
5	Costa Rica 36.345	5	México 58.623
6	Brasil 26.157		



Por Ana Luisa Ferreira de Melo

# BRASIL SOBE SEIS POSIÇÕES NO RANKING DE RECEITA COM EXPORTAÇÃO DE UVA

O crescimento da demanda doméstica por uva de mesa tornou a China um grande produtor dessa fruta. Mas, como sua oferta é basicamente absorvida pelos consumidores internos, esse país não é considerado um *player* do mercado internacional da fruta. De 1993/95 a 2003/05, a China permaneceu como 1ª no *ranking* mundial de produção de uva de mesa, de acordo com dados do Serviço de Agricultura Estrangeira do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (FAS/USDA).

Quanto à produção de mesa, o Brasil ocupa o 6º lugar, com um incremento de 79% no período avaliado, segundo a FAS. Os principais motivos para o aumento do volume produzido foram diversificação de variedades, expansão da infra-estrutura de armazenamento e distribuição, investimentos em tecnologia de produção e em *marketing* do produto.

Em produtividade, o País aumentou seu rendimento por hectare em 28% entre os triênios analisados, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Contudo, ainda possui índices baixos em relação aos dos principais produtores da fruta. A melhora paulatina da produ-

tividade brasileira deve-se basicamente aos resultados do Vale do São Francisco. Nessa região, o clima predominantemente quente e seco durante grande parte do ano, infra-estrutura de irrigação e mão-de-obra disponível favorecem a cultura. Além disso, a produção regional totalmente voltada às “janelas de mercado” impulsiona investimentos em técnicas de manejo da cultura.

Quanto às exportações, os países do Hemisfério Sul que mais têm se destacado são o Chile e a África do Sul. O Chile assumiu a primeira posição no *ranking* de receita obtida com exportação em 2003/05, com aumento de 91% sobre 1993/95, segundo a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO/ONU). A África do Sul, por sua vez, ocupa o 4º lugar no *ranking* de receita com exportação. Além de produzir principalmente uvas sem semente, fatores como o clima e proximidade com os maiores importadores mundiais favorecem o país. Esses dois países têm tido um papel importante para o abastecimento do mercado europeu durante o inverno do Hemisfério Norte e, cada vez mais, durante outras épocas do ano.

Comparando os triênios (1993/95 – 2003/05), o Brasil foi o País onde a receita com exportação mais cresceu (percentualmente), ampliando em quase seis vezes. Com isso, o Bra-

sil passou a ocupar a 9ª posição nesse *ranking* em 2003/05. No entanto, a produção brasileira ainda tem pouca representação no mercado internacional, participando com apenas 2% da receita gerada com as exportações mundiais.

Os desafios para elevar a competitividade da uva brasileira no mercado mundial são: diminuir os custos sem reduzir a produção nem a qualidade da fruta, buscar novos mercados, atender às exigências fitossanitárias e dos selos de certificação, ter maior diversificação do material genético e capacitar a mão-de-obra. ■

## Um grande desafio é diminuir os custos sem reduzir a produção ou a qualidade

### RANKING DE COMPETITIVIDADE DE UVA



#### Maiores produtores

Ranking 1993-95	1000 t	Ranking 2003-05	1000 t	
1	China	1	China	5.715
2	Turquia	2	Turquia	1.883
3	Itália	3	Itália	1.621
4	Chile	4	Chile	1.123
5	EUA	5	EUA	790
8	Brasil	6	Brasil	587

#### Países com maior produtividade entre os 10 principais produtores

Ranking 1993-95	t/ha	Ranking 2003-05	t/ha	
1	Chile	1	Chile	27
2	Itália	2	EUA	23
3	EUA	3	Itália	23
4	Brasil	4	Brasil	19
5	China	5	China	15

#### Principais exportadores em receita

Ranking 1993-95	1000 US\$	Ranking 2003-05	1000 US\$	
1	Itália	1	Chile	650.344
2	Chile	2	EUA	600.365
3	EUA	3	Itália	526.976
4	África do Sul	4	África do Sul	254.453
5	Espanha	5	Espanha	141.836
15	Brasil	9	Brasil	73.324



Fonte: AMS-FAS/USDA, FAO e IBGE 2007



Quando a fruta tem  
todo mundo apr

# Amistar

A evolução natural e econômica dos fungicidas

## 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  
agrônomo



C.a.s.a. 0800 704 4304

CENTRO AVANÇADO SYNGENTA DE ATENDIMENTO  
DÚVIDAS - SUGESTÕES - EMERGENCIAS



Amistar,  
ova.

Quando a fruta tem Amistar,  
o mundo todo aprova.

Restrição de uso no Estado do Paraná.

Amistar proporciona muito mais lucratividade ao fruticultor pela sua eficiência e superioridade no controle de doenças, resultando em melhor qualidade dos frutos e maior tempo de prateleira. Só com Amistar suas frutas são valorizadas não só aqui, mas também no mercado externo. Quando o assunto é qualidade da fruta, o mundo todo fala uma só língua: Amistar.

**syngenta.**

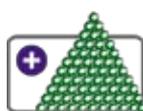
[www.syngenta.com.br](http://www.syngenta.com.br)

## Aumenta área da safra de verão

Itapeva (SP), Venda Nova do Imigrante (ES) e Chapada Diamantina (BA) entram no mercado em novembro, dando início à safra de verão 2007/08 de tomate. De acordo com produtores, a expectativa é que a área de plantio desta temporada seja superior à de 2006/07. Os resultados positivos entre janeiro e março deste ano, quando há concentração de colheita nessas praças de verão, capitalizaram produtores. Em Itapeva, a área plantada deverá corresponder a 25 milhões de pés, 4% superior à de 2006/07. Em Venda Nova do Imigrante, o aumento deve ser de 13% em relação à safra passada, totalizando 9 milhões de pés. Na Chapada Diamantina, a área de plantio deve ser de 5,7 milhões de pés, 10% superior. No geral, a seca ocorrida entre agosto e setembro atrapalhou o desenvolvimento das mudas transplantadas em algumas lavouras, o que pode resultar em um volume elevado de tomates miúdos no início da safra.



## Começa safra de verão 2007/08



## Intensifica oferta em Sumaré, Paty do Alferes, norte do Paraná e Reserva

Em novembro, as lavouras de tomate de Sumaré (SP), Paty do Alferes (RJ), norte de Paraná e Reserva (PR) entram em pico de safra. A expectativa é que o volume colhido aumente 26% na segunda temporada dessas praças – de setembro a dezembro – em relação ao mesmo período de 2006. As regiões do Paraná foram as responsáveis por esse aumen-

to, devido à rentabilidade positiva nessas praças de março a julho. No norte do Paraná, a área deve ser de 2,9 milhões de pés, e em Reserva, de 3 milhões de pés, 16% e 50%, respectivamente, superiores à da temporada anterior. Já em Paty do Alferes e em Sumaré, a área deve ser semelhante à do mesmo período do ano passado, de 4,5 e 2 milhões de pés, respectivamente.

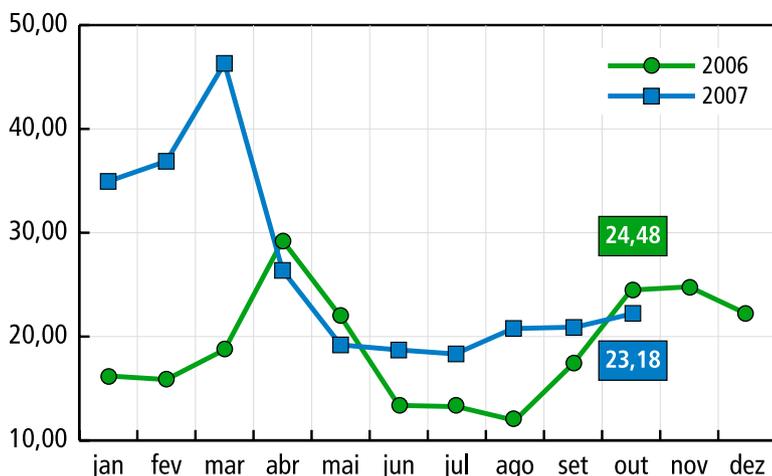
## Saldo positivo em Araguari e Mogi Guaçu

Ao contrário do inverno de 2006, produtores de Araguari (MG) e de Mogi Guaçu (SP) finalizam a safra 2007 em novembro com rentabilidade positiva. A valorização do tomate nessas regiões foi resultado do curto período de entressafra, decorrente das altas temperaturas, aliado à demanda argentina entre junho e outubro. Em Araguari e Mogi Guaçu foram colhidos cerca de 11 e 10 milhões de pés, respectivamente, volume cerca de 8% superior ao registrado nessas praças na safra de inverno de 2006. Entre abril e outubro deste ano, o tomate foi comercializado na região mineira à média de R\$ 15,14/cx de 23 kg, e na paulista, de R\$ 18,88/cx, valores superiores aos registrados no mesmo período do ano anterior.



