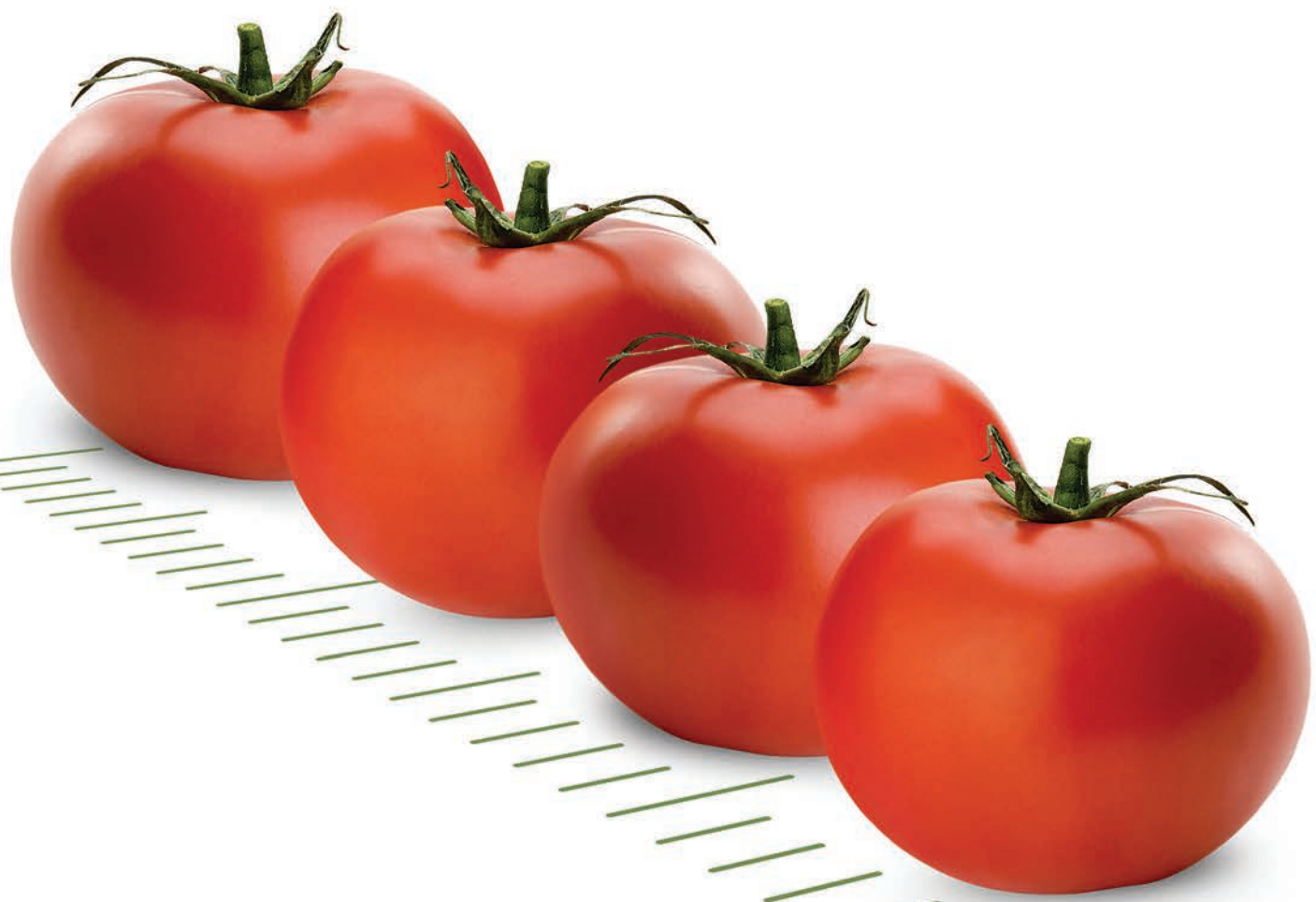


DISTRIBUIÇÃO GRATUITA  
VENDA PROIBIDA

www.cepea.esalq.usp.br/hortifruti



## PADRONIZAÇÃO DOS HFS

Passou da hora do setor “falar” uma linguagem única!

**Novidades do setor  
você vê na Radar!**  
Página 6

**HF lança campanha "Valorize  
seu pequeno na agricultura";  
veja como participar** Página 5

**As últimas informações do  
mercado de frutas e hortaliças  
estão aqui** Página 22



# Agora a DuPont traz ainda mais proteção para a sua lavoura ir além

Verimark® e Benevia® trazem um novo conceito na proteção da lavoura e no manejo de produção. O Programa permite controle eficiente das pragas mais importantes desde o início do ciclo, proporcionando plantas saudáveis e vigorosas.

Ambos possuem o ativo Ciantraniliprole que apresenta espectro cruzado com alta performance no controle das principais pragas mastigadoras\*, sugadoras\* e alguns coleópteros\*.

## Verimark® alvos

- ✓ **Mosca-branca**  
(*Bemisia tabaci*)  
(*Bemisia tabaci* raça B)
- ✓ **Mosca-minadora**  
(*Liriomyza huidobrensis*)  
(*Liriomyza sativae*)  
(*Liriomyza* spp)
- ✓ **Traça-das-crucíferas**  
(*Plutella xylostella*)
- ✓ **Lagarta-mede-palmo**  
(*Trichoplusia ni*)
- ✓ **Traça-da-batata**  
(*Phthorimaea operculella*)
- ✓ **Pulgão-verde**  
(*Myzus persicae*)

## Benevia® alvos

- ✓ **Mosca-branca**  
(*Bemisia tabaci*)  
(*Bemisia tabaci* raça B)
- ✓ **Mosca-minadora**  
(*Liriomyza huidobrensis*)  
(*Liriomyza sativae*)  
(*Liriomyza* spp)
- ✓ **Traça-das-crucíferas**  
(*Plutella xylostella*)
- ✓ **Broca-pequena-do-tomateiro**  
(*Neoleucinodes elegantalis*)
- ✓ **Broca-da-vagem**  
(*Etiella zinckenella*)
- ✓ **Lagarta-mede-palmo**  
(*Trichoplusia ni*)
- ✓ **Broca-das-cucurbitáceas**  
(*Diaphania nitidalis*)
- ✓ **Broca-do-café**  
(*Hypothenemus hampei*)
- ✓ **Bicho-mineiro**  
(*Leucoptera coffeella*)

\*Acesse a bula no site [www.dupontagricola.com.br](http://www.dupontagricola.com.br) e saiba mais sobre os produtos.



Os LMRs e Tolerâncias de Importação para culturas tratadas com Verimark® e Benevia® podem estar pendentes em alguns países. Consulte seu exportador, importador ou a DuPont antes de aplicar Verimark® e Benevia® nas culturas de exportação. Cyazypyr® é a marca comercial do ingrediente ativo Ciantraniliprole. ATENÇÃO: Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO. Produto de uso agrícola. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e restos do produto.



# DuPont™ Verimark®

inseticida

powered by  
CYAZYPYR®

# DuPont™ Benevia®

inseticida

powered by  
CYAZYPYR®

## Benefícios



Melhor estabelecimento da cultura



Plantas mais vigorosas que proporcionam melhores resultados



Uma só molécula com espectro cruzado no manejo das mais importantes pragas



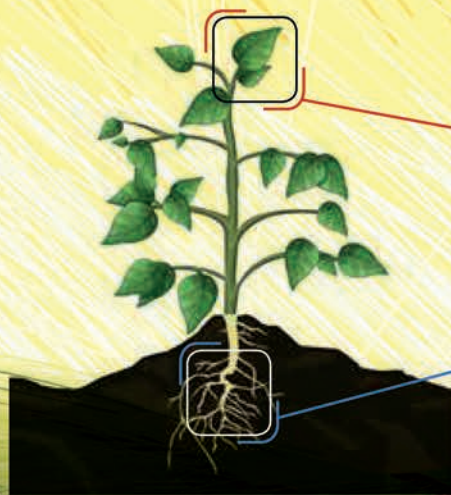
Controla diversas fases do ciclo da praga resultando em alta performance



Maior proteção, ação sistêmica e translaminar



Ganhos adicionais em produtividade e qualidade



### BENEVIA® | FOLIAR

DuPont™ Benevia® é um inseticida registrado para **30 culturas**. Possui formulação à base de óleo 100 OD - Dispersão de Óleo, para aplicações foliares.

### VERIMARK® | SOLO

DuPont™ Verimark® é um inseticida registrado para **28 culturas**. Possui formulação 200 SC - Suspensão Concentrada, para aplicações via solo.

O aumento da produtividade e rentabilidade foram observados em campos experimentais, onde foram utilizados os produtos Verimark® e Benevia®, seguindo corretamente as informações de dosagem e aplicação. O aumento de produtividade e rentabilidade depende também de outros fatores, como condições de clima, solo, manejo, estabilidade do mercado, entre outros. Dados disponibilizados pela área de Pesquisa da DuPont. Consulte sobre a aprovação do cadastro estadual do produto Verimark®, em seu estado, para as diferentes culturas registradas. O produto Verimark® está liberado para comercialização no PR (com restrição na cultura do fumo para o alvo *Phthonimaea operculella*).

Para mais informações:  
**TeleDuPont**   
0800 707 55 17 Agrícola  
[www.dupontagricola.com.br](http://www.dupontagricola.com.br)



## BRASIL AINDA PRECISA AVANÇAR NA PADRONIZAÇÃO DOS HFS



Da esq. para a direita: Jair de Souza, Larissa Pagliuca, Marina Nastaro, Marina Marangon e Lucas Araújo, autores da matéria sobre padronização dos HFs.

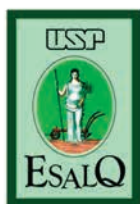
Padronizar é muito mais do que definir o tamanho do hortifrúti. Estabelecer um padrão de qualidade é dar garantia ao produtor, comerciante e consumidor sobre as características e qualidade do produto, proporcionando uma linguagem comum entre os agentes da cadeia.

Mas, por que o setor ainda não avançou na padronização? A principal resposta é a baixa exigência dos compradores aliado a uma infraestrutura limitada de classificação,

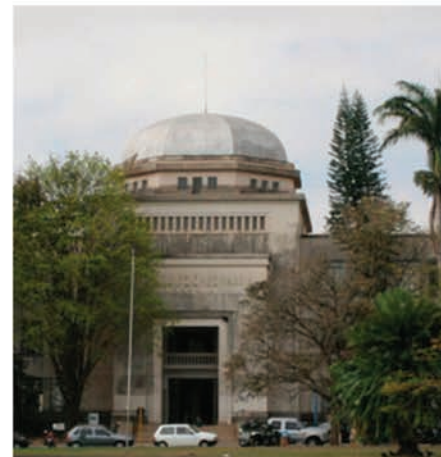
concentrada em produtores de grande escala. A construção de uma casa de beneficiamento requer investimentos e, principalmente, uma escala mínima de produção para viabilizá-la. Há, também, “pré-conceitos” por parte de alguns agentes do setor em dar um passo à frente na padronização – a principal é que a padronização pode dificultar o escoamento de produtos de qualidade inferior. No geral, esses argumentos não têm base econômica, visto que o mercado avança se o produto é confiável. A padronização permite ampliar clientes e viabilizar novas alternativas de colocação do produto, incluindo vendas *on-line*.

A avaliação da **Hortifruti Brasil** é que a padronização no País pode ser considerada como “razoável”, isto é, o atacado já recebe um produto minimamente classificado. No entanto, o setor ainda está longe de uma linguagem única quanto aos padrões dos hortifrúti que permita uma precificação por critérios objetivos e transparentes a todos.

Para o avanço do setor neste quesito, duas ações são essenciais: a precificação por peso e a não comercialização da fruta verde. Isso já permitiria menos distorções quanto à precificação ao longo da cadeia e uma melhoria na qualidade do produto.



Administração é coisa para Profissional.  
Seja um de Nós!



Bacharelado em Administração ESALQ/USP

Um curso USP, com o diferencial ESALQ

Ingresso pela FUVEST

Período Diurno

35 vagas por ano





## Índia investe em manga para diabéticos

Por Ana Clara Rocha e Larissa Pagliuca

Pesquisadores da Universidade Maharana Pratap da Agricultura e Tecnologia (MPUAT), na Índia, estudam a criação de uma manga que não represente risco a portadores de diabetes. Segundo notícia veiculada pelo portal *Fresh Plaza*, a iniciativa visa melhorar geneticamente uma variedade de manga para reduzir o teor de glicose, e, por consequência, não ser prejudicial à saúde dos diabéticos. Por outro lado, a diminuição dos açúcares deve implicar na elevação dos teores de acidez da fruta modificada, atualmente entre 15% e 16%, para 31%. O sabor mais ácido que o da manga convencional, por sua vez, poderá afetar na aceitação dos consumidores.

## Primeira sidra brasileira é lançada com maçãs de SC e RS

Por Daiana Braga



Foi lançada no dia 9 de agosto a primeira sidra artesanal brasileira, a Épo, feita com maçãs fuji e gala produzidas nas serras do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. A sidra é uma bebida fermentada à base de suco de maçã, e a Épo é produzida pela Morada Cia. Etlíca. A linha possui três rótulos feitos com a mesma base de maçã: Morada Épo Hop, Morada Épo Hibi e Morada Ambu. Cada um deles vêm para atender aos diferentes públicos, desde os mais leigos até os mais familiarizados com o universo das bebidas, conforme aposta o criador da marca, André Junqueira. A Épo pode ser encontrada em mercados especializados ou em lojas de bebidas do País.

## HF Brasil por aí

### Hortifruti/Cepea participa do I Seminário Nacional de Folhosas

As analistas de mercado Mariana Coutinho e Larissa Pagliuca participaram do I Seminário Nacional de Folhosas em Campinas (SP), realizado em 10 de agosto. Durante palestra sobre o panorama do setor, as analistas apresentaram os resultados da safra de verão, que foram positivos, apesar das perdas com as chuvas nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro e a seca em Mário Campos (MG). Também foram apresentados números do início da safra de inverno, com destaque para a forte valorização da alface devido às perdas em Ibiúna e Mogi das Cruzes (SP), que movimentaram o mercado em Minas Gerais e Rio de Janeiro. Para o segundo semestre, as atenções se voltam aos possíveis efeitos do *La Niña*, como problemas na irrigação, sobre a produção de folhosas. Além disso, a demanda deve seguir baixa até outubro, limitando as vendas.



Larissa Pagliuca e Mariana Silva durante palestra.

### Equipe participa do PMA Fresh Connections

Membros da equipe Hortifruti/Cepea participaram do PMA *Fresh Connections* no dia 18 de agosto. O evento foi uma oportunidade para analistas e pesquisadores reverem alguns dos colaboradores, além de estreitar contato com novos agentes. O encontro anual é muito importante para o setor hortifrutícola, pois reúne produtores, compradores, vendedores, pesquisadores, traz novidades e levanta discussões sobre temas relevantes ao setor. Neste ano, o evento abordou palestras sobre *marketing* na área de frutas e hortaliças e as tendências e desejos do consumidor; embalagens que prolongam a vida de prateleira; demandas do setor supermercadista sobre os defensivos agrícolas na produção e programas brasileiros de análise de resíduos e utilização de Big Data da produção até a comercialização, além da inserção das vendas *on-line*. Para saber mais sobre a PMA, acesse <http://www.pma.com>.



Da esq. para a dir., as pesquisadoras Ana Clara Rocha, Letícia Julião, Mariana Santos e Larissa Pagliuca.

Valorize seu pequeno na agricultura!



A **Hortifruti Brasil** está recrutando fotos de crianças em contato com a produção de HF e publicará na edição de outubro, mês da criança!

Quer ver a foto do seu pequeno na revista? Então tire uma foto dele e mande para nós para o e-mail [hfcepea@usp.br](mailto:hfcepea@usp.br) ou pelo WhatsApp (19) **99107.4710!**



## Você vende HFs direto ao consumidor?



Achei o tema muito interessante. O consumidor está ávido por informação e quer se aproximar cada vez mais de quem produz, realizando transações comerciais com confiança. Vendendo direto ao consumidor no meu estabelecimento rural. Comecei desacreditando, mas a quantidade de pessoas buscando só tem aumentado! Em minha cidade, há muitas feiras livres. Com certeza, vender direto ao cliente final é uma tendência.

**Gustavo Pinto da Silva – Jari/RS**

Existem “feirinhas” em minha cidade. Acho que dá mais certo vender direto ao cliente quando se tem pequenos volumes ou quando trata-se de agricultores familiares.