## Tomate deve desvalorizar em novembro

O valor do tomate deve reduzir em novembro, por conta do aumento da oferta neste mês. Mesmo com a saída de Araguari (MG) e de Mogi Guaçu (SP) do mercado, Sumaré (SP), Paty do Alferes (RJ), norte do Paraná e Reserva (PR) estarão em pico de colheita. Em outubro, o tomate salada AA longa vida foi comercializado no atacado de São Paulo à média de R\$ 23,18/cx de 23 kg, alta de 6,57% sobre setembro e de 33,37% em relação a outubro de 2006. A sustentação do preço no último mês deve-se a um pequeno buraco na oferta, causado pelo atraso de cerca de 20 dias para o início da colheita em Sumaré, em Paty do Alferes, no norte do Paraná e em Reserva, acarretado por alterações climáticas. A valorização do fruto só não foi maior porque houve redução das exportações brasileiras para a Argentina. De acordo com o site [www.argenpapa.com](http://www.argenpapa.com), comerciantes daquele país foram convocados a não consumir tomate entre 08 e 12 de outubro para forçar a queda do preço. Na Argentina, o preço do tomate subiu 50% em outubro, chegando a ser comercializado a 18 pesos o quilo (cerca de R\$ 10,00).



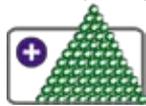
## Pequena valorização em outubro

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

Fonte: Cepea

## Rio Grande do Sul e Paraná reduzem área

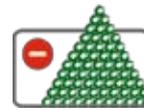
A safra de cebola 2007/08 do Rio Grande do Sul começa em meados de novembro e é do Paraná, em dezembro. O atraso da colheita desta temporada, em relação à 2006/07 deve-se à demora no transplante em ambos os estados. De acordo com produtores, a área de plantio deste ano nessas regiões é inferior à da safra passada. No Paraná, a queda de 15% é resultado do saldo negativo obtido em 2006/07. Alguns produtores reduziram o plantio de cebola para aumentar o de outras culturas, com as quais já trabalhavam e que registraram melhor rentabilidade na safra anterior. Já no Rio Grande do Sul, a diminuição de 19% é reflexo da saída de "aventureiros" do mercado, que esperavam lucro maior na última safra.



## Mais cebola em Santa Catarina

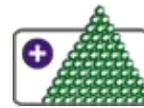
Ao contrário dos demais estados do Sul do País, Santa Catarina aumentará em 5% a área plantada com cebola na safra 2007/08. Ainda assim, a expectativa de produtores locais é de preço elevado nesta temporada, por conta da redução do plantio nas demais praças do Sul. Em 2006/07, o cenário não foi muito positivo para cebolicultores de Santa Catarina, que receberam pelo bulbo R\$ 0,32/kg, em média (preço ponderado pelo volume colhido durante a safra). Esse valor é semelhante ao mínimo indicado por produtores para cobrir os gastos com a cultura.

**Reduz área no Rio Grande do Sul e no Paraná e aumenta em Santa Catarina**



## São José do Rio Pardo e Monte Alto deixam mercado mais cedo

Produtores de São José do Rio Pardo (SP) e de Monte Alto (SP) finalizaram a colheita de cebola em outubro, um mês de antecedência em relação à safra de 2006. A saída antecipada dessas regiões do mercado neste ano é resultado da diminuição de área. Em São José do Rio Pardo, a redução foi de 25% em relação ao ano anterior e em Monte Alto, de 30%. A menor oferta nesta safra, aliada às exportações do bulbo para países vizinhos, contribuiu para a valorização da cebola local. Mesmo em agosto, pico de oferta em ambas as regiões, o preço ficou 124% superior ao registrado no mesmo período de 2006. De junho a outubro deste ano, o valor médio da cebola ponderado pelo volume colhido foi de R\$ 0,36/kg em São José do Rio Pardo e de R\$ 0,40/kg em Monte Alto. Para a safra 2008, não há expectativa de aumento de área, pois, segundo produtores, a receita obtida neste ano será destinada ao pagamento de dívidas desta safra e também da anterior.



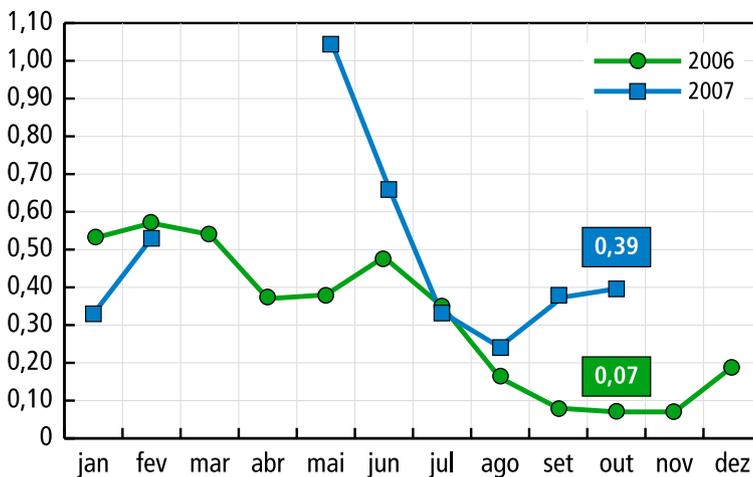
## Divinolândia e Piedade intensificam colheita

A colheita da safrinha de cebola de Divinolândia (SP) e de Piedade (SP), que iniciou em outubro, será intensificada em novembro. Quanto à área cultivada, deve haver redução de 22% e 25% em Divinolândia e em Piedade, respectivamente, sobre a safrinha de 2006. A expectativa de produtores é que essa safrinha seja curta e registre preço maior do que o obtido no ano passado.



## Menor oferta em novembro pode valorizar bulbo

O volume de cebola disponível no mercado em novembro deve ser inferior ao registrado no mês anterior, elevando o preço do bulbo. Além da saída de São José do Rio Pardo (SP) e de Monte Alto (SP) do mercado em outubro, Minas Gerais, Goiás e Distrito Federal devem encerrar a colheita em novembro, reforçando a diminuição da oferta no período. O menor volume também se deve à redução de área nas regiões do Sul e do Nordeste do País neste ano, principais regiões ofertantes em novembro. Em outubro, a cebola ipa do Nordeste já registrava alta de cerca de 5% sobre setembro.



## Menor oferta mantém preço

Preços médios recebidos por produtores nordestinos pela cebola ipa - R\$/kg

Fonte: Cepeca

## Maior oferta argentina deve reduzir embarques brasileiros

As exportações de batata brasileira para a Argentina devem reduzir significativamente em novembro, devido ao aumento da oferta nas roças daquele país. Segundo o jornal portenho *Clarín*, é previsto para este mês a intensificação da colheita de batata na região de Tucumán, próxima a Buenos Aires. O início da safra do tubérculo na Argentina em outubro refletiu em queda nas cotações no mercado central da capital. A batata chegou a ser comercializada a R\$ 2,54/kg no início do último mês no mercado argentino, mas na última semana de outubro, foi vendida a R\$ 1,29/kg, em média. Em relação a setembro, a desvalorização da batata no mercado de Buenos Aires foi de 50% no último mês.

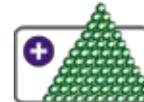
## Cotação da batata deve permanecer estável

O preço do tubérculo em novembro deve permanecer semelhante ao de outubro, segundo atacadistas. Apesar da redução dos embarques para a Argentina e para o Uruguai, a menor oferta do tubérculo nas lavouras brasileiras neste mês deve estabilizar o volume disponível nos atacados. Em outubro, a batata especial tipo ágata foi comercializada no atacado de São Paulo à média de R\$ 50,96/sc de 50 kg, alta de 55,22% em comparação com o mesmo período de 2006 e de 38% sobre setembro. A valorização do tubérculo no último mês foi resultado do

final da safra de Vargem Grande do Sul (SP) aliado ao bom desempenho das exportações para o Mercosul naquele período.

## Maior plantio no Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba em novembro

O plantio de batata da safra das águas do Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba (MG) em novembro deste ano deve ser superior ao do mesmo período de 2006. Segundo produtores, a preocupação com a possibilidade de chuvas de dezembro a janeiro levou muitos bataticultores a antecipar para este mês o plantio, que seria realizado entre o final de 2007 e início de 2008. Na safra anterior, as precipitações atrasaram essa atividade. A estimativa de produtores é que 4,8 mil hectares sejam cultivados em novembro. Quanto à área total da safra das águas do Triângulo Mineiro/Alto do Paranaíba, a previsão é de 10% de queda, quando comparada à da temporada 2006/07.



## Sudoeste Paulista entra em pico de oferta

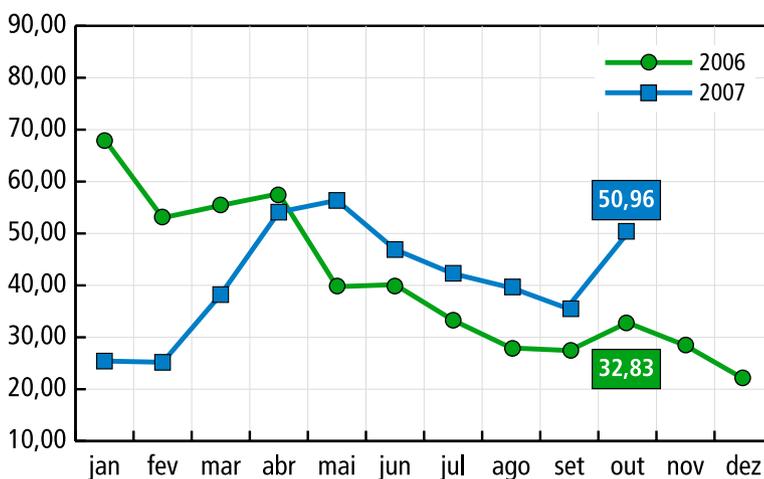
As lavouras da safra de inverno de batata do Sudoeste Paulista (SP) entram em pico de oferta em novembro, com a colheita correspondendo a cerca de 1,5 mil hectares no período. De acordo com produtores, a área de inverno dessa região reduziu 15% em 2007 em comparação com a temporada do ano anterior. Assim, a expectativa é de preços mais altos neste ano. Em outubro, a batata foi comercializada a R\$ 39,30/sc de 50 kg, em média, nas roças dessa região, 110% de alta sobre o mesmo período de 2006, recorde para o mês desde o início da coleta de preço pelo projeto Hortifruti/Cepea em novembro de 2000 em valores nominais.

## Inicia colheita no Paraná

As regiões paranaenses de Curitiba, Ponta Grossa, Irati e São Mateus do Sul iniciam a colheita da safra das águas em novembro. Segundo produtores, 1,8 mil hectares devem ser colhidos neste mês nessas praças. O clima quente e seco entre agosto e outubro deste ano no Paraná prejudicou o desenvolvimento dos tubérculos, o que pode reduzir a produtividade das roças do estado. Mesmo assim, a perspectiva é que as roças paranaenses sejam mais lucrativas nesta temporada em relação à anterior, quando o tubérculo em dezembro foi colhido a R\$ 14,00/sc de 50 kg, em média.



## Cai volume exportado



## Redução da oferta valoriza batata

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

Fonte: Cepea



*Na satisfação com a maior quantidade de batata por hectare*



**AgCelence™**

*É maior produtividade.  
É mais rentabilidade.*

*No maior ganho do produtor*

*Na maior qualidade e tamanho da batata*



Paulo Motomi Ayeguti - Fazenda Nossa Senhora Aparecida - Pirajú - São Paulo

AgCelence™ é a solução inovadora da BASF que maximiza seus lucros.

Cultivando Inovação,  
Criando Valor

AgCelence™ é maior produtividade e muito mais qualidade nas lavouras de batata.

AgCelence™ é o efeito fisiológico positivo proporcionado pelo uso do programa de aplicação Fator C2™.

Saiba mais. Visite nosso site:

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

**BASF**

The Chemical Company

**ATENÇÃO**

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

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo



Venda sob recibo de agrônomo

PRÁTICAS DE MANEJO INTEGRADO

FALE COM A BASF: 0800 0192 500  
[www.agro.basf.com.br](http://www.agro.basf.com.br) [agro-br@basf.com](mailto:agro-br@basf.com)

## Queda de temperatura na Europa reduz demanda

A chegada do frio no bloco europeu em novembro deve limitar a demanda pelo melão brasileiro, que vinha aquecida até meados de outubro. Dessa forma, parte da produção do Rio Grande do Norte e do Ceará deve ser destinada ao mercado interno neste período. A expectativa, contudo, é que os embarques da fruta do Brasil para a Europa neste ano continuem superiores aos de 2006. Até o fim desta temporada, em dezembro, 175 mil toneladas de melão brasileiro devem ser exportadas ao mercado europeu. Segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), a receita obtida com as vendas para a Europa nos primeiros meses de embarque deste ano (agosto e setembro) foi o dobro da registrada no mesmo período do ano anterior. O aumento na receita se deve, principalmente, à melhor qualidade do melão que tem conquistado cada vez mais o mercado consumidor. Em outubro, o volume da fruta do Brasil enviado para a Europa superou em 20% o do mesmo período de 2006, segundo exportadores do Rio Grande do Norte e do Ceará.



## Aumenta oferta de melão no mercado interno

## Partem contêineres de melão para os Estados Unidos

Os embarques de melão brasileiro para os Estados Unidos iniciaram em outubro. Apesar de haver tarifa de importação de 28% dos Estados Unidos



sobre o melão brasileiro em outubro, a demanda aquecida antecipou os embarques. Segundo exportadores, algumas empresas enviaram melão - principalmente *gália* e *honeydew* - nas semanas 42 e 43 (de 14 a 27 de outubro). No próximo mês, a principal variedade enviada será o *cantaloupe*. O dólar ainda é um fator preocupante, mas exportadores brasileiros garantem que o volume fixado em contrato será embarcado (mesmo por que houve redução de 10% no volume negociado entre o Brasil e os Estados Unidos para esta safra). Os envios para esse mercado devem ocorrer até fevereiro de 2008. Na temporada passada, o Brasil dobrou o volume embarcado para os Estados Unidos, mas as vendas representaram somente 1,4% do total das exportações brasileiras, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex).