**Tomoya Doi – Juazeiro/BA**

Atualmente, buscamos melhor remuneração a partir da abertura de mercados para venda direta, sem a presença de agentes comerciais. Esse modelo (venda direta), que remunera produtores de acordo com o sucesso das vendas, ainda não é uma cultura

## CAPA 08



Nesta edição, a HF Brasil mostra a importância de o setor ter uma linguagem única quanto ao padrão dos hortifrúts.

## FÓRUM 38

Marcelo Marques Ferreira e Hélio Satoshi Watanabe, os convidados desta edição, falam quais são os entraves da padronização no setor.

### HF BRASIL NA REDE



**Hf** [www.hfbrasil.org.br](http://www.hfbrasil.org.br)

**19 99107.4710**

**Hortifruti Brasil**

**@revistahortifrutibrasil**

**@hfbrasil**

## SEÇÕES

BATATA		22
CENOURA		24
FOLHOSAS		25
TOMATE		26
CEBOLA		28
MELÃO		30
MANGA		31
CITROS		32
MAÇÃ		33
MELANCIA		34
BANANA		35
MAMÃO		36
UVA		37

## EXPEDIENTE

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

**Coordenador Científico:**

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros

**Editora Científica:** Margarete Boteon

**Editores Econômicos:**

João Paulo Bernardes Deleo, Renata Pozelli Sabio, Leticia Julião e Larissa Gui Pagliuca

**Editora Executiva:**

Daiana Braga MTb: 50.081

**Diretora Financeira:** Margarete Boteon

**Jornalista Responsável:**

Alessandra da Paz Mtb: 49.148

**Revisão:**

Daiana Braga, Bruna Sampaio, Caroline Ribeiro, Paulo Palma Beraldo, Nádia Zanirato e Paola Garcia Ribeiro Miori

**Equipe Técnica:**

Ana Clara Souza Rocha, Bianca Pan dos Santos, Carolina Camargo Nogueira Sales, Caroline Ribeiro, Emanuel Pereira Lima Filho, Fernanda Geraldini Palmieri, Guilherme Giordano Paranhos, Isabela Costa, Isabela Silva dos Santos, Jair de Souza Brito Junior, Jessie Yukari Nagai, Laís Ribeiro da Silva Marcomini, Lenise Andresa Molena, Lucas Conceição Araújo, Marcela Guastalli Barbieri, Mariana Coutinho Silva, Marina Marangon Moreira, Mariana Santos Camargo e Rogério Bosqueiro Junior.

**Apoio:**

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

**Diagramação Eletrônica/Arte:**

Guia Rio Claro.Com Ltda  
enfaserioclaro@gmail.com

**Impressão:**

Gráfica Riopedrense  
19 3493-1616

**Contato:**

Av. Centenário, 1080

Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)

Tel: 19 3429-8808

Fax: 19 3429-8829

hfcepea@usp.br

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil

A revista Hortifruti Brasil pertence ao Cepea

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



Para receber a revista **Hortifruti Brasil** eletrônica, acesse [www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade](http://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/comunidade), faça seu cadastro gratuito e receba todo mês a revista em seu e-mail!

### ESCREVA PARA NÓS.

Envie suas opiniões, críticas e sugestões para:

**Hortifruti Brasil** - Av. Centenário, 1080 - Cep: 13416-000 - Piracicaba (SP)  
ou para: [hfcepea@usp.br](mailto:hfcepea@usp.br)

de agentes da minha região.

#### **Roberto Roriz – Juazeiro/BA**

Coloquei cerca de 60 caixas de uva no carro e fui de frutaria em frutaria vendendo. Há vários paraenseiros buscando vender diretamente ao cliente. Se essa é uma tendência não sei, mas é uma alternativa para sair do atravessador.

#### **Luciana Alessandra – Marialva/PR**

Muito pertinente a matéria. Trabalho com *delivery* de cestas de hortaliças e legumes por meio de aplicativo de mensagens no celular. Começamos plantando para atender nossas necessidades, mas o apelo de amigos nos fez começar a entregar para eles. A partir daí, com propaganda “boca-a-boca”, aumentamos as vendas. É bastante comum hortas onde o consumidor vai buscar os produtos. Acredito que essa aproximação entre produtor e consumidor final é benéfica para ambos os lados por diversos motivos: a ausência de intermediários permite que o produtor seja melhor remunerado e que o consumidor consiga um preço melhor; o contato traz segurança ao consumidor que tem suas dúvidas esclarecidas pelo próprio produtor, entre outros.

#### **Jose Antônio dos Santos Junior – São João da Boa Vista/SP**

Vendo HFs direto ao consumidor. Comecei essa modalidade para acabar com as perdas que tinha com a venda a agentes intermediários e para obter uma lucratividade maior. Em minha região, ainda são poucas as vendas diretas de HFs, dada a forte presença de intermediários. Mas é uma tendência.

#### **Diego Vila Verde Silva – Inhumas/GO**

Ainda não existem modalidades de venda direta ao consumidor em minha cidade. Falta incentivo do poder legislativo a uma grande diversidade de HFs.

#### **Cristiano Martini – Ibiraiaras/RS**

Tema de essencial importância para maior rentabilidade na atividade agrícola, principalmente aos pequenos produtores, que sempre têm problemas para acessar mercados e financiamentos. Trabalho com compra de laranja para indústria, mas procuro mostrar aos cooperados que atendo que eles têm que buscar novos mercados para ter maior liquidez. Em minha cidade, diversos produtores participam de feiras, entrega direta a consumidores e outros tipos de atividades, sempre agregando valor ao produto final, que é de vital importância para tornar o ramo agrícola mais rentável. É uma tendência de mercado e uma modalidade que o produtor deve buscar.

#### **Fernando Agudo – Tupã/SP**

## Hortifruti Brasil no WhatsApp



A **Hortifruti Brasil** está no WhatsApp! Neste aplicativo, você pode entrar em contato conosco e também nos enviar fotos para publicarmos na revista! Para isso, basta nos enviar fotos de sua produção, nome e região!

Veja o que nossos leitores nos enviaram!

19 **99107.4710** ✓✓

*Luís Gonzaga Araújo e Costa - Natal (RN)*



*Danilo Gomes - Munhoz (MG)*



*Valdomiro Tineli - Marinópolis (SP)*



*Família Bene Frutas - Palmeira D'Oeste (SP)*





# PADRONIZA

## Passou da hora do setor "falar"

Os benefícios da padronização dos hortifrúts para a cadeia de comercialização são muito maiores do que os entraves que ainda dificultam o setor adotar uma linguagem homogênea, da lavoura até o varejo. A ausência da padronização limita os avanços na qualidade e na venda e amplia as perdas do produto. Assim, todos na cadeia são prejudicados: produtor, comprador e o consumidor.

**Então, por que o setor ainda não avançou na padronização?** A resposta principal é que muitos produtores e compradores não têm infraestrutura para classificar o produto. A construção de uma casa de beneficiamento (*packing house*) demanda investimentos e, principalmente, uma escala mínima de produção para viabilizá-la. A ausência de uma estrutura cooperativista ampla no setor, por sua vez, não permite o beneficiamento coletivo, modelo ideal para viabilizar a produção e o comércio de

## POR QUE PADRONIZAR OS HFS

### VANTAGENS - MODERNIZAÇÃO



**QUALIDADE:** Aumenta os incentivos para se produzir um produto de melhor qualidade;



**TRANSPARÊNCIA:** Permite uma melhor valorização do produto. A falta de padronização acarreta em uma avaliação subjetiva a respeito da qualidade e, muitas vezes, até da quantidade do produto (no caso de o hortifrúti não ser pesado), resultando em perdas econômicas para uma das partes envolvidas;



**CONFIANÇA:** Melhora a confiança na relação comercial, reduzindo comportamentos oportunistas e permitindo uma melhor valorização do produto. Além disso, reduz o custo de inspeção e reclassificação por parte do comprador;



**NEGÓCIOS:** Amplia as oportunidades de negócios, permitindo segmentação de mercado, diferenciação do produto e comercialização em ambientes virtuais;



**INFORMAÇÃO:** Melhora a informação a respeito do produto na cadeia, já que homogeneiza sua forma de apresentação. Isso também reduz a avaliação subjetiva e pessoal da quantidade e qualidade do produto.



**SUSTENTABILIDADE:** Reduz o volume de perdas na cadeia de comercialização, na medida que diminui o manuseio do produto após o seu condicionamento.



# ÇÃO DOS HFS

## uma linguagem única!

pequena e média escalas. Sem as *packing houses*, é muito difícil adotar por completo as normas de padrão estabelecidas pelo Mapa (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) e pelas ceasas (Centrais de Abastecimento).

Verifica-se, ainda, resistência e “pré-conceitos” de alguns agentes do setor em dar um passo à frente. Produtores, questionados sobre o tema pela **Hortifruti Brasil**, indicam ideias equivocadas sobre a padronização. Entre os relatos, estão: “a padronização aumenta o descarte e reduz o lucro”; “dificulta a venda de um produto de qualidade inferior”; “aumenta os custos de produção”; “não gera retorno desejado, principalmente quando a oferta nacional do produto é baixa”. No geral, esses argumentos não têm base econômica porque o mercado avança se o produto é confiável. A padronização permite ampliar clientes e viabilizar novas alternativas de colocação do produto, incluindo vendas *on-line*. O objetivo principal da **Hortifruti Brasil** nesta edição é abrir a discussão da importância de o setor ter uma “linguagem única” quanto ao padrão dos hortifrúti: do produtor até o varejo.

## DO PRODUTOR ATÉ O VAREJO?

### DESAFIOS - AMPLIAR O INCENTIVO À QUALIDADE



**FALTA BENEFICIADOR:** No geral, o produtor e/ou comprador não tem uma estrutura de beneficiamento do produto, já que nem todos apresentam escala para investir em *packing house*, que é a base para ter um correto procedimento da classificação e padronização do produto. A ausência de um sistema amplo de cooperativas no setor de hortifrúti limita o avanço da atividade de beneficiamento coletivo para os produtores de pequena e média escalas. Outros grupos, ainda, não fazem a padronização por falta de conhecimento das normas e/ou das exigências do mercado.



**RESISTÊNCIA:** A falta de padronização só traz benefícios para uma minoria da cadeia que compra um produto não padronizado de baixo valor para, posteriormente, agregar valor por conta da reclassificação. Mesmo os que podem ter vantagens com uma uniformização do produto não o fazem por já estarem “acostumados” a comercializar o produto sobre determinado formato e não veem vantagens em adequar sua produção a determinados padrões.



**FALTA DE INCENTIVOS:** Para classificar e precificar seu produto, a maioria dos agentes da cadeia não segue (ou segue parcialmente) a legislação e as cartilhas desenvolvidas pelo Ministério da Agricultura e pelas Centrais de Distribuição para padrões dos hortifrúti. A falta de incentivos por parte de compradores e a ausência de fiscalização da legislação limitam a instalação de uma uniformização da linguagem do produto e, conseqüentemente, uma precificação adequada de acordo com o padrão de qualidade.



# PADRONIZAÇÃO É MAIS QUE DEFINIR O TAMANHO DA FRUTA

## Classificação vs Padronização

**Classificação** é a separação de produtos em lotes visualmente homogêneos, tendo-se como base características quantitativas (tamanho e peso) e qualitativas (cor, grau de maturação, forma, doenças, defeitos etc.). Ao adotar medidas e limites a estes atributos, fica es-

tabelecido o **padrão**. Assim, a classificação é realizada a partir da comparação do produto com os padrões pré-estabelecidos, conforme as etapas apresentadas na figura abaixo, que garantem um “padrão mínimo de qualidade” e homogeneidade visual de um lote.

## Principais etapas da classificação

### 1 Classificação por Grupo

Separação por variedade e/ou cultivares, forma e coloração.

### 2 Classificação por Classe

Características morfológicas do produto, tais como peso, comprimento e diâmetro.

### 3 Classificação por Tipo ou Categoria

Caracteriza a qualidade do produto em termos de graus de defeito, ocasionados tanto por danos mecânicos como por doenças e pragas.

O objetivo de se estabelecer um padrão de qualidade aos hortifrutícolas é dar garantia ao produtor, comerciante e consumidor sobre as características e qualidade do produto, proporcionando uma linguagem comum entre os agentes da cadeia. Se o padrão não é estabelecido, esta comunicação é comprometida, dificultando o fluxo

das informações sobre o produto – essencial para a realização da troca/comercialização entre agentes.

No geral, produtores têm dois importantes desafios para darem um passo à frente na padronização: **peso e maturação mínima do produto para ser comercializado**.



#### “Não consigo medir corretamente o volume de vendas”:

Com o dinamismo do mercado e a alta perecibilidade e fragilidade de certos produtos, alguns produtores acabam vendendo a granel ou mesmo em caixas, mas sem pesar a carga. Apesar dos avanços neste quesito, muitos ainda avaliam o peso de forma subjetiva (“no olho”), o que pode gerar distorções no mercado e menor lucratividade ao produtor.



#### “Colher fruta verde atrapalha as vendas”:

Esta frase é muito ouvida no setor de HF. Há casos em que alguns produtores iniciam a colheita antes do período ideal de maturação da cultura, na tentativa de aproveitar um elevado patamar de preço. No entanto, isso é uma visão imediatista, já que, no médio prazo, a região e/ou o produtor pode ter seu produto desvalorizado justamente por colhê-lo antes da maturação ideal. O erro muitas vezes também é do comprador, que estimula essa prática, mesmo sabendo dos prejuízos futuros que pode acarretar.

## CLASSIFICAÇÃO É OBRIGATÓRIA

A lei 9.972 de 25 de maio de 2000 torna obrigatória a classificação para produtos vegetais, seus subprodutos e resíduos de valor econômico, em todo o território nacional, quando destinados à alimentação humana, nas operações de compra e venda do Poder Público e nas importações (em portos, aeroportos e postos de fronteiras).

A mesma lei define classificação como o ato de determinar as qualidades intrínsecas e extrínsecas de um produto vegetal, com base em padrões oficiais, físicos ou

descritos. Estes padrões para produtos vegetais, seus subprodutos e resíduos de valor econômico serão estabelecidos pelo Mapa.

No caso das 13 frutas e hortaliças acompanhadas pelo Hortifruti/Cepea, o Mapa não possui padrões de classificação para cinco delas (alface, cenoura, laranja/lima ácida tahiti, melancia e melão). No entanto, esses produtos são suplantados por algumas iniciativas, como a do Programa Brasileiro para Modernização da Horticultura (PBMH).





Existem coisas  
que ficam muito  
melhores juntas.

**Bayfolan**  
COBRE

Chegou a inovação  
que faltava para sua lavoura.

Bayfolan Cobre traz para sua lavoura os benefícios da sinergia dos aminoácidos e cobre em um único produto. Melhor eficácia nutritiva e absorção de nutrientes, deixando as plantas mais saudáveis para o máximo de resultados.

**Bayfolan Cobre.**  
**Plantas fortes e saudáveis.**





# “PADRÃO DO MERCADO” LIMITA O AVANÇO DA MODERNIZAÇÃO DOS HFS NO CAMPO

Os padrões estabelecidos por órgãos oficiais, como o Mapa e o PMBH, na opinião de agentes do setor consultados pelo **Hortifruti/Cepea**, têm grande nível de detalhamento e de características que, muitas vezes, são difíceis de serem colocadas em prática, sobretudo por parte de produtores que não contam com estrutura de beneficiamento. Assim, o setor acabou criando regras mais simples para facilitar a comercialização dos hortifrúti, definidas como “padrão do mercado”.

No geral, o “padrão do mercado” tem as classificações simplificadas por classe (variedade/cultivar) e, em alguns casos, por grupo (principalmente peso e calibre). Mas poucos fazem a separação dos lotes por tipo/categoria ou nível de maturação, que, neste caso, leva em conta a porcentagem

de defeito e um mínimo de *“brix* (teor de açúcar no produto) para o produto ser comercializado.

Esse “padrão de mercado” também não é “padrão”. Há avaliações diferentes dependendo da região e da demanda de cada cliente. As grandes redes varejistas têm suas normas próprias e que se diferem das estabelecidas pelas ceasas.

O **Hortifruti/Cepea** realizou entrevistas qualitativas em agosto de 2016 com produtores, beneficiadores e atacadistas dos 13 produtos analisados pelo projeto, para verificar quais são os padrões de classificação utilizados por eles. A pesquisa focou principalmente a padronização existente na relação comercial entre produtor e beneficiador e/ou na relação direta entre o produtor e atacadista. O resultado da pesquisa está a partir da página 13.