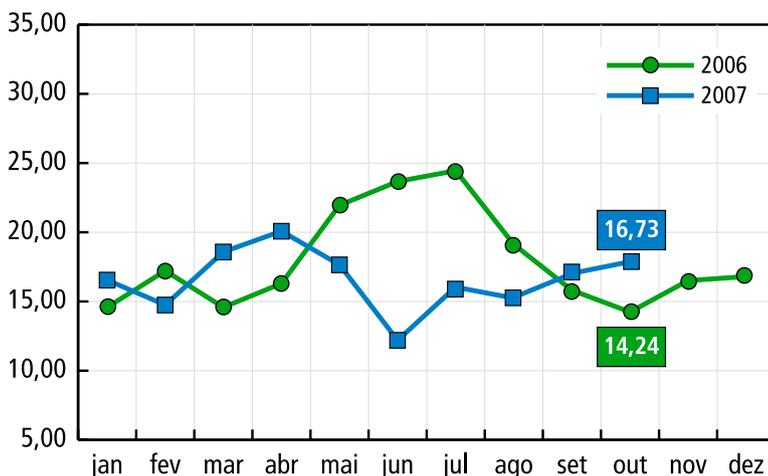
## Investimento no combate da mosca-minadora tem aumentado

O setor de melão tem aumentado a cada ano os investimentos para reduzir os ataques da mosca-minadora. Entre as ações estão o uso de defensivos seletivos e de variedades mais resistentes e o controle biológico, através de predadores naturais. O investimento em pesquisa também vem aumentando. Em Mossoró (RN), foi inaugurada, no dia 4 de outubro, a Unidade Técnica de Controle Biológico da Universidade Federal do Semi-Árido (Ufersa). Segundo a assessoria de comunicação do governo do estado, o dinheiro será destinado à aquisição de equipamentos e materiais voltados à melhoria e à adequação do laboratório. Na temporada 2006/07, a mosca-minadora foi responsável pela redução de 30% da produtividade das lavouras do Rio Grande do Norte, segundo produtores.



## Oferta de melão continua elevada

A oferta de melão deve permanecer elevada no mercado interno em novembro, pressionando a cotação da fruta. Neste mês, o Vale do São Francisco inicia a colheita, mas o volume deve ser menor que o da safra principal da região (de março a julho). Grande parte da oferta do Vale do São Francisco fica no mercado interno, visto que essa região não possui volume suficiente para competir com os melões nobres de Mossoró. Apenas melão amarelo deve ser exportado. Em outubro, apesar de a oferta já ter sido grande, a intensificação das exportações sustentou o preço no mercado interno.



## Manutenção do preço no atacado

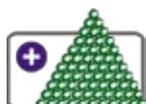
Preços médios recebidos por atacadistas de São Paulo pelo melão amarelo tipo 6-7 - R\$/cx de 13 kg



Fonte: Cépica

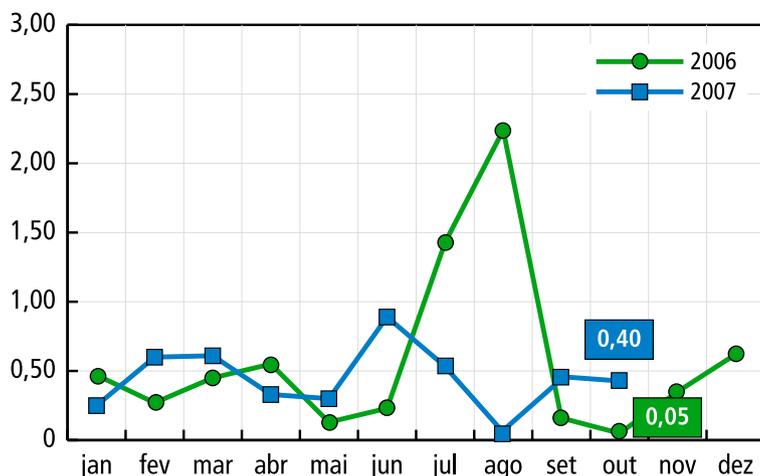
## Mais formosa em novembro

A oferta de mamão formosa deve aumentar ainda mais em novembro, com o calor previsto para o período. De acordo com dados do Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos (CPTEC/Inpe), a temperatura deve ficar acima da média histórica nas principais regiões de mamão até dezembro. No final de outubro, o número de cachos em formação já começava a aumentar, segundo produtores. O formosa foi comercializado no último mês à média de R\$ 0,58/kg na Bahia e de R\$ 0,50/kg no Espírito Santo, 31,7% e 48,5% inferiores, respectivamente, aos preços médios de setembro. Os baixos preços frustraram a expectativa dos produtores, que esperavam valorização em outubro. O que impediu as altas dos preços foi a menor qualidade da fruta, de acordo com mamoneiros. Em algumas roças foi registrada a presença da mancha fisiológica do mamoeiro, que danifica a casca da fruta.



## Aumenta oferta de havaí

O aumento da temperatura em novembro também pode continuar elevando a oferta de mamão havaí, pressionando as cotações da variedade. Ao mesmo tempo, há previsão de dias mais chuvosos neste mês, o que pode aumentar a incidência de doenças fúngicas, depreciando a qualidade do mamão. Em outubro, o havaí foi vendido a R\$ 0,40/kg, em média, no Espírito Santo e a R\$ 0,52/kg, na Bahia, quedas de 11% e 4%, respectivamente, sobre



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

Fonte: Cepeca

setembro. A expectativa era que o preço continuasse em alta, mas as temperaturas elevadas nas roças aceleraram a maturação da fruta na última quinzena do mês, ampliando o volume disponível.



## Exportação segue em queda

Os embarques totais de mamão brasileiro em setembro caíram pelo segundo mês consecutivo. Segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), houve redução de 9% em volume e de 7% em receita naquele mês em relação a agosto. Para exportadores brasileiros, a baixa oferta interna em setembro, além de limitar os embarques, tornou os preços do mamão mais atrativos no mercado interno naquele mês. O volume destinado para a União Européia em setembro reduziu 18% e a receita, 15%. Por outro lado, o volume e a receita com as exportações para os Estados Unidos aumentaram 13% e 12%, respectivamente. O aumento dos embarques para esse mercado deve-se à redução da oferta no México e em Belize, que abastecem o mercado norte-americano. A expectativa de exportadores brasileiros é que as vendas externas aumentem em novembro, visto que o clima quente e seco deste mês deve auxiliar na formação de frutos com boa qualidade para a exportação.

## Consumo de mamão pode aumentar em novembro

As temperaturas mais altas nas principais praças consumidoras devem aquecer as vendas de mamão em novembro, contribuindo para o escoamento da produção, cuja colheita deve ser intensificada neste mês. A presença de frutas da estação, como uva, manga e pêsego, contudo, pode limitar as negociações de mamão. Em outubro, o formosa foi comercializado a R\$ 14,10/cx de 13 kg, em média, no atacado de São Paulo, baixa de 25% sobre setembro. A valorização só não ocorreu por conta da baixa qualidade da fruta. Já o havaí registrou queda de 2% no mesmo período, sendo vendido à média de R\$ 6,60/cx de 8 kg. Enquanto a oferta de formosa ainda estava menor em outubro, a de havaí já começava a aumentar. Além disso, as temperaturas mais elevadas resultaram em um aumento do volume desta variedade, reforçando as baixas. No entanto, em comparação com o valor obtido em outubro de 2006, tanto o havaí quanto o formosa estiveram mais valorizados.

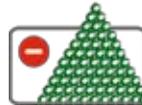
## Primeira estimativa do USDA prevê safra de 168 milhões de caixas na Flórida

A primeira estimativa oficial da safra de laranja 2007/08 da Flórida divulgada pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) no dia 12 de outubro indicou que o estado deve colher 168 milhões de caixas. Apesar de representar um aumento de 30% sobre a safra anterior, esse número ainda ficou abaixo do esperado pelo setor (entre 170 e 200 milhões de caixas). No mesmo relatório, o USDA informou que o número de árvores da Flórida é de 59,6 milhões, 6% abaixo do estimado na safra passada, quando foram comercializadas cerca de 64 milhões de árvores. O atual cenário de oferta de laranja reforça a expectativa de que os Estados Unidos devem manter elevadas as importações de suco de laranja do Brasil neste ano-safra. Na bolsa de Nova York, a possibilidade de mais uma temporada sem excedente de laranja tanto na Flórida quanto no Brasil elevou o preço do suco concentrado e congelado (FCOJ), atingindo US\$ 2.300/t em meados de outubro.

## Intensifica colheita na Flórida

A colheita de laranja da safra 2007/08 da Flórida, que iniciou em outubro, basicamente em pomares da variedade navel, deve intensificar em novembro. Neste mês, mais empresas deverão começar a moagem. Conforme relatório do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA),

até o final de outubro, boa parte das *packing houses* já haviam iniciado as atividades junto a duas indústrias de suco local.