## CARTILHAS DO PBMH VISAM À MODERNIZAÇÃO DO SETOR DE HFS

O Programa Brasileiro para Modernização da Horticultura (PBMH) surgiu em 1997, como “Programa Paulista para a Melhoria dos Padrões Comerciais e de Embalagens de Hortigranjeiros”, a partir de uma decisão da Câmara Setorial de Frutas e da Câmara Setorial de Hortaliças, Cebola e Alho, da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. A partir de 2000, o programa deixou o cunho regional e passou a abranger todo o Brasil.

A operacionalização do Programa é feita pelo Centro de Qualidade em Horticultura da Ceagesp, que, por meio da elaboração de cartilhas dos produtos, tenta trazer certo padrão ao setor hortifrutícola. O objetivo é proporcionar uma busca por maior qualidade e padrões mais elevado dos HFs, modernizando a cadeia de produção de frutas e hortaliças frescas.

Dos 13 produtos analisados pelo Hortifruti/Cepea, apenas a maçã não possui uma norma de classificação feita pelo programa por ter como base a Instrução Normativa Nº 5 do Mapa, que traz a classificação específica do produto.

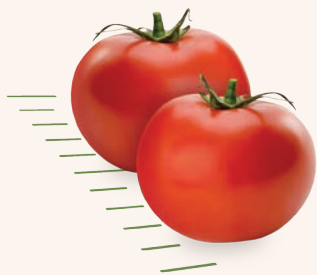
Segundo Hélio Satoshi Watanabe, do Centro de Qualidade do Ceagesp, “as cartilhas do PBMH são de adesão voluntária, com participação da minoria dos atacadistas, visto que muitos têm resistência de mudar a forma de negociação. Outros preferem não utilizar as cartilhas porque acreditam que a padronização impediria melhores condições de venda do produto de ‘menor qualidade’”.

Watanabe ressalta que a falta de exigência do mercado também influencia na baixa adesão às cartilhas. Um incentivo à adesão ao programa está sendo a exigência de padronização por parte de algumas prefeituras e de órgãos responsáveis por alimentação, como a merenda escolar.

Para conhecer mais sobre as normas de classificação de frutas e hortaliças elaboradas pelo PBMH, acesse: <http://www.hortibrasil.org.br/index.php/2016-06-02-10-49-06>



# QUAIS OS PADRÕES DOS NOSSOS HFS?



## "PADRÃO MERCADO" DO TOMATE

Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Tomate de mesa	Salada, santa cruz, italiano, rasteiro e cereja	Tamanho: 1A, 2A e 3A Cor: verde, colorido e maduro

\* Esse padrão refere-se ao produtor que não tem uma estrutura de beneficiamento e comercializa para atacadistas e classificadores.

Na tomaticultura, observam-se basicamente dois perfis de produtores quando se refere à padronização dos frutos: o produtor que colhe e comercializa diretamente com um atacadista ou para um "classificador" e o que tem estrutura de classificação própria, com boa parte da venda sendo feita diretamente para o varejo.

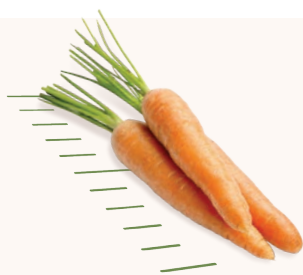
O primeiro grupo, que representa a maioria dos produtores, realiza apenas uma breve separação dos tomates por grupo (variedade) e uma avaliação subjetiva da classe (no "olho") quanto ao tamanho e coloração. Esta forma de padronização no campo é ruim e causa muitos prejuízos ao produtor e também para toda a cadeia. Um dos primeiros passos para avançar no quesito padrão é pesar corretamente o produto. O tamanho da caixa pode mudar por região, mas a falta da conferência exata do peso da caixa é o problema deste setor. Em Mogi Guaçu (SP) e Itapeva (SP), por exemplo, a caixa "padrão" é de 25 kg, mas seu tamanho permite peso de até 28 kg. Assim, o ideal seria que produtores pesassem o produto e o precisassem por quilo e não por caixa.

Essa variabilidade de "pesos-padrão" gera dificulda-

de, inclusive, para o Hortifruti/Cepea apurar o valor exato do tomate e fazer uma comparação entre regiões. Assim, a opção da equipe foi coletar preços da caixa "aberta" e divulgar o peso padrão por região.

Outra atitude de alguns produtores que dificulta a padronização do tomate no campo é a chamada "maquiagem" na caixa a ser comercializada. Trata-se de esconder os frutos verdes, danificados e miúdos, deixando em aparência somente os "filés". Outra forma de comercialização que também não leva em conta a padronização é o chamado "bica corrida" pelas centrais de distribuição, em que os frutos possuem tamanho e cores misturados. Apesar de no início estas atitudes parecerem vantajosas ao vendedor do produtor, no longo prazo, geram desconfiança e o comprador irá depreciar a carga.

Produtores que beneficiam seu fruto e/ou compram tomates de terceiros para vendê-lo beneficiado são conhecidos como "classificadores". Neste caso, a padronização é "boa", já que há uma uniformização das mercadorias nos padrões exigidos por seus clientes, dentre eles, os varejistas – sem necessidade de reclassificação.



## "PADRÃO MERCADO" DA CENOURA

Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Cenoura	Verão e inverno	3A, 1A e G

\* Esse padrão refere-se ao beneficiador que comercializa com atacadista ou varejistas.

Na cultura da cenoura, são dois os tipos de produtores: os que beneficiam a raiz na propriedade e os que a vendem para um classificador/beneficiador, sendo este último normalmente produtores de menor escala de produção. A cenoura é vendida para um classificador em caixas de 20 kg ou 29 kg – conhecida como "caixa suja" – e a pesagem é realizada por caixa ou por caminhão.

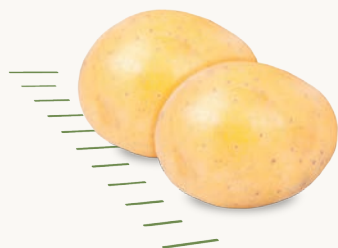
No beneficiamento, o padrão utilizado no mercado leva em consideração o tamanho, diferenciados em 3A, 1A

e G, em ordem decrescente. Também há uma separação, de forma manual e empírica, das cenouras bifurcadas ou com algum defeito mais grave. Porém, há casos em que o beneficiador mistura um pouco de cenoura 1A e G (de menor valor) no lote de cenoura 3A para conseguir reduzir o preço de seu produto e ser mais competitivo na venda ao atacado.

Com isso, praticamente todos os atacadistas recebem a cenoura já classificada de acordo com o padrão de mercado, sendo raros os casos em que há uma reclassificação.



## "PADRÃO MERCADO" (cont.)



## "PADRÃO MERCADO" DA BATATA

Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Batata para mesa	Ágata, cupido, orquestra e asterix	Especial, parte baixa, primeirinha e diversa

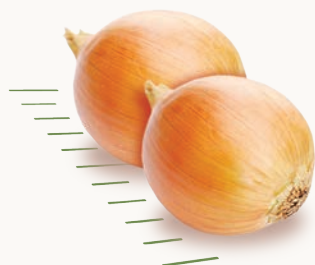
\* Esse padrão refere-se ao produto depois de beneficiado nas lavadoras de batata.

Na bataticultura existem dois perfis de produtor: o que produz e beneficia sua própria batata e o que vende seu produto para um beneficiador. Este último, muitas vezes, sem condições financeiras de adquirir maquinário e sem mão de obra suficiente para realizar a classificação, vende as sacas de batatas devidamente pesadas, mas todas misturadas, sem padronização.

Beneficiadores, por sua vez, compram as batatas de produtores e realizam o beneficiamento (lavagem, seleção, classificação e ensacamento) de acordo com os "padrões do mercado". Como o número de beneficiadores nesta ca-

deia é grande, praticamente não há reclassificação quando o produto chega no atacado. Assim, no geral, o produtor que tem a estrutura de beneficiamento consegue ser melhor remunerado pelas diferentes classes (tamanho e qualidade) do tubérculo.

O setor de batata precisa, agora, uniformizar o valor do produto. Um exemplo é a batata de menor calibre. Para este produto, enquanto bataticultores recebem menor valor, beneficiadores – e produtores que beneficiam sua própria batata – são favorecidos, visto que a batata de menor calibre é mais valorizada por alguns varejos.



## "PADRÃO MERCADO" DA CEBOLA

Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Cebola	Cor: Branca, amarela, vermelha ou roxa	Calibre: Caixas 1, 2, 3, 4 e 5

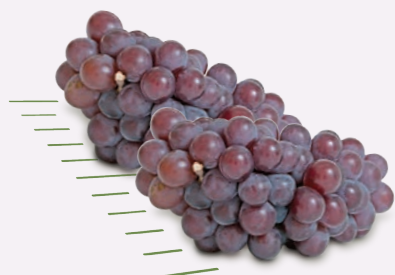
\* Esse padrão refere-se ao beneficiador que comercializa com atacadista ou varejistas.

Na cultura de cebola, verificam-se dois tipos de produtores: os que beneficiam em sua propriedade e os que vendem os bulbos para um classificador, sendo a maioria, do último caso, de pequenos produtores. Para estes que vendem ao classificador, a mercadoria é pesada nos caminhões, em "balanços", e o produtor negocia um preço médio do quilo.

Produtor de menor escala, que não tem condições de classificar seu produto, acaba não recebendo pela qualidade/calibre da cebola. A terceirização da classificação

ocorre porque este processo exige maiores investimentos com maquinário, mão de obra e outros custos adicionais. Alguns ainda preferem vender para um intermediário que irá realizar a classificação com base em padrões estabelecidos pelo comprador final.

Já os beneficiadores realizam a separação das cebolas pelos diferentes calibres, em sacas de 20 kg. Assim, todos os atacadistas compram a mercadoria já padronizada – apenas em alguns casos pode haver uma reclassificação, para atender a pedidos específicos.



## "PADRÃO MERCADO" DA UVA

Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Finas (mercado doméstico)	Itália, benitaka, red globe, thompson e crimson	Primeira e segunda
Comum (mercado doméstico)	Niagara	-

\* O padrão de mercado refere-se a produtores que comercializam a fruta para atacadistas no mercado interno, sem embalagem em cumbucas.





## “PADRÃO MERCADO” DA ALFACE

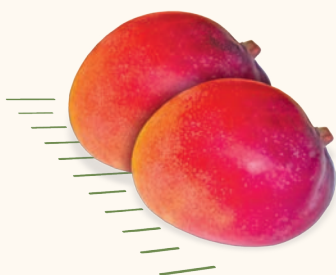
Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Alface convencional	Americana, crespa, lisa, romana, mimosa e roxa	Pequeno, médio e grande

\* Esse padrão refere-se ao produtor de alface convencional que comercializa com intermediários ou com atacadista, sem embalagem.

As centrais de abastecimento ainda não conseguem obter uma alface padronizada. Durante as vendas, os próprios atacadistas separam as mercadorias baseadas na necessidade do seu cliente. Enquanto atacadistas comercializam os tamanhos menores com supermercados, os tamanhos maiores são direcionados a feiras livres. Esse relato refere-se principalmente às alfaces produzidas no sistema convencional. Já as alfaces hidropônicas apresentam um manuseio maior na roça e menor no atacado.

Produtores que produzem a alface no sistema conven-

cional e comercializam para o atacado (ou o faz por meio de um intermediário) não seguem padrões de tamanho, coloração, peso ou defeitos. Os pés da alface são vendidos por unidade e separados de forma subjetiva por tamanho, ou seja, pela observação e experiência do colhedor. Quando ocorre algum problema na lavoura e as folhas ficam menores, muitas vezes, produtores comercializam duas unidades ao preço de uma. Outro fator crítico é o condicionamento de pés de alface com diferentes níveis de qualidade em uma mesma caixa, o que resulta em desvalorização do produto bom.



## “PADRÃO MERCADO” DA MANGA

Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Manga (mercado doméstico)	Tommy, palmer, keitt, kent e haden	Calibre (nº de frutas necessário para totalizar caixa de 6 kg) ou extra, média e miúda

\* O padrão de mercado refere-se a produtores que classificam e comercializam a fruta para a atacadistas no mercado interno.

Na maioria das regiões produtoras, o produtor faz uma classificação por calibre e cor. Considerando-se o calibre como critério principal de seleção, o produtor conta o número de frutas para encher uma caixa de 6 kg. Apenas em Livramento de Nossa Senhora (BA), a caixa é de 19 kg. Tanto a separação por calibre quanto por cor são realizadas de forma subjetiva (pelo funcionário). Produtores do Vale do São Francisco com estrutura de beneficiamento para atender a exigências do mercado exter-

no têm um rigor maior quanto à classificação da fruta.

No caso da manga, não há mercado para fruta de padrão inferior, essas são separadas na lavoura e enviadas para as processadoras de suco.

No atacado, ainda há casos em que a manga chega no contentor misturada, em caixas de 20 kg ou a granel. Isso ocorre principalmente em períodos de oferta elevada e preço baixo.

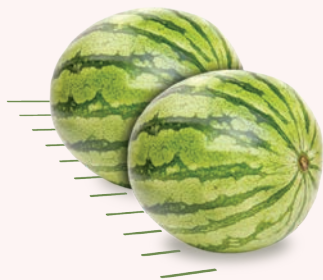
Na viticultura de mesa, a grande maioria dos produtores pesa as caixas de uva ainda nas lavouras e faz uma prévia classificação das frutas, considerando-se os padrões estabelecidos pelo mercado: variedade, tamanho das bagas e coloração. A rigidez nestas medições, contudo, varia conforme a região e a escala de produção.

Produtores mais tecnicizados do Vale do São Francisco, por exemplo, utilizam uma tabela de cores durante a colheita para já separarem os cachos por coloração. No geral, a estrutura de padronização das frutas é bastante rígida no

Vale, visto que produtores querem manter a fama de uva de qualidade.

Já produtores que vendem a uva embalada, independente da região produtora, separam a fruta em lotes homogêneos, valorizando, assim, as frutas de melhor qualidade em detrimento das que possuem alguma cicatriz ou danos mecânicos. Porém, há regiões em que produtores, sobretudo os de menor escala, acreditam que a padronização pode resultar em menor lucratividade, uma vez que o processo de classificação geraria alta taxa de descartes.

## "PADRÃO MERCADO" (cont.)



## "PADRÃO MERCADO" DA MELANCIA

Especificações do mercado *	Grupo	Classe
Melancia	Com semente	Graúda (>12 kg), média (10 a 12 kg) e miúda (<10 kg)

\* O padrão de mercado refere-se a produtores que comercializam a fruta com semente para atacadistas no mercado interno.

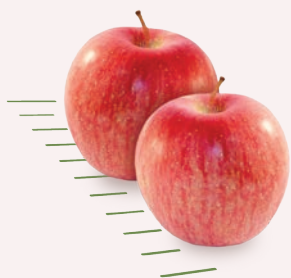
É praticamente inviável o colhedor pesar fruta por fruta durante a colheita. O caminhão é pesado no "balanço" local e o colhedor conta o número total de melancia e calcula um peso médio. Produtores tendem a mandar frutas de um mesmo padrão na mesma carga, para não desvalorizar frutas de maior qualidade, mas nem sempre isso é possível.

Em praticamente todas as regiões produtoras existe um "balanço" da prefeitura ou de alguma cooperativa.

A classificação da melancia com semente é no ataca-

do, separando-as por classes conforme tamanho, para serem comercializadas com seu peso real. Já as melancias sem semente seguem um padrão de classificação semelhante ao do melão, em que é contada a quantidade de fruta que cabe em uma caixa.

Alguns produtores de melancia indicam que gostariam que o mercado considerasse outros parâmetros para padronização e classificação das frutas, como coloração e aparência da casca.



## "PADRÃO MERCADO" DA MAÇÃ

Especificações do mercado *	Grupo	Classe
Maçã (mercado interno)	Fuji, gala e eva	Cat 1, Cat 2 e Cat 3

\* O padrão de mercado refere-se a cooperativas e empresas classificadoras que comercializam a fruta para atacadistas e varejistas no mercado interno.

Diferentes de outras cadeias, na de maçã, a presença de cooperativas e grandes empresas classificadoras é bem forte e "todos falam a mesma língua", seguindo os padrões estabelecidos pela Instrução Normativa Nº 5, emitida pelo Mapa em 2006. Tal fato facilita o processo de padronização e classificação da fruta, que é mantido em todos os níveis de mercado.

Apesar de boa parte dos produtores não ter recursos para realizar a classificação com base nos padrões acima, estes mandam os "bins" de maçãs para cooperativas ou empresas maiores que a fazem. As cooperativas e empresas classificadoras pagam o produto de acordo com a quantidade e

qualidade, levando-se em consideração a porcentagem de participação de cada categoria no lote. Com isso, o produtor pode receber um prêmio por entregar uma fruta de boa qualidade, o que o motiva a investir ainda mais na produção.