## Seca pode reduzir safra paulista

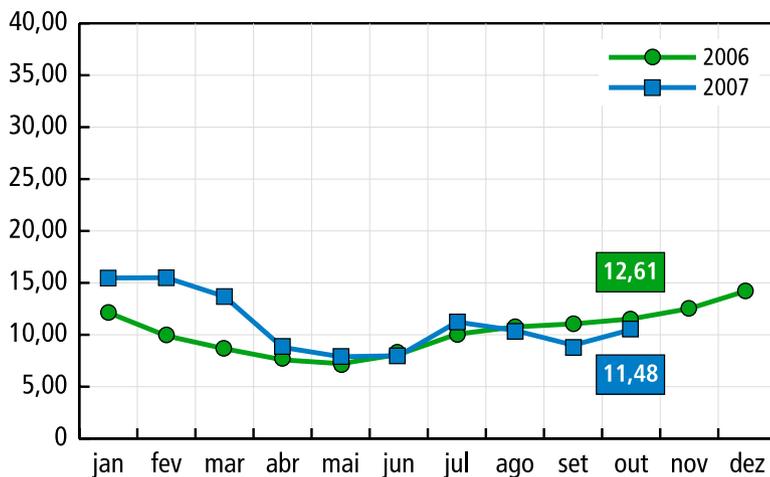
A estiagem que durou quase três meses (de agosto a outubro) no estado de São Paulo prejudicou os pomares citrícolas. Boa parte das frutas murcharam e perderam o rendimento, com muitas delas caindo dos pés. Por conta disso, a entrega de frutas nas indústrias paulistas de suco aumentou em outubro, inibindo a valorização da fruta no mercado *spot* (sem contrato). No último mês, a fruta entregue no mercado *spot* obteve média de R\$ 9,90/cx de 40,8 kg, 1,22% de alta sobre setembro. Além da seca, doenças como a pinta-preta também preocupam o setor. O fungo, que normalmente surge em pomares da região sul do estado, também está atingindo o norte paulista. Essa doença não altera as propriedades do suco da fruta, o que garante a normalidade das vendas às indústrias, mas prejudica a aparência da laranja, limitando o consumo da fruta fresca. Apenas no final de outubro as chuvas finalmente chegaram às regiões produtoras, trazendo alívio aos citricultores. Daqui a diante, produtores apostam na abertura de novas floradas, referentes à safra 2008/09, principalmente de laranja pêra. Para as precoces hamlin e westin, que são colhidas a partir de meados de março do ano que vem, a estiagem já pode ter comprometido o desenvolvimento dessas variedades. Muitas flores que abriram em agosto e em setembro, induzidas pelas chuvas de julho, abortaram. Antes da estiagem, em junho de 2007, o Instituto de Economia Agrícola (IEA) divulgou que a atual safra de laranja no estado de São Paulo seria de 352,1 milhões de caixas de 40,8 kg, menor que as 358,6 milhões de caixas estimadas em abril. Segundo agentes de mercado, a estiagem pode ter reduzido ainda mais esse número, e a safra corrente deve fechar abaixo dos 350 milhões de caixas.

## Aumenta demanda por fruta irrigada

Em outubro, aumentou a procura por laranja de pomares irrigados. A maior demanda aliada à oferta limitada sustentaram as cotações. Além da seca e da queda de frutas, outro fator que preocupa alguns produtores é a dificuldade em encontrar mão-de-obra. Colhedores estão migrando para outras culturas, como a cana-de-açúcar, que estão remunerando mais.



**Safra 2007/08 da Flórida é de 168 milhões de caixas**



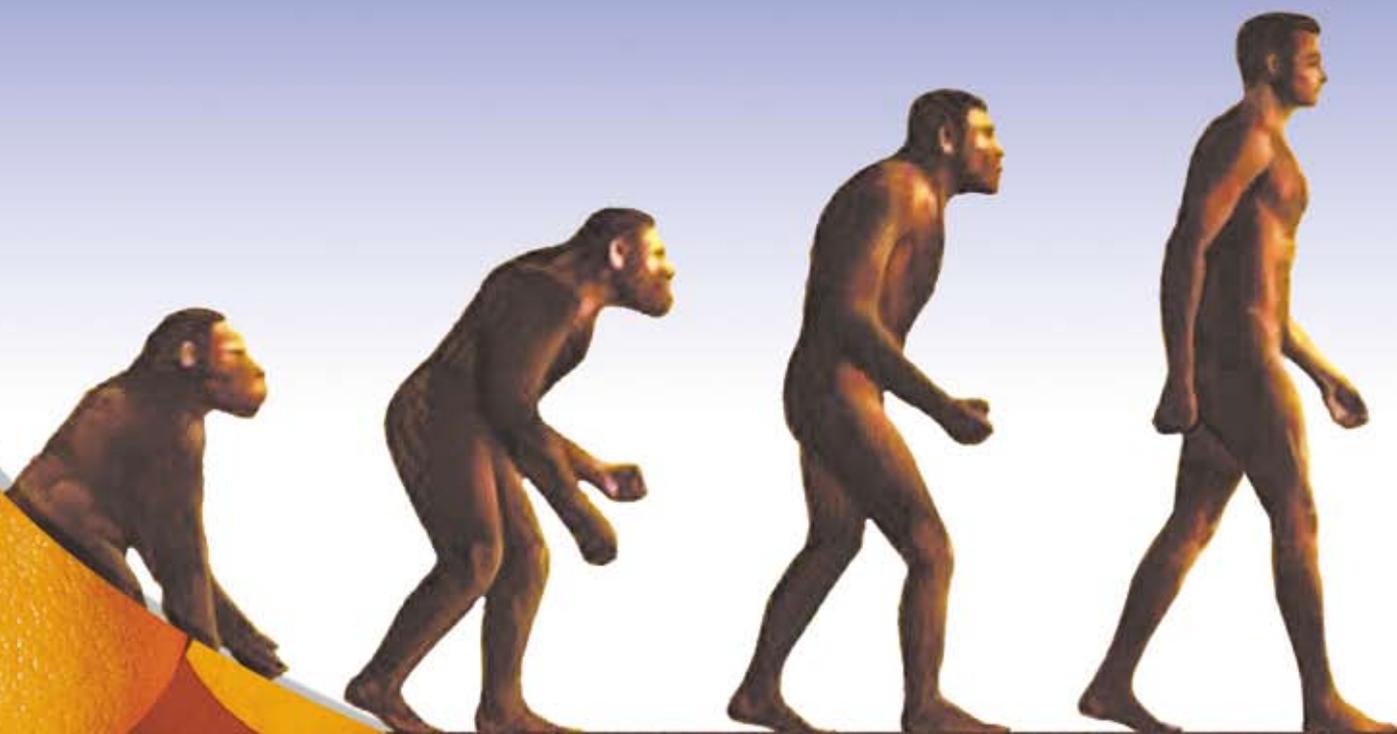
## Pêra irrigada faz preços domésticos subirem em outubro

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

Fonte: Cepepa

# DuPont™ Kocide® WDG

fungicida



## Kocide® WDG. A evolução do cobre.

Kocide® WDG é o fungicida cúprico da DuPont, à base de hidróxido de cobre, que oferece uma tecnologia revolucionária: o Cobre Bioativo. Kocide® WDG é uma Evolução em Benefícios para você:

- Cobre Bioativo = **Mais Ativo na Proteção** devido à maior liberação de íons de cobre
- “Cobre” **melhor a planta** - partículas de formato e tamanho ideais
- **Alta seletividade** aos inimigos naturais
- **Formulação GDA** - mais prática e fácil no manuseio e aplicação
- Menos lavável pela chuva - **maior retenção e cobertura foliar**
- Dose menor = **menos cobre metálico no ambiente**
- **Partículas Polimerizadas** - otimização da disponibilidade de cobre para a planta



*Os milagres da ciência*

© Copyright 2004-2007, DuPont do Brasil S.A. - Todos os direitos reservados.