No caso das cooperativas, grandes empresas e produtores que classificam sua própria fruta e de terceiros, a padronização dos lotes é fundamental, já que facilita o processo de estocagem das maçãs – as câmaras frias precisam armazenar frutas do mesmo padrão para minimizar as perdas no processo.

As maçãs chegam às centrais de distribuição já classificadas, reduzindo os custos de inspeção e classificação.

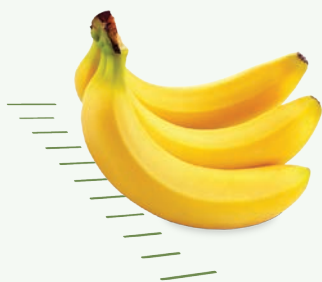


## "PADRÃO MERCADO" DA LARANJA

Especificações do mercado *	Grupo	Classe
Mercado doméstico	Pera, valência, natal, baia e lima	Calibre (graúda; média e miúda) e número de defeitos

\* O padrão de mercado refere-se a classificadores que beneficiam a fruta própria e/ou a de terceiros e que comercializam para atacadistas no mercado doméstico de mesa.





## “PADRÃO MERCADO” DA BANANA

Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Banana	Nanica, prata, maçã, ouro e outras variedades	Prata anã: 1ª e 2ª qualidade Nanica: A e B

\* O padrão de mercado refere-se a produtor que classifica e comercializa a fruta para atacadistas no mercado interno.

A classificação da banana começa no nível produtor, com a distinção do grupo por variedades, sendo que a prata anã está mais avançada quando se trata de padronização e processo de classificação. Uma iniciativa da Associação Central dos Fruticultores do Norte de Minas Gerais (Abanorte) estabeleceu normas e medidas como modelo para que produtores da região realizassem medições de tamanho e diâmetro e classificassem a banana em primeira e segunda qualidades.

Além da classificação física, os produtores mineiros já têm convencionado a tabela de deságio frente à banana de primeira – a fruta de segunda qualidade deve ter 60% do valor da de primeira. Esta é uma questão muito discutida pelos produtores, já que, em momentos de preços altos, compradores não estão dispostos a pagar esse valor pela banana de segunda e tentam negociar a 50% do preço, por exemplo.

Em **Bom Jesus da Lapa (BA)**, a maior parte dos bananicultores acompanha a mesma classificação do Norte de MG. Já no caso **do Norte de Santa Catarina**, produtores apostam na experiência visual de seus funcionários para separar as frutas por tamanho, calibre e coloração, sem realizar qualquer tipo de medição instrumental, inclusive a conferência do pe-

so da caixa de 22 kg. Apenas produtores que exportam a fruta realizam medições e pesagens com maior rigor.

No Vale do Ribeira (SP), uma parcela pequena, sobretudo de grande escala, utiliza o padrão de banana por classes A e B e analisa possíveis danos gerados por pragas e doenças.

Para os produtores de menor escala, uma classificação mais rígida poderia trazer discussão dos preços da banana de segunda qualidade, como ocorre no Norte de MG. Isso porque, quando a oferta de banana está alta, compradores ficam mais exigentes com a questão de qualidade e, quando falta a mercadoria, qualquer banana acaba sendo aceitável para comercialização e a fruta ruim é precificada da mesma forma que a boa.

A banana chega para os atacadistas sem classificação na maior parte das vezes. A exceção são as caixas do Norte de MG ou da Bahia. Em períodos que há problemas com a qualidade da fruta e muita variação entre elas, o atacadista acaba separando as bananas pelo calibre, apenas no “olhômetro”. Para a banana, há mercado para os mais diversos tipos de fruta, o problema é que não há precificação padronizada para cada um deles.

### O DILEMA: VENDA DA BANANA POR DÚZIA OU KG?

Em 2008, foi promulgada a Lei 13.734 que tornou obrigatória para os paulistas a comercialização da banana *in natura* por quilo ou grama e, dessa forma, a pesagem dos cachos para comercialização. Na época, o autor da Lei afirmou que essa medida foi tomada para atender à demanda dos produtores do Vale do Ribeira (SP). Porém, a Lei desagradou os feirantes, que tradicionalmente vendem a banana por dúzias.

Um quilo de banana tem entre cinco e sete bananas, va-

riando bastante de acordo com a época de colheita e do calibre da fruta. Assim, uma dúzia pesaria quase 2 quilos. Se estas forem vendidas por um preço parecido, o produtor sairia perdendo praticamente 50% do valor.

Em janeiro de 2016, o governador Geraldo Alckmin aprovou o sancionamento desta norma, fazendo, assim, com que o comerciante ficasse livres para escolher a forma de comercialização: por peso ou dúzia.

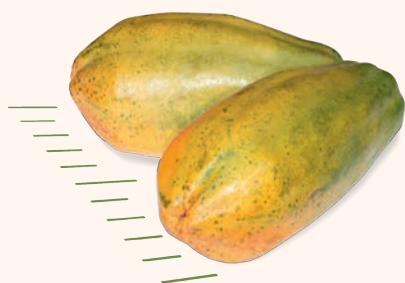
Há duas as formas de o produtor comercializar a laranja ao mercado de mesa. A primeira é a venda da fruta na árvore, que autoriza o comprador a fazer a colheita de sua fruta, recebendo um preço médio por quilo negociado com base na qualidade. O caminhão com as laranjas é pesado, mas a inferência sobre a qualidade varia de acordo com a exigência do comprador.

Na segunda forma, o produtor colhe sua fruta e o beneficiador/comprador vai até a propriedade retirar a mercado-

ria ou é entregue na *packing house*. Neste caso, o produtor recebe um valor pelo quilo da laranja, podendo ter um ágio ou deságio, dependendo do calibre e do percentual de danos nos frutos.

A classificação pode variar conforme exigência do mercado consumidor. O Sul tem preferência por frutas graúdas e mais amarelas. No Norte, a preferência é por laranjas mais verdes, médias/miúdas. São poucos os casos em que o teor de sólidos solúveis é considerado como um padrão para classificação.

## "PADRÃO MERCADO" DO MAMÃO



Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Mercado	Havaí e formosa	<b>Havaí:</b> caixa com 12, 15 e 18 mamões (graúdo) e caixa com 21, 24 e 28 mamões (miúdo) <b>Formosa:</b> graúdo 1,8 kg, miúdo 1,3kg e médio 1,5 kg

\* O padrão de mercado refere-se a produtores que comercializam a fruta para atacadistas no mercado interno.

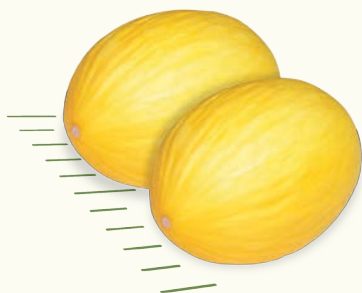
Na cadeia do mamão, em muitos casos, a classificação dos frutos se inicia pelo produtor, que utiliza o padrão de classificação do mercado. O produtor leva em conta o grupo e o número de frutos que cabem em uma caixa de 8 kg no caso do grupo havaí e de 13 kg no caso do grupo de formosa. Apesar de não haver um padrão, alguns produtores também separam a fruta pela coloração, visando atender a demandas específicas.

Por outro lado, há produtor que vende a fruta a granel, sem nenhum tipo de seleção por classes. Muitas vezes são produtores de pequena escala e/ou que acreditam que seguir uma padronização poderia reduzir sua lucratividade

devido aos descartes. Produtores de maior escala, contudo, afirmam que existe mercado para frutas de qualidade inferior e reforçam que a falta de padrão pode prejudicar o investimento na cultura, já que os que investem em qualidade não conseguem ser adequadamente remunerados.

Os atacadistas, em sua maioria, recebem os mamões já classificados. Porém, os que ainda demandam fruto a granel fazem a classificação e o embalagem, o que, de certa forma, atrapalha o mercado de quem quer agregar valor a fruta por meio da qualidade. O mamão a granel tem menor valor e gera muita perda, limitando a lucratividade da cadeia como um todo.

## "PADRÃO MERCADO" DO MELÃO



Especificações do mercado*	Grupo	Classe
Melão	Amarelo, pele de sapo, cantaloupe, gália e orange	Calibre tipo 5 a 12 (nº de frutas necessário para totalizar uma caixa de 13 kg)

\* O padrão de mercado refere-se a cooperativas e empresas classificadoras que comercializam a fruta para atacadistas e varejistas no mercado interno.

Na cadeia do melão, a maior parte dos produtores classifica a fruta usando os padrões de calibre. Os frutos são colocados em caixas de papelão de 13 kg, sendo que cada classe está relacionada à quantidade de fruto que cabe dentro da caixa. O melão graúdo, tipo 6 e 7, é o mais comercializado e significa que na caixa cabem de 6 a 7 frutos.

Contudo, há produtores de menor escala, sobretudo no Vale do São Francisco, que não pesam a caixa para conferência dos 13 kg. Esta checagem é feita empiricamente, contando com a experiência do funcionário. Durante a entressafra, os poucos produtores que ofertam a fruta vendem no mercado local, a granel ou por quilo, não havendo classificação por calibre, o que prejudica os que conseguem colher fruta de maior qualidade.

Já no Rio Grande do Norte/Ceará, a maioria dos produtores é de escala maior, o que viabiliza a manutenção de uma estrutura para beneficiamento da sua fruta. Muitos desta região exportam a fruta, o que exige um maior rigor quanto à pesagem e à padronização dos frutos.

Nas centrais de distribuição, praticamente todos os melões chegam classificados, sem necessidade de reclassificação. Atualmente, os compradores associam a doçura da fruta com a marca especificada no rótulo (melão "de redinha"). Isso porque a marca garante um padrão de qualidade que o mercado ainda não conseguiu uniformizar como regra geral. Assim, o desafio do setor é incluir o *brilho* em uma das etapas de classificação da fruta, para diferenciar lotes de melão doce e acrescentar um prêmio na remuneração desta fruta.



# “PADRÃO DE MERCADO” PRECISA ALCANÇAR A “EXCELÊNCIA”



Fonte: Hortifruti/Cepea.

## INFERIOR

Não há uma aferição do peso do produto no campo

## RAZOÁVEL

O produto já chega no atacado classificado

## BOM

O produto segue boa parte das normais oficiais de padronização

## EXCELENTE

O setor avançou além das normais oficiais, como nível mínimo de maturação (%brix) para comercialização

**Nota:** O medidor acima de padronização foi desenvolvido pelo Hortifruti/Cepea com base na pesquisa realizada com produtores, classificadores e atacadistas.

O medidor acima resume a pesquisa realizada pelo Hortifruti/Cepea junto a produtores, beneficiadores e atacadistas, sobre a padronização das frutas e hortaliças acompanhadas pela equipe e comercializadas nas principais centrais do País. Após uma avaliação, nota-se que a padronização no Brasil pode ser considerada como “razoável”, isto é, o atacado já recebe um produto minimamente classificado em grupo (por variedade/cultivar) e tamanho. No entanto, o setor ainda está “longe” de uma linguagem única quanto aos padrões dos hortifrútiis que permita uma precificação com base na qualidade e mensurada por critérios objetivos e transparentes a todos – a tal “excelência”.

A “excelência” deve ser uma meta do setor, mas exige maiores incentivos de compradores quanto à qualidade e uma infraestrutura de beneficiamento mais ampla e acessível a todos. Por enquanto, a “excelência” descrita no medidor está restrita ao ambiente privado para algumas empresas de frutas e hortaliças de elevada escala de produção, muitas com marcas próprias, direcionadas ao varejo ou ao mercado externo. No entanto, até para esse grupo de “excelência”, a falta de uma padronização ampla e de linguagem única na cadeia – no mercado doméstico em especial – prejudica a valorização correta do produto.

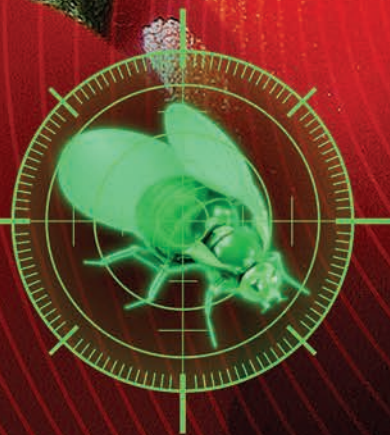
O primeiro passo é, sem dúvida, reduzir as “assimetrias” e distorções no processo de precificação por falta de uma padronização mínima do produto. É preciso superar principalmente a falta de pesagem do produto e a falta de padrão por tamanho e cor. Estes dois quesitos são básicos para permitir a precificação do produto por quilo, com ágios e deságios, dependendo do padrão do produto. Isso já reduzirá distorções, aumentará a confiança e ampliará alternativas de escoamento da produção. Afinal, ninguém quer comprar “gato por lebre”.■

# CHEGOU VOLIAM TARGO: PRECISO NO CONTROLE DAS PRINCIPAIS PRAGAS DO TOMATE.

- Alta potência de controle.
- Proteção das folhas e frutos.
- Manejo de resistência.
- Conveniência.



MOSCA-MINADORA



mcgarry/bowen

Produto em fase de cadastro no Paraná.  
Informe-se sobre e realize o manejo integrado de pragas.  
Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos.

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

CONSULTE SEMPRE UM  
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.  
VENDA SOB RECEITUÁRIO  
AGRONÔMICO.



**c.a.s.a.**  
0800 704 4304

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





**TRAÇA**



**BROCA-PEQUENA**



**Voliam Targo®**

**syngenta.**



## Avançam colheita da safra de inverno e plantio das águas

### Mesmo com recuo, preço é recorde na safra de inverno

Apesar de cair em agosto, o preço médio da batata na parcial desta safra de inverno é recorde. Entre julho, início da temporada, e agosto, a média da batata padrão ágata beneficiada foi de R\$ 102,02/sc de 50 kg, o maior valor nominal para o período desde o começo das pesquisas do Hortifruti/Cepea, em 2000. Até então, a máxima ficava com julho/agosto de 2013, de R\$ 76,00/sc. A média atual supera em expressivos 94% o custo de produção calculado para o intervalo de julho a agosto de 2016, de R\$ 52,39/sc. Os altos patamares de preços se devem à baixa oferta de batata-semente no mercado e a problemas na produção dessas sementes. O excesso de chuvas da temporada das águas 2015/16 e das secas 2016 limitou a área cultivada, além de prejudicar a produção inicial da safra de inverno. Para setembro, a expectativa é que os preços da batata sigam nos mesmos patamares de agosto, com recuos menos significativos, já que não é esperado um aumento tão acentuado na oferta.

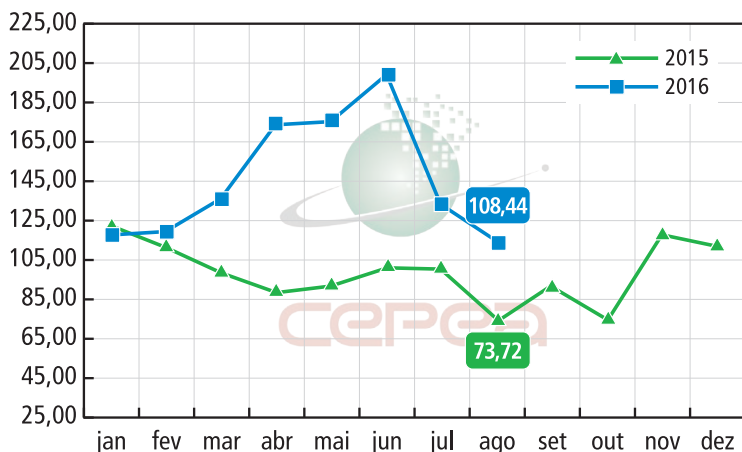
### Vargem Grande do Sul e Cristalina abastecem mercado em setembro

A colheita da safra de inverno de batata segue em bom ritmo, devendo atingir, até o final de setembro, 73% da área total estimada para ser colhida. Em pico de safra, a região de Vargem Grande do Sul (SP) deve abastecer mais da me-

tade do mercado em setembro. Com calendário de oferta bastante extenso, a praça de Cristalina (GO) deve ofertar 27% da produção total ao longo de setembro, mês com maior porcentagem de colheita. Assim, as duas localidades devem ser responsáveis por 80% do volume de batata previsto para ser ofertado no mercado nacional em setembro. Segundo produtores e atacadistas, os tubérculos apresentam boas condições em termos de tamanho e pele, sem problemas fitossanitários.

### Avança plantio da safra das águas 2016/17

Iniciado em julho, o plantio da safra das águas segue avançando em setembro. Já em Água Doce (SC) e Bom Jesus (RS), as atividades devem começar em meados de setembro. Nas praças paranaenses, apesar do atraso de 10 dias no cultivo por conta de chuvas, os trabalhos foram intensificados a partir da segunda quinzena de agosto. Até o final do mês, 65% da área total havia sido plantada em Curitiba, 70%, em Ponta Grossa, 75%, em São Mateus do Sul e 70%, em Irati. Em Guarapuava (PR), o plantio começou em agosto, mas as precipitações e geadas na segunda quinzena limitaram a área cultivada para apenas 10% do total previsto no balanço do mês. A expectativa é que, em setembro, o plantio atinja 60% da área estimada. O risco de novas geadas no Sul do Brasil entre o final de agosto e começo de setembro fez com que alguns produtores esperassem um pouco mais para plantar. A previsão é que a colheita da safra das águas na região Sul se inicie em novembro, se estendendo até julho de 2017. Já no Sul de Minas, a seca adiou o início do preparo do solo para o final de julho, com os trabalhos sendo intensificados na segunda quinzena de agosto. Nessa região, setembro deve fechar com 50% da área total cultivada. O ritmo de plantio deve ser intenso até 15 de outubro, atingindo 80% da área total. A colheita da safra das águas na praça mineira deve começar em novembro, se estendendo até maio de 2017.



### Preço recua novamente em agosto

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

Fonte: Cepea





# VI Seminário Brasileiro da Batata

**26 e 27 de Outubro de 2016**  
**Hotel Premium - Campinas/SP - Brasil**



**Objetivo**  
**Discussão e Propostas - Produção de Batata no Brasil**

**Mesas Redondas**

**Variedades**  
**Legislações**  
**Mecanização**  
**Fitossanidade**  
**Comercialização**  
**Custo de Produção**  
**Regiões Produtoras**  
**Empresas Parceiras**  
**Indústrias de Processamento**

•Pra quem vem pela Rod. D. Pedro I



•Pra quem vem pela Anhanguera sentido Interior



•Pra quem vem pela Anhanguera sentido São Paulo



**Inscrições**

Geral: R\$ 500,00

Estudantes: R\$ 250,00

Associados/Empresas Parceiras/Colaboradores: R\$ 250,00

(somente no local)

**ORGANIZAÇÃO**



Associação Brasileira da Batata



foto: Ricardo Galvagni - Cristalina (GO)

## Maior produtividade pressiona cotações pelo quinto mês

A oferta de cenoura deve seguir elevada em setembro, refletindo o avanço da colheita da safra de inverno na região de São Gotardo (MG). Com isso, as cotações devem ter novas quedas, mantendo o movimento iniciado em abril. Desde junho, os preços estão abaixo dos custos de produção. As desvalorizações nos últimos meses foram resultado da produtividade crescente das lavouras de verão, reforçada em agosto pelo início da colheita de inverno. A produtividade média no primeiro mês da safra de inverno foi de 2374 cx/ha, 13% maior que a de agosto/15. A oferta só não é ainda maior porque houve excesso de chuva no Rio Grande do Sul durante o plantio. Em agosto, o preço da caixa “suja” de 29 kg foi de a R\$ 10,00, queda de 19% em relação a julho e de 47% sobre agosto de 2015. Diante do menor preço, produtores começaram a reduzir a área que será colhida nos próximos meses, o que poderá regular a oferta e elevar os preços.

## Queda de cultivo na Bahia limita oferta e preços esboçam reação

Desmotivados pelos baixos preços, produtores da Bahia reduziu o ritmo de plantio nos últimos meses. Como resultado, a oferta começou a diminuir na região no final de agosto, sendo esperada uma disponibilidade limitada nos próximos meses. Diante do menor volume, os preços da cenoura reagiram reação na última semana de agosto. Entre-

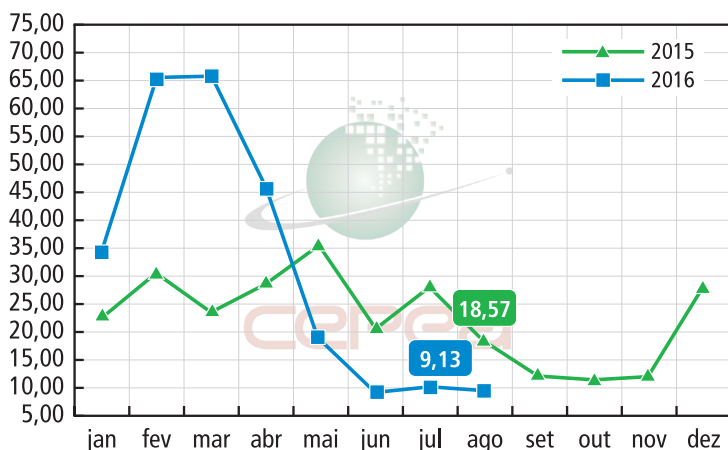
tanto, como a oferta nacional ainda é considerada elevada, os valores na BA continuam abaixo dos custos de produção. Com a oferta excedente nos últimos meses, uma parcela significativa da produção baiana foi descartada.

## Menor oferta eleva preço no RS

Na contramão da maioria das praças acompanhadas pelo Cepea, a região de Caxias do Sul (RS) registrou leve alta nos preços da cenoura em agosto, em decorrência da baixa oferta local neste início da safra de inverno. As chuvas intensas ocorridas no começo do ano, período de plantio das raízes, atrasaram as atividades de campo. Além disso, a geada que atingiu a região no final de julho adiou o ciclo de parte das raízes que seriam colhidas em agosto. Na média do mês, a caixa de 29 kg foi cotada a R\$ 16,70, alta de 3% em relação a julho. Com os maiores valores em Caxias do Sul, compradores passaram a buscar cenoura em outras regiões produtoras, como as de Minas Gerais, onde os preços estiveram mais atrativos mesmo com um maior custo com frete.

## Crescem envios de raiz ao Mercosul no 1º semestre

O Brasil exportou pouco mais de 4 mil toneladas de cenoura à Argentina no acumulado do primeiro semestre, segundo dados da Secex. No mesmo período de 2015, não houve envios do produto aos argentinos. Para o Uruguai, as 820 toneladas embarcadas de janeiro a junho corresponderam a praticamente o mesmo volume dos seis primeiros meses do ano passado. Os embarques foram uma alternativa de escoamento da oferta excedente do produto no mercado doméstico. Os baixos preços da cenoura brasileira atraíram compradores do Mercosul. Além disso, as intensas chuvas e o frio nas regiões produtoras da Argentina e do Uruguai, que prejudicaram a disponibilidade nessas praças, reforçaram o aumento da demanda pelo produto brasileiro. Em julho e agosto, porém, as exportações brasileiras de cenoura a esses países voltaram a cair, em função da melhora na produtividade argentina e uruguaia.



### Preço recua em MG

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

Fonte: Cepea







**Mesmo com menor produtividade, preço segue em queda em setembro**

## Chuva pode reduzir qualidade em SP

As chuvas previstas para setembro podem prejudicar a qualidade das folhosas nas roças de Ibiúna (SP) e Mogi das Cruzes (SP), causando queda de produtividade. Além disso, os recuos de preços desde julho levaram produtores a reduzir investimentos – grande parte optou por não aplicar defensivos preventivos. Consequentemente, as folhosas podem ficar mais vulneráveis às mudanças climáticas no final de inverno e início da primavera. Viveiristas relataram queda de 10% nas vendas de mudas da segunda quinzena de julho até o fechamento desta edição. Apesar da expectativa de menor oferta de folhosas ao longo de setembro, o volume deve seguir elevado, o que combinado à fraca demanda deve manter os preços em queda.

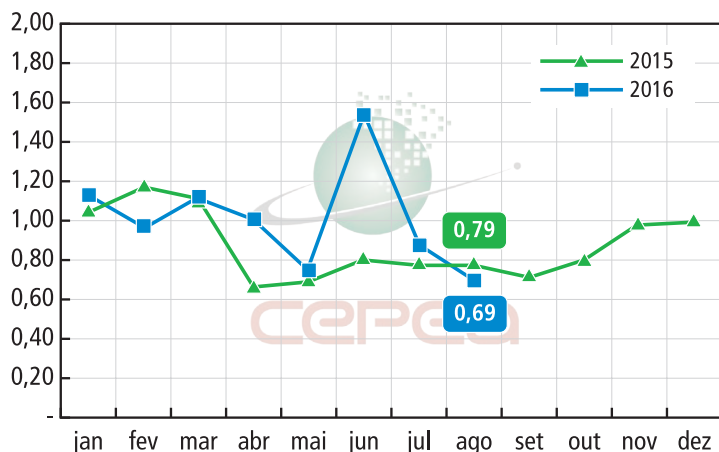
## Rentabilidade em SP e RJ continua limitada em setembro

Produtores de São Paulo e do Rio de Janeiro estão preocupados com os baixos preços das folhosas na safra de inverno. Se o cenário persistir, a temporada pode finalizar com valores abaixo dos custos de produção. O movimento de queda, observado desde julho, foi intensificado em agosto, quando produtores de Ibiúna (SP) e Mogi das Cruzes (SP) comercializaram a folhosa a “preço de custo”. A alface crespa em Ibiúna se desvalorizou 42% de julho para agosto, cotada a R\$ 7,21/cx de 20 unidades, valor 7% abaixo do custo médio. Em

agosto de 2015, a crespa era vendida a R\$ 11,66/cx, valor ainda considerado rentável por produtores. Neste ano, a saída para alguns foi “passar o trator” na terra, visto que não compensava financeiramente manter as alfaces no campo. Alguns produtores arriscaram manter a alface na terra esperando um aumento na procura, porém, com o prolongamento do ciclo os pés, a folhosa ficou com tamanho maior do que o padrão. Assim, foi necessário reduzir o número de pés de alface por caixa. Por exemplo, a caixa com crespa, que normalmente é comercializada com 20 pés, chegou a ser vendida com até 18 pés. O cenário de baixa demanda foi semelhante no Rio de Janeiro. Mesmo com as Olimpíadas, produtores de Teresópolis (RJ), que fornecem para a capital carioca, tiveram dificuldades de vendê-la diante da fraca procura. Como resultado, a alface se desvalorizou 17% de julho para agosto, com o preço médio passando para R\$ 5,61/cx com 18 unidades.

## Queda na procura gera descartes no atacado paulista

Mesmo com os preços em queda, a demanda por folhosas no atacado paulista seguiu enfraquecida no correr de agosto, refletindo a queda no consumo diante das temperaturas mais baixas e do período de férias escolares. A fraca procura somada à oferta elevada resultaram em sobras diárias de até 15% nos boxes da Ceagesp. Esse cenário foi agravado na segunda quinzena do mês, quando atacadistas precisaram descartar um volume maior de mercadorias diante da dificuldade de venda. O preço médio da alface crespa em agosto foi de R\$ 12,21/cx com 24 unidades, 27% menor que o de julho. A americana foi comercializada a R\$ 12,43/cx com 18 unidades, recuo de 31%. Para setembro, mesmo com a provável redução na produtividade de folhosas, ainda poderá haver descartes de alface no início do mês. No intuito de evitar maiores desperdícios, atacadistas diminuíram os pedidos de folhosas para comercializar na Ceagesp, que vêm impactando diretamente no escoamento da produção nas regiões produtoras do estado de São Paulo.



## Preço da americana recua novamente no atacado

Preços médios de venda da alface americana no atacado de São Paulo - R\$/ unidade



Fonte: Cepega



Alface americana  
**ASTRA**

- Alta sanidade foliar
- Cabeça compacta e pesada
- Indicada para processamento e mercado fresco

**TOPSEED Premium**  
www.agristar.com.br



foto: José A. A. de Souza - Caratinga (MG)

## Transplântio da safra de inverno chega ao fim

### Área da 2ª parte da safra de inverno deve se manter estável

O transplântio da segunda parte da safra de inverno de tomate está na reta final na maioria das regiões produtoras, com a área devendo se manter estável em relação à mesma temporada passada, mesmo com o clima adverso durante a primeira parte desta safra. No Sul de Minas (MG) e em Paty do Alferes (RJ), a colheita deve começar em setembro e, em Sumaré (SP) e no norte do Paraná, em outubro. O pico de safra está previsto para novembro, quando 46% da área deve estar colhida, com encerramento da temporada em dezembro. O clima será fator decisivo para a produção e qualidade dos tomates. Com previsão de ocorrência do *La Niña* durante o verão, a expectativa é de poucas chuvas nessas regiões, o que deixa produtores em alerta.

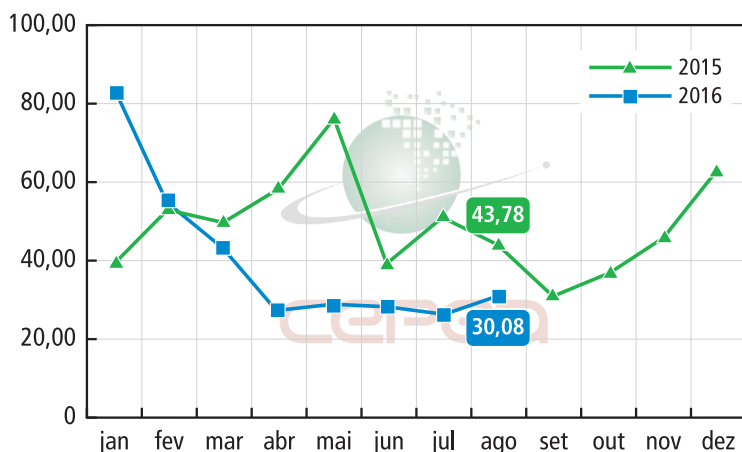
### 1ª parte da safra de inverno se encerra com baixa produtividade

Finalizada em agosto, a primeira parte da safra de inverno de tomate teve queda de produtividade, por conta de adversidades climáticas. As fortes chuvas e geadas prejudicaram as lavouras do norte do Paraná, além de adiantar o encerramento da colheita em Sumaré (SP) para junho, um mês antes do calendário normal. Já em Paty do Alferes (RJ) e no Sul de Minas (MG), o clima seco aumentou a incidência de broca do tomateiro e viroses, que comprometeram a produtividade. Apesar do menor rendimento das lavouras, os preços ficaram acima

dos custos de produção na maioria das regiões acompanhadas pelo Cepea. Na média de março a agosto, o tomate salada 2A foi cotado a R\$ 33,62/cx de 22 kg a 27 kg, acima do mínimo estimado por produtores para cobrir os gastos com a cultura, de R\$ 27,85/cx. Já se comparado ao mesmo período de 2015, a média obtida em 2016 caiu 32%.

### Preços devem se manter firmes em setembro

Apesar do início da colheita da segunda parte da safra de inverno de tomate no Sul de Minas (MG) e em Paty do Alferes (RJ), a oferta nacional do produto não deve aumentar significativamente em setembro, mantendo os preços firmes. Além disso, a forte redução esperada no volume das regiões de Araguari (MG), Mogi Guaçu (SP), Itaocara (RJ), Venda Nova do Imigrante (ES) e Pará de Minas (MG) deve contribuir para sustentar as cotações. Isso porque o volume ofertado pelas regiões de Araguari (MG), Mogi Guaçu (SP), Itaocara e Paty do Alferes (RJ), Venda Nova do Imigrante (ES), Sul de Minas e Pará de Minas (MG) deve diminuir consideravelmente em setembro, com a colheita se encaminhando para o final. Em Mogi Guaçu, deve predominar a oferta de tomates ponteiros, fazendo com que os de qualidade superior apresentem preços maiores. Em agosto, o tomate salada 3A teve média de R\$ 47,81/cx 20 kg na Ceagesp, forte aumento de 34% frente a julho. A valorização trouxe alívio a produtores, que vinham registrando rentabilidade abaixo do esperado há alguns meses. Para setembro, é esperado aumento na demanda, favorecida pelo aumento previsto nas temperaturas – a população tende a consumir mais saladas em épocas mais quentes. Ao mesmo tempo, a possibilidade de aumento nas temperaturas pode acelerar a maturação do tomate. Entretanto, com a oferta em menor proporção no mês de setembro, por conta de encerramento da colheita no Norte do Paraná, São José de Ubá (RJ) e a redução esperada pelas regiões que chegam ao final da colheita, a oferta de frutos não deve superar a demanda pelos mesmos.