**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.



0800 701-0109



0800-707-5517

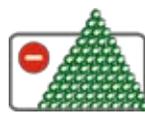
www.ag.dupont.com.br

## Começa colheita de *tommy* em Monte Alto e em Taquaritinga

Alguns produtores de Monte Alto (SP) e de Taquaritinga (SP) iniciaram a colheita da manga *tommy atkins* da safra 2007/08 na última semana de outubro. A maior parte dos mangicultores dessas regiões, no entanto, deve entrar no mercado na primeira quinzena de novembro. De acordo com produtores locais, não foi registrada incidência de doenças fúngicas até o último mês. A qualidade da fruta tem sido favorecida pela estiagem registrada de agosto a outubro deste ano. Quanto a palmer, a colheita em Monte Alto e em Taquaritinga deve iniciar no final de dezembro e estender-se até fevereiro, quando a variedade *keitt* também deve ser colhida. Apesar de a área nessas praças ter diminuído neste ano, a oferta deve permanecer semelhante à da safra anterior. Segundo produtores, alguns pomares estão entrando em pico de produtividade, o que deve compensar a diminuição da área.



## Monte Alto e Taquaritinga entram no mercado



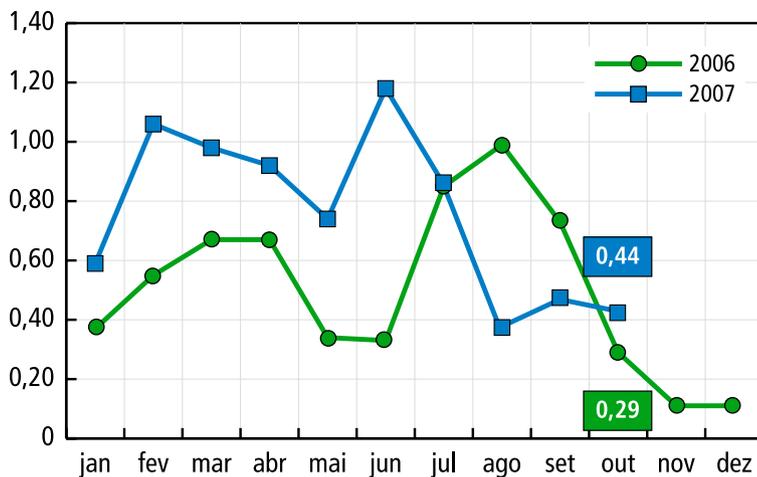
## Livramento de Nossa Senhora se aproxima do fim da safra

A oferta de manga em Livramento de Nossa Senhora (BA) começa a reduzir em novembro, com a proximidade do fim da safra. Contudo, o preço registrado nessa região não deve aumentar significativamente por conta do início da colheita nas lavouras do interior de São Paulo. Em outubro, a manga *tommy atkins* foi comercializada em Livramento de Nossa



## Aumenta exportação para a União Européia

Tanto o volume quanto a receita obtidos com as exportações brasileiras de manga para a União Européia têm aumentado neste ano. Segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), na média de janeiro a setembro, o volume e a receita já haviam ampliado 17,6% e 36%, respectivamente, sobre o mesmo período de 2006. Em outubro, a manga destinada à exportação foi comercializada em média a R\$ 0,65/kg nas roças do Vale do São Francisco, cotação igual à registrada em setembro. Apesar da maior oferta nordestina naquele mês, a manutenção dos preços foi consequência da forte demanda de exportadores.



## Manga desvaloriza no Vale do São Francisco

Preços médios recebidos por produtores do Vale do São Francisco pela *tommy* - R\$/kg

Fonte: Cepea

## Estados Unidos também recebem mais manga brasileira

Os embarques de manga brasileira para os Estados Unidos, que também têm aumentado em 2007, devem encerrar na primeira quinzena de novembro, segundo exportadores. Neste ano, os envios do Brasil iniciaram na primeira semana de agosto, quase um mês de antecedência em relação ao ano passado. De acordo com o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), o volume exportado até setembro foi 38,8% superior ao do mesmo período de 2006. Peru e Equador também deverão exportar manga aos Estados Unidos em novembro, mantendo a oferta elevada nesse mercado.

## Pouca uva do Chile em novembro

A safra de uva do Chile está prevista para iniciar em meados de novembro, mas a oferta deve ser baixa nesse período. O inverno mais prolongado e de temperaturas mais baixas em algumas regiões do Chile atrasou as primeiras colheitas, acarretando em menor volume de uva desse país durante este mês. As adversidades climáticas também prejudicaram um pouco a qualidade das bagas dos parreirais chilenos. A baixa oferta da fruta naquele país em novembro não deve favorecer diretamente o Brasil, pois produtores nacionais não se prepararam para ofertar uvas sem semente (principal variedade exportada), disponibilizando neste período apenas a fruta com semente.

### Menos uva chilena

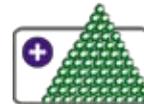
## Saem as uvas sem semente e entram as com semente

Em novembro, a maior parte dos embarques brasileiros destinados ao mercado europeu é de uvas com semente. O volume dessa fruta enviado para a Europa começou a aumentar no final de outubro, com a redução da oferta de uvas sem semente. Entre os dias 29 de outubro e 03 de novembro, carregamentos de uva Itália chegaram ao porto de Roterdã cotados à média de US\$ 10,83/cx de 5 kg, de acordo com o Serviço de Comercialização Agrícola do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (AMS-USDA). Segundo exportadores brasileiros, os embarques de uva sem semente devem finalizar na primeira metade de novembro. Os valores de adian-

tamento para produtores para as uvas com semente estão entre US\$ 0,80/kg e US\$ 1,00/kg.

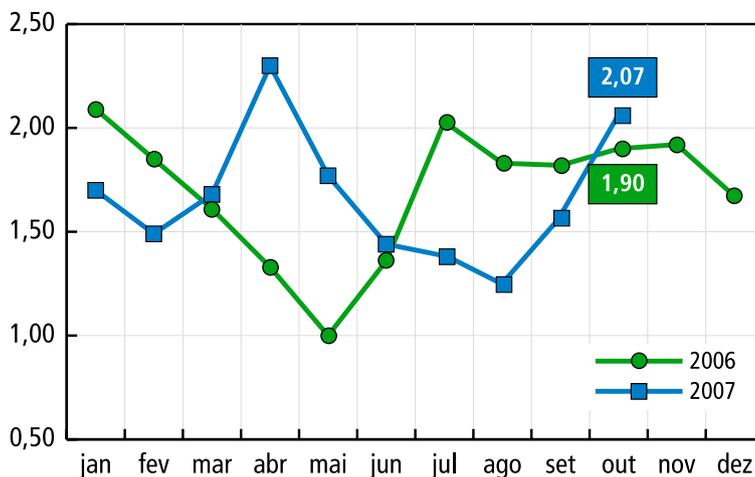
## Seguem as podas em Pirapora e em Jales

Em Pirapora (MG), a colheita de uva encerrou em outubro e em Jales (SP), será finalizada em novembro. Essas regiões já realizam as adubações e as podas para a formação dos ramos da safra de 2008. Segundo produtores, as podas, que ocorrem de 30 a 40 dias após o término das colheitas, deverão encerrar no fim deste mês. O tempo quente e seco em Pirapora e em Jales favoreceu o rendimento por hectare na última safra e está contribuindo para a menor incidência de doenças fúngicas. As condições climáticas nessas praças, aliadas ao uso de irrigação, proporcionaram alta produtividade, principalmente para a uva niagara – 25 t/ha na última safra. Entre julho e setembro, período de oferta elevada, a uva niagara embalada foi comercializada em Pirapora a R\$ 2,75/kg, em média, e em Jales, a R\$ 2,52/kg na roça. A boa rentabilidade obtida com essa variedade, de acordo com produtores, poderá incentivar o aumento de área para o próximo ano.



## Paraná volta ao mercado

O Paraná, que teve sua primeira safra do ano entre abril e julho, volta ao mercado na primeira quinzena de novembro, com a colheita da sua safra principal. Apesar do atraso nas podas, a colheita desta safra deve encerrar em grande parte das lavouras até as festas de final de ano, pois as temperaturas elevadas no inverno aceleraram o desenvolvimento dos parreirais.