### Preço aumenta em agosto

Preços médios de venda do tomate salada 2A longa vida no atacado de São Paulo - R\$/cx de 22 kg

Fonte: Cepea





# Thaíse

Tomate Salada Determinado F3

F1

Destaques:

Multivírus + F3, qualidade dos frutos

Resistências/Tolerâncias: Vd, F3, ToMV, TYLCV, TSWV, Ma, Mi, Mj

WINNERS  
OS PRODUTOS VENCEDORES

 **FELTRIN**<sup>®</sup>  
SEMENTES

(54) 2109.4444  
[www.sementesfeltrin.com.br](http://www.sementesfeltrin.com.br)



foto: Gideão Soares - Ituporanga (SC)

## Oferta nacional recua em setembro

### Ritmo de colheita reduz neste mês em algumas regiões

Em setembro, a expectativa é que a oferta de cebola seja menor, devido ao acentuado aumento de área na primeira safra na região de Irecê (BA), onde a maior parte dos bulbos já foi comercializada. Além disso, neste ano, grande parte dos produtores do Sudeste e Centro-Oeste colheu de maio a agosto e, a partir deste mês, deve reduzir as atividades no campo. Assim, a expectativa é que a área de cebola colhida em setembro recue em torno de 25% frente a agosto. Apesar disso, os preços recebidos pelo produtor podem não ter uma alta proporcional à redução de área. O motivo é que, apesar de uma possível queda, a oferta não deve recuar significativamente, pois com os baixos preços nos últimos meses, uma parcela da cebola ainda está armazenada nas beneficiadoras, atacados e até mesmo no varejo. Apesar da cebola ser um alimento perecível, tem um *shelf life* bem maior que o de outras hortaliças, chegando a durar meses depois de colhida, dependendo da forma como for armazenada.

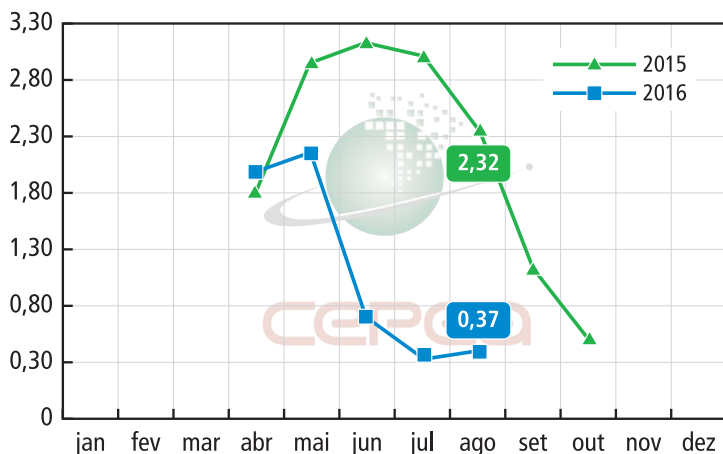
### Mossoró pode alcançar 18% da área cultivada

A colheita de cebola na região de Mossoró (RN) teve início em agosto e, em setembro pode alcançar 18% da área cultivada. A previsão de pico da oferta na região é de outubro a dezembro, quando 70% da área total da temporada de Mossoró será colhida. A qualidade e a produtividade da cebola

colhida foram bastante satisfatórias, uma vez que não houve grandes problemas fitossanitários durante a safra. A falta de chuva na região limitou a área de cultivo, que está 16,7% menor frente ao mesmo período do ano passado. Apesar disso, ainda há água suficiente para irrigação que atenda a demanda hídrica das plantas. Quanto às primeiras áreas colhidas em agosto, tiveram produtividade média de 50 t/ha, dentro do potencial médio produtivo da região. As áreas em desenvolvimento também seguem com bom desempenho e a expectativa é que a produtividade e a qualidade sigam satisfatórias. Além de Mossoró, Irecê (BA) e Vale do São Francisco também colhem cebola nesse segundo semestre. A produtividade média no Vale do São Francisco foi de 23,5 t/ha e, em Irecê de 77,3 t/ha, dentro do potencial médio. A região baiana inicia em setembro a colheita das áreas referentes ao segundo plantio do ano, que teve recuo de 25% frente ao ano passado, retornando ao patamar de 2014. Já no Vale do São Francisco a colheita do segundo semestre começou em meados de agosto e em setembro, com queda de 10% frente ao mesmo período de 2015.

### Colheita e produtividade satisfatórias derrubam preço da cebola

Em 2016, o Cerrado, Sudeste e o Centro-Oeste, principais regiões que abastecem o Brasil no segundo semestre, tiveram aumento estimado em 3,9% na área de cultivo. O crescimento não é tão expressivo a ponto de gerar excedente de oferta, mas, somado à concentração da colheita entre a segunda quinzena de maio até agosto e à maior produtividade neste ano frente a 2015, contribuiu para elevar a oferta de cebola, derrubando os preços no mercado. Entre maio e agosto, a área ofertada foi 29% maior que no mesmo período de 2015. Já a produtividade média nesse período foi 40% a 50% maior. Ainda na soma de maio a agosto, os preços médios da cebola ficaram em R\$ 0,78/kg ao produtor em 2016, valor 75% inferior ao de maio-agosto/15, quando foi de R\$ 3,02/kg – vale lembrar que, mesmo com as importações de cebola da Europa, os preços foram favoráveis.



### Mesmo com menor oferta, preço recua em Irecê

Preços médios recebidos por produtores de Irecê pela cebola híbrida na roça - R\$/kg

Fonte: Cepeca

**Cebola híbrida**  
**AQUARIUS F1**

- Elevada produtividade
- Alta qualidade de bulbo
- Boa tolerância a raiz rosada e as principais doenças foliares

**TOPSEED Premium**  
www.agristar.com.br



Seminis + Produtor =  
Parceria com resultado a cada safra.



Cebola Híbrida  
**Akamaru**



Cebola Híbrida  
**Campo Lindo**



CEBOLAS

A Seminis investe em tecnologia para fortalecer as parcerias com produtores, desenvolvendo sementes melhores e mais produtivas, prontas para se adaptarem a cada realidade de plantio. As cebolas híbridas Akamaru e Campo Lindo são exemplos de qualidade, agregando produtividade e resistência a doenças, com bulbos uniformes e de excelente classificação. Conte com a Seminis, sua parceira no campo.







## Exportação deve movimentar setor nos próximos meses

### Valorização do Real pode limitar ganhos com exportação

Produtores de melão do Rio Grande do Norte/Ceará devem intensificar as exportações da safra 2016/17 a partir de setembro. Os envios começaram no período programado (penúltimo final de semana de agosto) e devem chegar à Europa sem atrasos. Em volume, os embarques de melão devem crescer em relação à temporada anterior, ainda que a escassez hídrica possa restringir o volume produzido principalmente no Ceará. A receita obtida com os embarques, por sua vez, deve ser limitada pela recente valorização do Real frente às principais moedas utilizadas nas negociações dos melonicultores – dólar, euro e libra esterlina. No primeiro mês de exportação da safra 2016/17 (agosto), houve redução de 15,75% no volume enviado ao exterior, em relação ao mesmo período da temporada passada, somando 8,4 mil toneladas – dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex). Quanto à receita adquirida, o montante totalizou US\$ 6,18 milhões em agosto, baixa de 19,48% na mesma comparação. Um dos principais destinos da fruta brasileira é a União Europeia, que se encontra em entressafra.

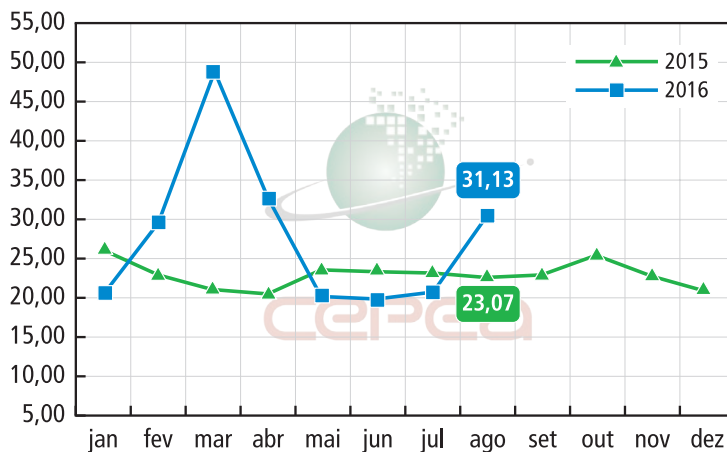
### RN/CE busca novos clientes no mercado interno

Produtores de melão do Nordeste vêm buscando novos compradores no mercado doméstico, visando reduzir a dependência com o

atacado paulista (Ceagesp). Segundo colaboradores consultados pela equipe Hortifruti/Cepea, Paraná, Rio Grande do Sul e Distrito Federal são destinos que têm recebido maiores volumes da fruta produzida a Chapada do Apodi/Baixo Jaguaribe (RN/CE). A região potiguar e cearense é o principal polo produtor que abastece São Paulo de agosto a março. Para atender aos novos mercados, produtores direcionaram menos fruta para o atacado paulista em agosto. Como resultado da menor oferta e da demanda firme, os preços subiram na Ceagesp. Em agosto, o melão amarelo dos tipos 6 e 7 comercializado nessa central atacadista se valorizou 45,90% frente a julho, com média de R\$ 31,13/cx de 13 kg. Assim, o mês fechou com baixo volume em estoque. Para setembro, é esperada uma maior disponibilidade da fruta em todo o País, decorrente do avanço da produção em RN/CE, ainda que a região busque alternativas ao atacado paulista.

### Vendas regionais seguem firmes no Vale

As vendas de melão no Vale do São Francisco (BA/PE) seguiram firmes em agosto, sustentando os preços ao produtor. Na média do mês, o melão amarelo a granel foi cotado a R\$ 1,38/kg (à vista), alta de 49,60% em relação a julho. Segundo colaboradores da equipe Hortifruti/Cepea, o valor é considerado satisfatório para esta época do ano – o levantamento desse produto pelo Cepea iniciou em fev/16. A qualidade satisfatória da fruta, tanto em coloração quanto *°brix* (quantidade de açúcar), contribuiu para sustentar os bons patamares de preços atuais. Muitos melonicultores do Vale já reduziram o ritmo de colheita. Até novembro, poucos produtores devem seguir com a atividade na região, restringindo o abastecimento ao mercado local. Assim, os envios à Ceagesp serão ainda mais restritos e pontuais. Além disso, os bons preços do melão a granel garantem a venda sem necessidade de gastos com o embalamento da fruta exigidos para as vendas na capital paulista.



### Queda na oferta valoriza fruta em agosto

Preços médios de venda do melão amarelo tipo 6-7 na Ceagesp - R\$/cx de 13 kg

Fonte: Cepea





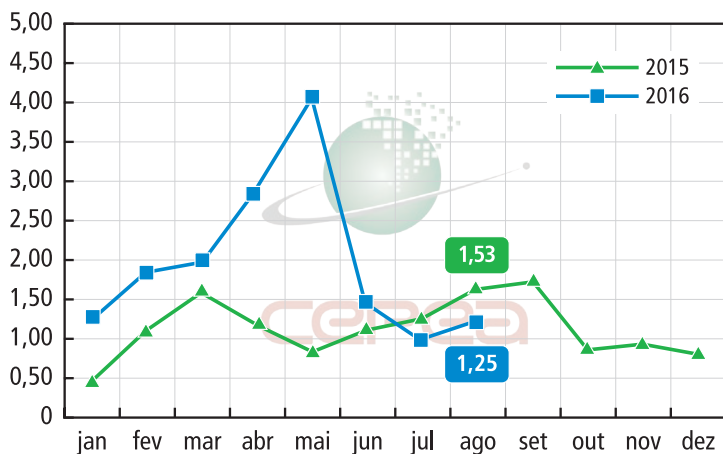


foto: Alex Fonseca - Juazeiro (BA)

## Produtores do Nordeste focam produção ao exterior

### Exportações ganham ritmo em setembro

O segundo semestre do ano é, historicamente, período de intensificação das exportações brasileiras de manga. Em 2016, o volume embarcado deve aumentar, sobretudo do Vale do São Francisco. O mês de agosto foi marcado pelo início da comercialização da tomy com os Estados Unidos, cuja remuneração média foi de R\$ 1,42/kg. De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), em agosto/16 foram enviadas 8 mil toneladas da fruta aos EUA, volume 39% maior que o do mesmo mês de 2015. O valor recebido pelas exportações realizadas no mês passado somou US\$ 9,3 milhões, elevação de 48% na mesma comparação. Quanto aos embarques do México aos EUA, se encerram no início de setembro, o que favorece exportadores brasileiros – que devem suprir o mercado norte-americano até o final deste mês. Ainda em setembro, os envios brasileiros à Europa devem ganhar força. A estimativa de mangicultores da região de Petrolina (PE)/Juazeiro (BA) é de que a quebra de safra em relação à temporada passada para ambas as variedades esteja entre 30% e 40%, uma vez que o “embonecamento” (malformação que impede o desenvolvimento de frutos) das panículas foi bastante acentuado nesta temporada. Isso deve resultar em cotações elevadas para as exportações. No entanto, as frutas que não atingem qualidade suficiente para esse destino ainda são, majoritariamente, direcionadas às indústrias processadoras, cujo pagamento pelo quilo colhido ainda é considerado insatisfatório.



### Preço reage mas continua abaixo de 2015

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

Fonte: Cepeca

### MG e BA elevam oferta em setembro

A oferta deve retomar o patamar satisfatório este mês, após redução da oferta nas regiões de Jabá/Janaúba (MG) e Livramento de Nossa Senhora (BA), em agosto. No mês passado, a colheita foi menos intensa nessas áreas, o que refletiu diretamente no aumento das cotações. O Norte de MG deve colher grandes volumes de *palmer* até novembro, como resultado do manejo realizado por produtores da região para escalonamento da oferta. Já Livramento de Nossa Senhora deve estender a safra até o final de dezembro, uma vez que colheita e floração devem ocorrer simultaneamente até meados de outubro, devido ao atraso no início da temporada baiana. Nesse cenário, bons volumes das duas principais variedades de manga tendem a ser ofertados entre setembro e novembro, o que deve reduzir os preços de venda da fruta. Além disso, a entrada da safra paulista no mercado coincide com esse período de grande oferta, confirmando a previsão de remunerações limitadas. Sendo assim, como a demanda pela fruta ganha força com a elevação das temperaturas, a expectativa é de vendas volumosas. Os preços, porém, não devem ultrapassar os praticados na safra passada, uma vez que a elevada oferta pode pressionar as cotações.

### Geadas em julho retarda início da safra em Monte Alto/Taquaritinga

A geada que ocorreu em julho deste ano acarretou em malformação floral nos pomares de Monte Alto/Taquaritinga (SP), condição que dificulta a realização da colheita durante o período previsto, sobretudo da manga *palmer*. A *tommy*, que já estava em estágio mais avançado de desenvolvimento naquele mês, foi menos prejudicada. Espera-se que ambas as variedades dos poucos pomares que não passaram por “desfloração” sejam colhidas a partir de outubro e dezembro, respectivamente. Já a colheita dos pomares “desflorados” deve ocorrer entre fevereiro e março de 2017, com término previsto para meados de abril.





foto: Everaldo Costa Melo - Paranapuã (SP)

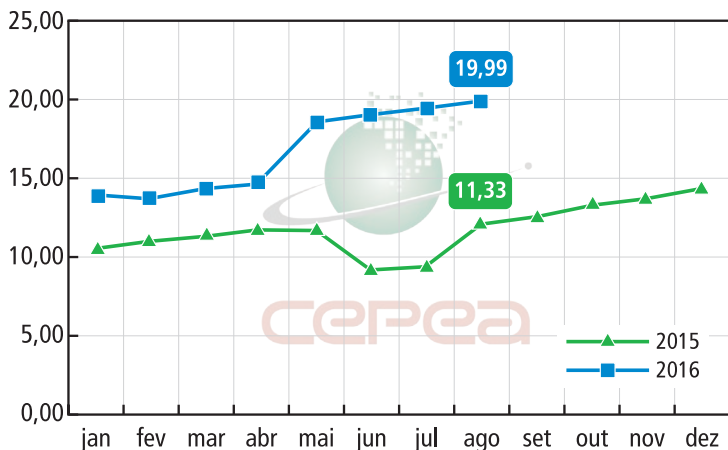
## É época de florada!

### Floradas da safra 2017/18 já são vistas nos pomares paulistas

As floradas que darão origem às laranjas da temporada 2017/18 apareceram em agosto nos pomares paulistas. Com plantas já “abotoadas”, as chuvas no mês passado animaram produtores. Segundo agentes, as florações começaram a dar os primeiros sinais no fim de julho, mas foram desenvolvidas apenas em agosto. Dentre as principais regiões paulistas, as florações mais adiantadas ocorreram no sudoeste do estado, favorecidas por chuvas da primeira quinzena daquele mês. Assim, produtores locais estiveram atentos à possibilidade de novas precipitações e adotaram medidas preventivas para evitar a “estrelinha”, doença fúngica que pode atingir as flores aparentes e impactar no potencial produtivo da planta.