## Oferta baixa valoriza uva

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

Fonte: Cepeca

## Contagem regressiva para a colheita de uva rústica

Porto Feliz (SP) se antecipa às demais regiões, voltando ao mercado na segunda metade de novembro para a colheita da uva rústica. Em Louveira (SP), Indaiatuba (SP) e Rosário do Ivaí (PR), o início da safra da variedade está previsto para dezembro. O volume de niagara é mais elevado nesse período do ano pela maior demanda, relacionada ao feriado cristão. De acordo com produtores, a uva dessa safra deve apresentar boa qualidade, visto que o tempo mais seco favoreceu a sanidade dos parreirais. Para 2007, Louveira e Indaiatuba, principais produtoras da niagara, cultivaram área similar à de 2006, somando em torno de 1.895 mil hectares.



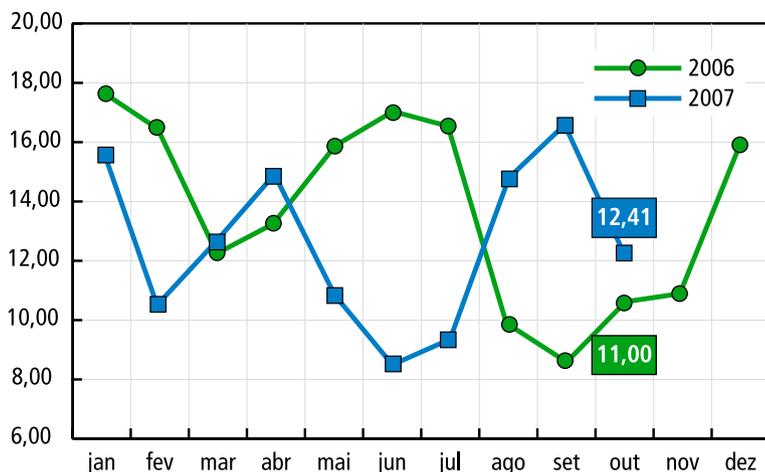
## Baixa oferta pode valorizar nanica

O preço da banana nanica pode subir em novembro por conta da baixa oferta no período. Em outubro, a variedade foi comercializada nas roças do Vale do Ribeira (SP) a R\$ 8,68/cx de 22 kg, queda de 15% sobre setembro. No último mês, a pressão veio do maior volume disponível, resultado da mudança no calendário de colheita, segundo bananicultores. A estiagem registrada no Vale do Ribeira e no norte de Santa Catarina entre agosto e setembro atrasou a formação dos cachos, concentrando uma maior oferta de nanica em outubro. As demais praças acompanharam a tendência de queda da região paulista, fechando o último mês com preços menores que os de setembro.



## Cotação da prata segue em queda

Em novembro, o preço da banana prata deve continuar pressionado pela oferta elevada da variedade no Vale do Ribeira (SP). Mesmo no norte de Minas Gerais, onde o volume é pequeno, o preço pode cair. Ainda assim, produtores mineiros esperam que o valor da fruta neste mês fique acima do mínimo necessário para cobrir os gastos com a cultura, estimado em R\$ 7,71/cx de 20 kg. Em outubro, a prata foi comercializada à média de R\$ 9,89/cx na região paulista e de R\$ 12,41/cx no norte de Minas Gerais, quedas de 31% e 27%, respectivamente, em relação a setembro.



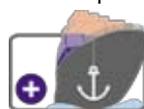
## Desvaloriza prata mineira

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

Fonte: Cepea

## Finalmente, mais caminhões!

A falta de caminhões que vinha prejudicando as exportações de Santa Catarina para o Mercosul há cerca de dois meses não deve ocorrer em novembro. No final de outubro, o número de caminhões disponíveis para realizar o transporte de banana brasileira já havia aumentado. O motivo para a normalização da disponibilidade de caminhões foi a redução dos envios de outros produtos, como cebola, tomate e batata, para o Mercosul. Esse cenário pode favorecer as exportações da fruta catarinense para os países vizinhos e aumentar o preço da banana local, visto que a oferta da região deve ser menor em novembro em comparação com outubro.



## Banana brasileira na Europa

No final de setembro, foi enviado um contêiner de banana de Bom Jesus da Lapa (BA) com destino à Espanha em caráter experimental. Segundo exportadores brasileiros, o trajeto e a abertura da carga demoraram 32 dias por conta de problemas no porto de Barcelona. Mesmo assim, a fruta chegou em excelente estado de conservação naquele mercado e foi comercializada com sucesso, de acordo com exportadores. O que chamou a atenção nessa negociação foi que os espanhóis deram preferência às bananas menores, das últimas pencas dos cachos. Os europeus, normalmente, preferem bananas de grande porte. A expectativa de exportadores nacionais é que esse canal de comercialização seja firmado para a próxima safra de nanica de Bom Jesus da Lapa, que se concentra no primeiro semestre.

## Alerta para o controle da sigatoka

Com a volta das chuvas no final de outubro, produtores de banana redobram a atenção para a sigatoka negra. O monitoramento é feito durante o ano todo, mas o início das pulverizações acompanha o sistema de contagem de pontos fúngicos na folha. No caso do norte de Santa Catarina, por exemplo, as pulverizações iniciam quando as folhas atingem de 700 a 900 pontos fúngicos. Nessa região, o controle tem sido eficiente e há previsão de que o número de aplicações se iguale ao do ano passado (seis no total). O Vale do Ribeira (SP), que também sofre com a ação do fungo, deve fazer oito pulverizações no ano, devido principalmente ao clima mais quente em relação ao da região catarinense.



## ENTRAVES ÀS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE FRUTAS E EXPECTATIVAS PARA O SETOR ATÉ 2015

ENTREVISTA: **Moacir Saraiva Fernandes**

Presidente do Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf)

**Hortifruti Brasil:** *Quais são os principais **entraves** para o aumento das exportações brasileiras de frutas, em volume e receita?*

**Moacir Saraiva Fernandes:** As exportações brasileiras de frutas tradicionais têm crescido em média 19,5% por ano, nos últimos oito anos, enquanto os embarques de frutas comercializadas em pequena escala estão crescendo cerca de 30%. Um dos principais entraves ao aumento das exportações do Brasil são as barreiras técnicas e fitossanitárias, como aquelas referentes à precaução da entrada de vetores de pragas quarentenárias em alguns países e de produtos contendo resíduos restritivos. Outros fatores limitantes são: existência de cotas de exportação, dificuldades para realizar acordos bilaterais, por conta da política comercial, o fato de o Brasil ser um país consumidor e ainda tecnologia e logística precárias. A desvalorização

do dólar também prejudica as exportações, mas, por outro lado, favorece as importações, inclusive de insumos, equilibrando os custos e compensando outros gastos.

**Hf Brasil:** *Quais as **expectativas** para o mercado exportador de frutas até 2015?*

**Fernandes:** A expectativa é de crescimento das exportações. Além do aumento da população em mercados emergentes, fatores como a preocupação com alimentação saudável e produtos dietéticos, com alto valor nutritivo, são pontos positivos para a fruticultura exportadora. Quanto a produzir, o Brasil tem clima e condições adequadas. Entretanto, não há como controlar o clima, e quando há uma quebra de safra, leva tempo para a produção recuperar-se. Mas se tivermos juízo e competência, o segmento de exportação de frutas do País crescerá.



### BANANA

ENTREVISTA: **Valmor Raul de Farias**

Presidente da Cooperativa da Agricultura Familiar Rio Novo (Cooper Rio Novo) e secretário da Associação dos Bananicultores de Corupá (Asbanco) - SC

#### ENTRAVE

“O Brasil não tem se organizado de forma eficiente a fim de conquistar o mercado externo de banana. Exportadores brasileiros não sabem como enfrentar a competição com outros produtores, como o Equador, a Colômbia e a Bolívia.”