### Pera ainda representa maior volume absorvido pelas processadoras

Setembro deve ser mais um mês de processamento intenso nas indústrias paulistas, tendo em vista o pico da safra de laranja pera 2016/17, que começou no mês passado. Assim, citricultores, que já haviam comprometido sua produção com as indústrias, devem continuar priorizando os contratos e reduzindo a oferta da variedade no mercado de mesa. Neste mês, dez unidades das indústrias de grande porte estão em operação, absorvendo frutas próprias, contratadas e também no mercado *spot*



– neste último, as aquisições da pera estão entre R\$ 18,00 e R\$ 20,00/cx de 40,8 kg, para a fruta colhida e posta na indústria, e até R\$ 23,00/cx nas processadoras menores.

### Flórida pode colher apenas 60,5 milhões de caixas

O avanço e os prejuízos do *greening* nos pomares da Flórida são intensos. A primeira estimativa referente à safra 2016/17 do estado, divulgada no dia 10 de agosto pela consultora Elizabeth Steger, é de que a produção some apenas 60,5 milhões de caixas de 40,8 kg, queda de 26% em relação à temporada anterior e a menor em 53 anos. As florações foram consideradas satisfatórias na Flórida, mas houve significativa queda de chumbinhos, mais acentuada às valências. Caso os números da consultora se confirmem, o país pode perder mais uma posição no *ranking* global. Apesar de não oficial, o número divulgado por Steger reflete impressões de agentes locais com relação à produção antes da primeira estimativa do USDA, em outubro. A reduzida oferta traz mais preocupações quanto ao futuro do setor citrícola na Flórida, visto que a estimativa atual pode sinalizar maior agressividade dos efeitos do *greening* no estado nos próximos anos.

### Queda na oferta global pode valorizar suco de laranja

A oferta restrita na Flórida e no Brasil (cuja previsão é de estoques praticamente zerados nas indústrias paulistas ao final de 2016/17) sinaliza que os preços internacionais do suco e, consequentemente, da matéria-prima podem continuar firmes, pelo menos até o próximo ano. Se confirmado, este cenário animaria produtores paulistas – principalmente os independentes, que tiveram anos consecutivos de baixa remuneração pela fruta – e, ao mesmo tempo, pode ser positivo às indústrias, que comercializariam o suco a valores elevados. Contudo, o aumento dos preços tende a ser repassado também no varejo, o que pode limitar ainda mais o consumo do produto.



### Preço na indústria tem novo recorde

Preços médios recebidos por produtores paulistas pela laranja pera e tardias - R\$/cx de 40,8 kg, colhida e posta na indústria

Fonte: Cepea







foto: Walmir Varela - Vacaria (RS)

## Florada deve ocorrer no final de setembro

### Para não comprometer floração, produtor adia quebra de dormência

Produtores de maçã de Vacaria (RS) e Fraiburgo (SC) devem adiar em duas semanas a quebra de dormência nos pomares, programada para ocorrer entre agosto e meados de setembro. O objetivo é evitar prejuízos durante a floração por conta das baixas temperaturas registradas no final de agosto. Assim, em setembro, as atividades estarão concentradas na brotação, com floradas previstas apenas para o final do mês. Para que o desenvolvimento da planta ocorra de maneira satisfatória, as temperaturas devem permanecer acima de 0°C ao longo de setembro. Somente em São Joaquim (SC), a quebra de dormência deve ser realizada dentro do período previsto.

### Menor oferta deve elevar cotações internas em setembro

A queda no volume de maçã gala disponível no mercado em setembro deve valorizar a fruta. Os estoques da variedade estão praticamente zerados em algumas empresas, embora muitos classificadores sigam com a gala até novembro. Apesar da expectativa de aumento nos preços, a concorrência da fruta nacional com maçãs importadas europeias neste segundo semestre pode limitar as valorizações. A entrada dessas frutas no País deve ser favorecida pela recente baixa do dólar frente ao Real. Em agosto, os preços da maçã gala nacional se mantiveram praticamente estáveis. Apesar do aumento da demanda em relação a julho, a oferta da

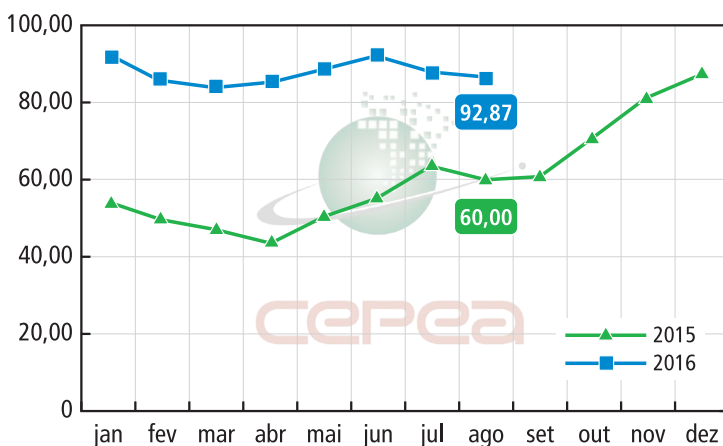
fruta do Chile ainda esteve elevada, concorrendo diretamente com a gala nacional. Em comparação com agosto do ano passado, houve forte aumento nas cotações da maçã graúda, dada a menor oferta na época.

### Ceagesp está comprando menos do Sul

Atacadistas de São Paulo compraram menos maçã das regiões produtoras do Sul do País em agosto. Os altos patamares de preços da fruta teriam afastado consumidores, refletindo numa menor demanda. Os pedidos de atacadistas têm se limitado a pouco mais que oito *pallets* por box, evitando a formação de grandes estoques. Assim, as cargas vêm sendo entregues de forma fracionada, de modo que um caminhão chega a abastecer mais de dois atacadistas. Ao mesmo tempo, as compras fracionadas garantiram a oferta de frutas de melhor qualidade (boa pressão de polpa), o que facilitou as vendas de atacadistas.

### Floração tardia leva a atraso da safra na Espanha

A colheita de maçã atrasou 15 dias na cidade de Girona, na região da Catalunha (Espanha), segundo notícia veiculada pelo *Fresh Plaza*. Inicialmente previstas para começar no início de agosto, as atividades iniciaram nos últimos dias do mês com a variedade *royal* gala. Apesar do atraso, que afetou diversas áreas de produção, a safra se mostra abundante e de alta qualidade. Isso porque a ocorrência de ventos e granizos foi baixa durante o desenvolvimento das maçãs nos pomares. Enquanto o volume produzido tanto de *royal* gala quanto *golden* deve aumentar, o de *granny smith* deve ter queda significativa. Quanto aos preços, produtores da região da Catalunha aguardam a entrada de outras empresas europeias do setor para estabelecer valores para a temporada. Segundo dados da Wapa (Associação Mundial de Maçã e Pera), a produção de maçã na Europa deve cair 3% em relação à safra anterior.



### Mesmo com baixa oferta, preço fica estável em agosto

Preço médio de venda da maçã gala Cat 1 (calibres 80 -110) na Ceagesp - R\$/cx de 18 kg

Fonte: Cepepa





## Oferta de melancia será maior em setembro

### Colheita ganha ritmo em Uruana

Produtores da região de Uruana (GO) devem intensificar a colheita de melancia no início de setembro, prosseguindo em bom ritmo até meados de outubro. A oferta da fruta começou em junho, mas foi reduzida pelos produtores da região em agosto, devido à concentração da colheita em Lagoa da Confusão e Formoso do Araguaia (TO), que encerram às atividades em meados de setembro. Na parcial da safra de Uruana (junho a agosto), o preço médio de venda da melancia graúda (12 kg) foi de R\$ 0,58/kg, valor 14,71% abaixo do registrado no mesmo período de 2015, porém, 65,71% acima do estimado para cobrir os gastos com a cultura. Produtores estimam que a colheita em Uruana se estenda até novembro.

### Colheita em SP começa em setembro

Produtores de Oscar Bressane (SP) pretendem iniciar a colheita da safra principal de melancia a partir da segunda quinzena de setembro. A semeadura nesta região foi encerrada em julho e, apesar do frio neste mês e em agosto, colaboradores do Hortifruti/Cepea disseram que não houve problemas no desenvolvimento das lavouras. O clima mais seco em setembro deve auxiliar na qualidade das melancias colhidas. Já melancicultores de Itápolis e Presidente Prudente (SP), que iniciaram a semeadura em agosto, têm previsão de intensificar os trabalhos no campo neste mês. Para o mês de setembro, produto-

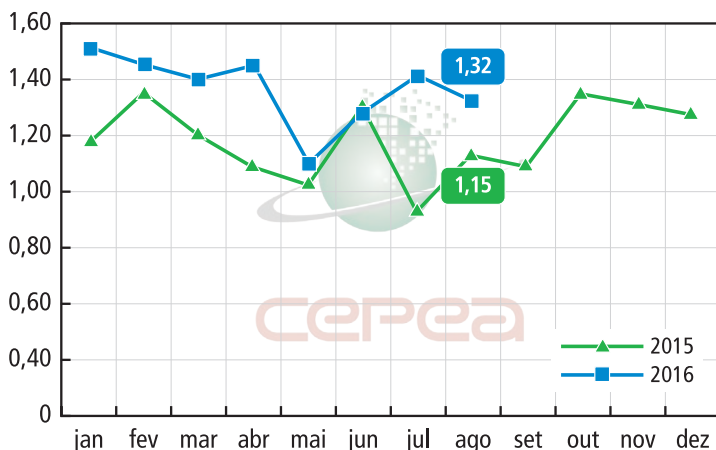
res acreditam que o mercado esteja melhor, uma vez que as temperaturas nesta época do ano começam a aumentar e incentivam a demanda.

### Inicia temporada de exportação de melancia

A partir da segunda quinzena de setembro, colaboradores estimam que as primeiras melancias brasileiras devem ser enviadas à Europa, juntamente com melões. A produção da fruta para exportação se concentra na região do Rio Grande do Norte/Ceará. As primeiras melancias da região já foram colhidas no início deste mês, mas acabaram ficando no mercado interno. Até agosto, muitos produtores estavam receosos quanto à renovação dos contratos de exportações, devido à queda do dólar e incertezas no cenário econômico da Inglaterra e Europa. Mas, a expectativa é que as exportações se mantenham em bom ritmo este ano.

### TO finaliza a safra com menor rentabilidade

As regiões de Lagoa da Confusão e Formoso do Araguaia (TO) devem finalizar a colheita de melancia na primeira quinzena de setembro, com rentabilidade menor que a de 2015. A produtividade das lavouras caiu em função da falta de chuva em junho, período de início da semeadura que fez, inclusive, com que muitos produtores diminuíssem a área cultivada. Já após o plantio, e com as chuvas de julho, a produtividade das lavouras foi reduzida. Além disso, os custos dos insumos subiram este ano, o que levou à redução no uso de semente híbrida, outro fator que impactou na produtividade. Assim, na parcial da temporada (junho até 09 de setembro), o preço médio da melancia graúda (>12 kg), recuou 4% frente ao mesmo período de 2015 (R\$ 0,45/kg), já os custos de produção estimados pelos colaboradores subiram 3,8%, considerando uma produtividade média de 32 t/ha. Com a intensificação da colheita em Goiás neste mês, não há expectativa de melhora nas cotações das últimas frutas tocantinas a serem colhidas.



### Preço recua, mas se mantém acima de 2015

Preços médios de venda da melancia graúda (>12 kg) na Ceagesp - R\$/kg

Fonte: Cepea





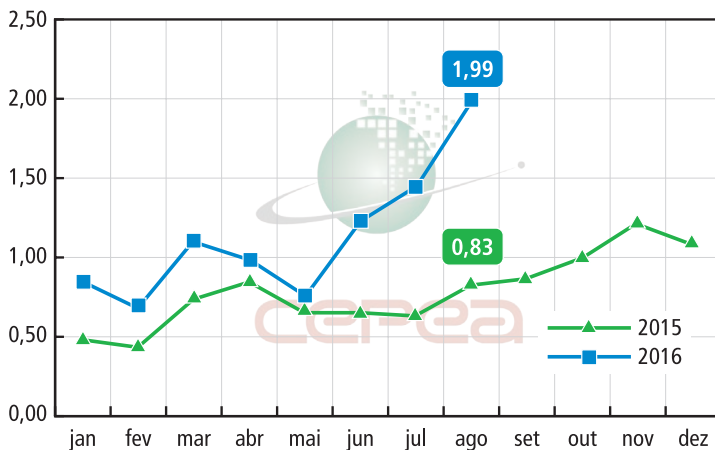


foto: Douglas Andrade - Lagoa Formosa (MG)

## Nanica é valorizada com baixa oferta em SP e SC

### Preços batem recorde no Vale do Ribeira

Em agosto, as cotações de banana nanica bateram recordes nominais por 7 semanas consecutivas. Dentro da série histórica do Cepea (iniciada em 2001), foram os maiores valores nominais desde março de 2014. Para setembro, a perspectiva é que as cotações se mantenham em patamares elevados, devido à ocorrência de geadas e queda de temperatura nos meses de junho e julho. Além disso, na 3ª e 4ª semana de agosto, a região sofreu novamente com as mudanças climáticas, com chuvas e ventos acompanhados de clima mais frio que o normal para o mês. A produtividade da região nos meses do inverno (junho a agosto) foi em média 16 toneladas/hectare, volume 78% menor que o do mesmo período de 2015. Segundo produtores paulistas, em setembro, o rendimento no bananal pode cair ainda mais. Dessa forma, a tendência é que as cotações subam tanto na roça quanto no atacado. No entanto, com a pouca disponibilidade da fruta, o preço já está muito acima do que o normal. Diante desse cenário, produtores do Vale do Ribeira e atacadistas se reuniram em Registro (SP) no dia 22 de agosto para discutir a atual situação da bananicultura. A conversa resultou na ideia de ser criada uma ficha técnica para a banana, que defina padrões mínimos de qualidade e também contabilize as porcentagens de primeira e de segunda qualidade. O projeto tem previsão de início ainda este ano e representa um passo importante para a modernização da cultura.



### Apesar dos números em alta, exportação em SC encontra dificuldades

A exportação brasileira de banana deve seguir firme neste segundo semestre. Na parcial do ano (janeiro a agosto), foram enviadas 58,9 mil toneladas de banana para o exterior, totalizando US\$ 18,7 milhões, segundo a Secex. Estes números representam, respectivamente, aumentos de 9% e 12% em relação ao mesmo período do ano anterior. O Mercosul foi responsável por adquirir 39,1 mil toneladas deste total, representando queda de 5% se comparado à 2015. Apesar de esses números estarem aumentando, exportadores do Norte de Santa Catarina estão enfrentando algumas dificuldades nos envios. O preço alto da nanica está levando a Argentina, principal comprador, a procurar a fruta em outros países, como Equador, Bolívia e Paraguai. A previsão é que o cenário continue desta forma, já que as cotações devem permanecer elevadas diante da oferta reduzida de banana em SC. Outro fator que dificulta a comercialização é a qualidade da fruta abaixo do esperado.

### Cotação da prata anã recua com pico de oferta

Em contrapartida à falta de nanica em todo o País, setembro será o mês de pico de oferta de prata anã em grande parte das regiões produtoras. No Norte de Minas Gerais, o aumento deve ser mais discreto que em anos anteriores, devido ao escalonamento da produção. Para os mineiros, é positiva a distribuição da safra para um melhor controle dos valores. Conforme normalmente acontece nesta época do ano, os preços da variedade estão em queda, depois de passarem grande parte do período em patamares elevados. A previsão é que setembro e outubro sejam períodos de pico de produção também em Delfinópolis (MG) e no Vale do São Francisco (BA/PE). Já em Bom Jesus da Lapa (BA), a disponibilidade não deve ser considerável neste ano, já que a produtividade foi afetada com a falta de água de 2015.

### Oferta baixa de nanica mantém preço elevado

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

Fonte: Cepea





foto: Altenes G. Carraretto - Linhares (ES)

## Oferta de formosa segue limitada

### Primavera deve aquecer vendas e reforçar valorizações do mamão

Apesar de terem se enfraquecido na segunda quinzena de agosto, os preços do mamão devem voltar a subir em setembro. Além da oferta reduzida, especialmente da variedade formosa, nas regiões produtoras acompanhadas pela equipe Hortifruti/Cepea, a expectativa é que a demanda se aqueça com o início da primavera e o consequente aumento das temperaturas. Em agosto, os preços do formosa na região de Espírito Santo subiram 543% na primeira quinzena, mas caíram 49% na segunda metade do mês. O enfraquecimento foi resultado da retração na demanda, diante dos altos patamares de preços e do clima frio nos principais centros consumidores (Sul e Sudeste do País). Em São Paulo, a mínima foi de 8,1°C no dia 11 de agosto, segundo a Somar Meteorologia. Na média de agosto, o mamão havaí foi comercializado no Espírito Santo a R\$ 2,17/kg, alta de 91% em comparação com o mês anterior. No Norte de Minas Gerais, o formosa foi vendido a R\$ 2,14/kg, aumento de 314% no mesmo período. Quando comparados aos de agosto de 2015, os preços de ago/16 estiveram 399% e 224%, respectivamente, maiores.

### Ácaro rajado volta a aparecer

Resultado do clima predominantemente seco, a incidência de ácaro rajado voltou a preocupar produtores de mamão agosto. As principais regiões afetadas até o momento foram as do Espírito Santo

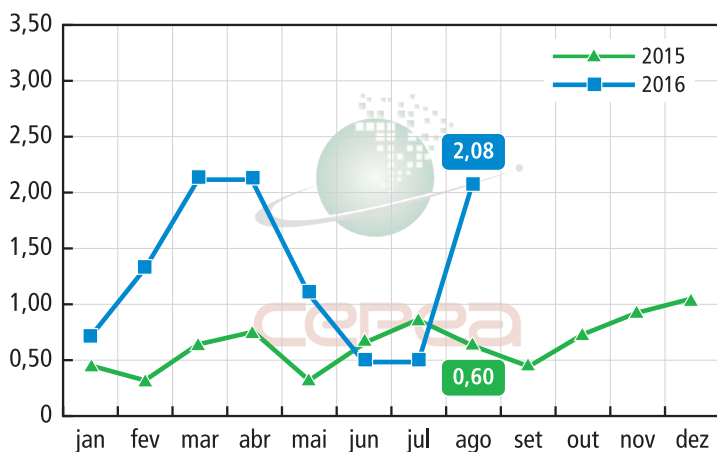
e Norte de Minas Gerais. A principal consequência dessa praga para o mamoeiro é a desfolha, que deixa o fruto mais exposto ao sol, causando manchas fisiológicas. Produtores já relataram ocorrência das manchas em agosto. Assim, em setembro, devem seguir atentos ao clima e realizando os devidos tratamentos culturais para prevenir maior disseminação e perdas de qualidade. Em Janaúba (MG), as temperaturas máximas chegaram a 35,9°C em agosto, sem chuvas, conforme a Somar Meteorologia. De setembro a novembro, no Sudeste do Brasil, as chuvas podem ficar dentro da média, de acordo com o Cptec/Inpe. No Nordeste, contudo, a previsão é de que a precipitação do período fique abaixo do normal. Vale lembrar que o Norte de Minas possui condições climáticas mais semelhantes ao Nordeste. A média de chuva em Janaúba para o trimestre é de 255,8 mm, segundo a Somar.

### Rentabilidade unitária do havaí segue positiva na BA

O mamão havaí seguiu com preços acima dos custos unitários em agosto no Sul da Bahia. A rentabilidade tem sido positiva nos últimos meses devido à baixa oferta, que elevou as cotações no mercado interno. O havaí foi vendido, em média, a R\$ 2,2/kg, valor 214% maior que o mínimo estimado por produtores para cobrir os custos do mês. Como o volume deverá permanecer baixo em setembro, a rentabilidade unitária poderá seguir positiva.

### Exportações seguem em baixa

As exportações brasileiras de mamão continuaram limitadas em agosto devido ao pequeno volume de frutos dentro dos padrões exigidos. A baixa qualidade do mamão brasileiro tem restringido os envios em um período favorável às vendas, tendo em vista o Verão no Hemisfério Norte. Assim, de janeiro a agosto deste ano, foram embarcadas 24,6 mil toneladas de mamão, 5% a menos que no mesmo período de 2015. Em receita, foram arrecadados US\$ 28,7 milhões, apenas 1% a menos em igual comparativo – dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex).



### Preço do formosa dispara em agosto

Preços médios recebidos por produtores pelo mamão formosa, em R\$/kg (exceto RN)

Fonte: Cepea







foto: José Carlos V. Domingues - S. Miguel Arcanjo (SP)

## Pico de safra em Jales deve ocorrer no final de setembro

### Menor produção eleva preços

Impulsionados pela menor produção, os preços internos da uva subiram em agosto. A produtividade desta safra na região paulista caiu em relação à anterior devido ao clima adverso. O frio e as chuvas no fim de 2015 diminuíram a fertilidade das gemas durante a poda, fazendo com que a produtividade já fosse considerada inferior antes mesmo do início da colheita. Com o avanço da safra, o clima seco tem afetado a qualidade da uva, prejudicando a comercialização. O pico de safra está previsto para o final de setembro, tendo em vista que alguns produtores precisaram refazer as podas por conta do frio intenso durante o período de brotação.

### Possível queda na vazão de Sobradinho preocupa o Vale

Viticultores do Vale do São Francisco (PE/BA) voltaram a se preocupar com a possibilidade de racionamento de água para irrigação. O Comitê de Monitoramento do Setor Elétrico (CMSE) está analisando reduzir a vazão mínima do reservatório de Sobradinho, que já estava com volume útil de 13,5% no dia 5 de setembro. Segundo a ANA (Agência Nacional de Águas), o nível de armazenamento do lago pode chegar a 2% no fim de novembro, caso não chova. Esse cenário de escassez hídrica prejudicaria a produção de uva – que é irrigada –, mesmo com a instalação de flutuantes movidos a diesel em 2015, o que encarece os custos de

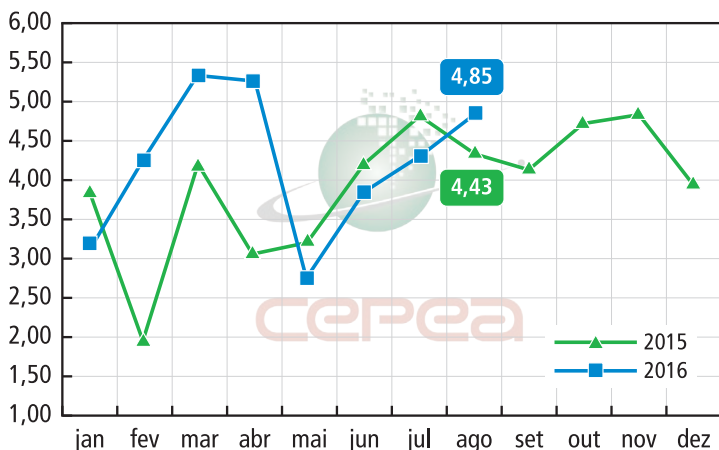
produção, segundo agentes consultados pelo Hortifruti/Cepea. Desde 2013, Sobradinho vem tendo sucessivas quedas de vazão, no intuito de poupar a água do reservatório diante da falta de chuvas na região. A vazão atual deverá ser mantida até o final de setembro, quando uma nova avaliação da ANA decidirá por redução ou pelo aguardo da chegada do período chuvoso, previsto para outubro.

### Brasil pode enfrentar concorrência grega na Europa

Além da escassez hídrica, outro assunto que tem preocupado produtores de uva do Vale do São Francisco (PE/BA) é a temporada de exportação, que pode ser mais acirrada neste ano. A expectativa é que os embarques da fruta comecem em setembro, mas ainda não há uma definição quanto a volume e rentabilidade, tendo em vista a variação cambial. Além disso, a Grécia pode estender o fornecimento de uva para a Europa por mais alguns meses, reduzindo a janela brasileira e aumentando a concorrência no mercado europeu.

### Produtores de SP e PR já se planejam para o Natal

Viticultores de São Paulo e do Paraná já iniciaram as podas para a colheita da uva que será comercializada durante as festas de fim de ano. Na região de Louveira (SP), as podas começaram em julho e as baixas temperaturas e chuvas em agosto favoreceram o desenvolvimento dos parreirais. Segundo agentes, o clima ameno pode contribuir para uma colheita farta, sem a ocorrência de abortamentos. A previsão é de término das podas em outubro e início da colheita em novembro. Em Marialva (PR), as podas começaram em junho, correspondendo a 25% da área total. A maior parte dos produtores paranaenses encerrou as atividades em agosto. Alguns estendem as podas até setembro, para ofertar uva também em janeiro. O início da colheita é previsto para novembro. Com uma área menor, a expectativa é de uma safra com baixa oferta, o que pode elevar os preços.



### Preço em agosto fica superior ao de 2015

Preços médios da uva niagara recebidos por produtores de Jales - R\$/kg

Fonte: Cepea





**ENTREVISTA:** Marcelo Marques Ferreira

**“FORNECER AO CONSUMIDOR UM PRODUTO QUE NÃO O ATRAIA NÃO É ALGO MUITO INTELIGENTE”**

Marcelo Marques Ferreira é Técnico em Agropecuária pela Escola Agrotécnica Federal de Muzambinho (EAFMUZ/ MG). Atualmente é diretor comercial da Empresa Mallmann, conselheiro do *Produce Marketing Association* (PMA) e Membro do Grupo Vegetais Saudáveis.

**Hortifruti Brasil: Por que ainda não avançamos na padronização dos hortifrúteis?**

**Marcelo Marques Ferreira:** Esta é uma questão que abrange todos os elos da cadeia de suprimento, que precisam de profissionalização, formalização e evolução. Hortifruti é uma cadeia em que o elo varejista “puxa” a qualidade e dita as normas do setor, tentando atender aos anseios do consumidor final e elevar a régua da qualidade. Mas ainda há, sobretudo em momentos de preços altos, um “empurra” de produtos sem padronização e com coloração fora do ponto para consumo, que atrapalha e confunde o mercado. Na cadeia de suprimento tradicional, existe algo que emperra o seu desenvolvimento e a deixa submersa no passado, haja vista que tal cadeia tem como embalagem principal a quase centenária caixa K. Acredito que, em linhas gerais, alguns produtores e atacadistas pensam apenas no dia a dia, não possuindo visão de médio e longo prazos. Ter visão de longo prazo requer esforços muito grandes e acreditar que temos um produto saudável e com sabor, já que estamos lidando com alimentos funcionais e de demanda crescente.

**HF Brasil: O baixo número de packing houses limita a padronização dos hortifrúteis?**

**Ferreira:** A pequena quantidade de *packing houses* demonstra o retrato do atraso da cadeia, pois, mediante horas exaustivas de trabalho no campo, permite-se classificar o produto manualmente e colocá-lo em embalagens não higienizadas e, em grande parte, de madeira. Outro aspecto é a quantidade quase inexistente de empresas certificadas no setor, com garantia de alimento seguro, qualidade, rastreabilidade e padronização. A Mallmann tem duas certificações internacionais em segurança do alimento que a qualifica para ofertar um produto saudável ao consumidor final.

**HF Brasil: Por que ainda persiste o conceito de que a padronização pode ser antieconômica ao setor?**

**Ferreira:** Partindo do pressuposto de que um produto feito com a preocupação de ter qualidade, sabor e ser saudável contribuem para o aumento da demanda; fornecer ao consumidor um produto que não o atraia não é algo muito inteligente. A

classificação por tamanho e cor, com separação de produtos visualmente menos atrativos, não pode ser entendida como um “tiro no pé” ou retrocesso no tocante ao aproveitamento. Trata-se de se fazer segmentação de mercado. Vender um produto misturado, com tomates verdes no meio de maduros, por exemplo, em uma embalagem de madeira, inadequada, causa mais desperdício e descontentamento de quem compra e consome tal produto. O mercado tem demanda para todo tipo de produto no tocante ao padrão, qualidade e preço.

**HF Brasil: A falta de fiscalização ou mesmo de incentivos dificulta a adoção e manutenção desta padronização por todos os elos de mercado (produtor, atacadista, varejista)?**

**Ferreira:** O governo brasileiro está preocupado com as commodities agrícolas que são exportadas, regulamentando, fiscalizando e investindo em seu desenvolvimento. Agora, o setor de HF, que tem grande parte de sua produção destinada ao consumo interno, fica renegado ao segundo plano, sobretudo em fiscalização e incentivo ao desenvolvimento da cadeia de suprimento. Acredito que a fiscalização é um fator imprescindível para melhorar não somente a padronização, mas a segurança do alimento a qualidade do produto ofertado ao consumidor, o respeito ao ser humano e ao meio ambiente. Temos aberrações que nos causam perplexidade: uso de insumos agrícolas totalmente proibidos para a cultura, falta de higiene, trabalho com mão de obra sem registro ou com registro de fachada. Nossa legislação é completa e correta, mas está muito aquém da realidade. Portanto, a fiscalização tem que ser efetiva e eficaz. Somente assim é possível acabar com as distorções que prejudicam o setor de HF, com enriquecimento de alguns aproveitadores e sendo prejudicial à competição saudável, que privilegie os mais competentes e que fazem a coisa certa.

**HF Brasil: Qual sua sugestão para avançar na padronização na cadeia dos hortifrúteis?**

**Ferreira:** Acho que uma nova Ceagesp, revigorada, repensada, sem politicagem governamental e com foco em rastreabilidade. Alimento seguro é o ponto de partida.





“A ADOÇÃO PLENA DA PADRONIZAÇÃO ESTÁ RELACIONADA À VALORAÇÃO DOS PRODUTOS DE MELHOR QUALIDADE”

ENTREVISTA: Hélio Satoshi Watanabe

O engenheiro agrônomo Hélio Satoshi Watanabe é do Centro de Qualidade Hortigranjeira da Ceagesp (SECQH), tem uma vasta experiência no setor e contribui ativamente para as normas de classificação dos hortifrutícolas.

**Hortifrutí Brasil: Houve avanços na padronização dos hortifrutícolas após a criação do Programa Brasileiro para Modernização da Horticultura (PBMH), em 1997?**

**Hélio Satoshi Watanabe:** Sim. Nos últimos cinco anos, no mercado atacadista da Ceagesp, principalmente no setor de frutas, houve significativa melhora nos padrões de classificação e de qualidade. Algumas prefeituras e órgãos responsáveis por alimentação escolar estão exigindo produtos de acordo com o padrão da cartilha do PBMH, o que tem incentivado os atacadistas a utilizarem.

**HF Brasil: Quais as principais justificativas dadas pelo setor para não adotar os padrões estabelecidos na cartilha do PBMH?**

**Watanabe:** Um dos fatores determinantes é a falta de exigência dos compradores (varejistas), elo que deveria impor os padrões mínimos de seus fornecedores. Não havendo cobrança do varejo, os atacadistas não exigem que seus fornecedores (produtores) sigam certos padrões. Além disso, alguns atacadistas já estão acostumados com a forma de negociação anterior ao programa e têm resistência em mudar. A implementação dos padrões para classificação só será realizada pela maioria quando os produtores perceberem que os produtos classificados têm melhor remuneração.

**HF Brasil: As cartilhas tanto do PBMH quanto do Mapa são muito complexas para serem adaptadas pelo setor?**

**Watanabe:** A classificação do PBMH (adesão voluntária) ou do Mapa (oficial) determina padrões mínimos de qualidade. Já a classificação de mercado é muito subjetiva, que, na maioria, não quer dizer nada. Por exemplo: “extra”, “3A”, “filé”, “graúdo”, “campeã”, “luxo” e etc. Nas cartilhas do PBMH e do Mapa, os padrões são mensuráveis, pelo menos. Uma sugestão seria remunerar melhor os produtores que fazem a classificação e vendem frutas e hortaliças de qualidade. ■

# Gestão de AgroMarketing



## OFICINA DE GESTÃO DE CUSTOS DA CADEIA CITRÍCOLA

CURSOS  
RÁPIDOS  
PECEGE

INSCREVA-SE EM  
PECEGE.ORG.BR



(19) 3377.0937 | (19) 3375.4251

(19) 99948.4769



# Portfólio HF

## Carregado de soluções para múltiplas culturas em hortifrúti.



0800 0192 500

facebook.com/BASF-AgroBrasil

www.agro.basf.com.br

Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos. Incluir outros métodos de controle dentro do programa do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Uso exclusivamente agrícola. Restrições no Estado do Paraná: Tutor® para o alvo *Phytophthora infestans* no tomate, Cabrio® Top para alho. Registro MAPA: Cabrio® Top nº 01303, Dormex® nº 1095, Collis® nº 01804, Forum® nº 01395, Pirate® nº 05898, Nomolt® 150 nº 01393, Regent® Duo nº 12411, Heat® nº 01013, Cantus® nº 07503, Fastac® 100 nº 2793, Herbadox® 400 EC nº 15907, Orkestra™SC nº 08813 e Tutor® nº 02908.

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

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO.



Produtos que contribuem para aumentar a qualidade e produtividade da sua lavoura.