#### EXPECTATIVA

“Até 2015, devem aumentar as instalações de multinacionais no Nordeste brasileiro, que vêm atrás de facilidades na produção de banana. Essa região possui a vantagem de ter várias áreas livres da sigatoka negra. Assim, o grande medo seria de, no caso de não se conseguir escoar a produção nordestina para fora do País, o acúmulo de fruta no mercado interno derrubaria os preços, prejudicando o pequeno e o médio produtor nacional. Em Santa Catarina, pequenos produtores receberam crédito, o que os incentiva a continuar na atividade durante os próximos anos. O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) tenta evitar a tendência de rápida concentração de área nas mãos de produtores mais tecnificados, preservando a agricultura familiar, tão marcante nessa região.”



### LIMA TAHITI

ENTREVISTA: **Waldyr Sérgio Promícia**

Presidente da Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Limão (ABPEL) e diretor-presidente da Itacitrus Comércio de Frutas Ltda - SP

#### ENTRAVE

“Quanto ao limão, especificamente, um grande entrave é a exigência de certificação pelos importadores. O Brasil já deu passos importantes neste sentido, como a implantação do sistema de Produção Integrada de Frutas (PIF). Outro grande entrave é a falta de informação sobre os volumes exportados semanalmente. Esse dado evitaria ofertas excessivas de frutas, que causam grandes baixas de preços e, conseqüentemente, grandes prejuízos ao exportador. Essas informações existem, mas não chegam ao exportador no tempo necessário.”

#### EXPECTATIVA

“Apesar de alguns entraves, nosso cenário não é ruim. Acredito que as exportações continuarão crescendo. O Brasil tem menos de 4% do mercado de limão *in natura* da Europa, mas há possibilidade de dobrar ou triplicar o volume enviado para esse mercado no médio prazo. Além disso, temos praticamente o resto do mundo para oferecer nosso limão. Acredito que até 2015 nossos empregos estão garantidos.”



## MAÇÃ

ENTREVISTA: **Pierre Nicolas Peres**

Presidente da Associação Brasileira de Produtores de Maçã e presidente da Associação Mundial de Maçã e Pêra

### ENTRAVE

“O clima e o câmbio são fatores que sempre interferem nas exportações. Em 2007, os embarques da fruta de maçã não foram maiores por conta do câmbio. Outro ponto é a falta de agilidade do governo em fechar acordos bilaterais para liberar a exportação de maçã para alguns países.”

### EXPECTATIVA

“As exportações brasileiras de maçã devem dobrar até 2015. O País produz as maçãs mais consumidas no mundo (fuji e gala), tem condições técnicas e possui certificados exigidos pela Europa, principal mercado consumidor da fruta nacional. Um aspecto estrutural que preocupa é o de energia, pois se, por um lado, houver investimentos em novos portos e navios, por outro haverá restrições quanto ao uso de combustíveis e políticas de apagões para reduzir o consumo de energia. Esses fatores poderão prejudicar as câmaras frias de estoque de maçãs e as embarcações para outros países.”



## MANGA E UVA

ENTREVISTA: **Nelio Geraldo Loures Jobim**

Sócio-presidente da Sarah Frutas - PE

### ENTRAVE

“Em primeiro lugar está a péssima condição das estradas, como o trecho da BA 210 que liga Sento Sé (BA) a Juazeiro (PE), são 200 quilômetros de buracos. Também há outros problemas, como infra-estrutura precária dos portos e burocracia na liberação dos documentos de embarque. Além disso, exportadores de manga e uva devem enviar apenas a quantidade de fruta necessária, a fim de atender bem os clientes sem causar excesso de oferta.”

### EXPECTATIVA

“Sou otimista. Para 2015, podemos pensar em 45 mil hectares de manga, com produtividade de 25 t/ha. No caso da uva, o Brasil deve chegar aos 35 mil ha, com rendimento de 26 t/ha para a fruta sem semente e de 45 t/ha para a com semente. Mas, para isso, precisamos expandir o número de parceiros. Os principais compradores são atualmente os Estados Unidos, a União Européia e a Ásia. Já estamos buscando outros, como Argentina e Senegal, que possuem outras janelas de exportação.”



## MAMÃO

ENTREVISTA: **Paulo César de Oliveira**

Gerente Administrativo da Bello Papaya Brazilian Exotic Fruit - (BA), associada da Associação Brasileira dos Exportadores de Papaya (Brapex)

### ENTRAVE

“Os maiores entraves para as exportações de mamão brasileiro são as exigências de certificação por parte dos mercados consumidores, principalmente dos Estados Unidos e da União Européia. Com relação ao mercado norte-americano, outro obstáculo é o valor da moeda (dólar), e para a União Européia, é o custo do frete.”

### EXPECTATIVA

“A tendência é que os benefícios do mamão tornem-se mais conhecidos do mercado consumidor até 2015, impulsionando as vendas. No entanto, é necessária atenção para a qualidade, visto que as barreiras não-tarifárias dos principais países importadores têm aumentado. Também é preciso investir mais em *marketing*, divulgando a fruta com o selo Brasil, promovendo a degustação do mamão nas redes mundiais de varejo. Para os mamoneiros, gestão, qualidade e produtividade são essenciais para a continuidade no setor.”



## MELÃO

ENTREVISTA: **Luiz Roberto M. Barcelos**

Sócio-diretor da empresa Intermelon/Agrícola Famosa - CE

### ENTRAVE

“Um dos entraves é a instabilidade cambial. No caso do mercado norte-americano, há também restrições fitossanitárias que, na realidade, existem para proteger a produção interna e da América Central, com quem os Estados Unidos mantêm acordos comerciais mais atraentes. Além desses obstáculos, faltam no Brasil pesquisas sobre controles de pragas e nutrição da planta, o que melhoraria a produtividade por hectare e diminuiria o custo de produção, tornando esse setor mais competitivo.”

### EXPECTATIVA

“Nossa empresa, que há oito safras exportava 4 mil toneladas e nesta irá exportar mais de 90 mil toneladas, é muito otimista. O Nordeste brasileiro tem condições de, em 2015, alcançar cerca de 1 bilhão de dólares com exportação de melão, bananas, abacaxi, mamão, manga, uva, limão e outras frutas. No caso específico do melão, o potencial do Nordeste é enorme, por conta da condição climática, que favorece o desenvolvimento da cultura.” ■

**Nova  
Formulação!**

Dow AgroSciences



**Fique tranqüilo...  
a chuva passa e Dithane\* NT fica!**

Protege  
Batata



Protege  
Tomate



Protege  
Uva



**Dithane\* NT**

**continuará protegendo sua plantação,  
mesmo depois da chuva!**

**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 agrônomo.



Dow AgroSciences  
www.dowagrosciences.com.br

# DuPont™ Rumo® WG

inseticida



## Exclusivo modo de ação.

A DuPont está lançando Rumo® WG para batata. Rumo® WG é um inseticida com exclusivo modo de ação, que previne as perdas causadas pela Traça-da-batata (*Phthorimaea operculella*) de modo rápido e eficiente.

### Benefícios:

- Elevada eficiência.
- Ideal para o gerenciamento de insetos resistentes.
- Confere maior proteção à área foliar da planta da batata.
- Ideal para o Manejo Integrado de Pragas.
- Facilidade no manuseio e descarte de embalagens.



*Os milagres da ciência*

© Copyright 2006-2007, DuPont do Brasil S.A. - Todos os direitos reservados.



**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.



www.ag.dupont.com.br



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

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



A **Hortifruti Brasil** prepara a terceira edição do ANUÁRIO, que estará ainda mais recheada de informações, para você planejar o seu ano e obter a melhor rentabilidade.

Além das previsões econômicas de nove produtos hortifrutícolas para 2008, você receberá as estimativas das áreas de plantio em todo o País e o Caderno de Estatísticas, com indicadores de preços 2006-2007.

Anunciantes, reservem seu espaço no Anuário 2007-2008 (Edição de Dezembro):

**maboteon@esalq.usp.br**  
**19 3429.8808**

**Fechamento comercial: 20 de novembro**

Uma publicação do CEPEA – ESALQ/USP  
Caixa Postal 329 13416-000 Piracicaba (SP)  
tel: (19) 3429 - 8808 Fax: 19 3429 - 8829  
E-mail: hfbrasil@esalq.usp.br  
www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil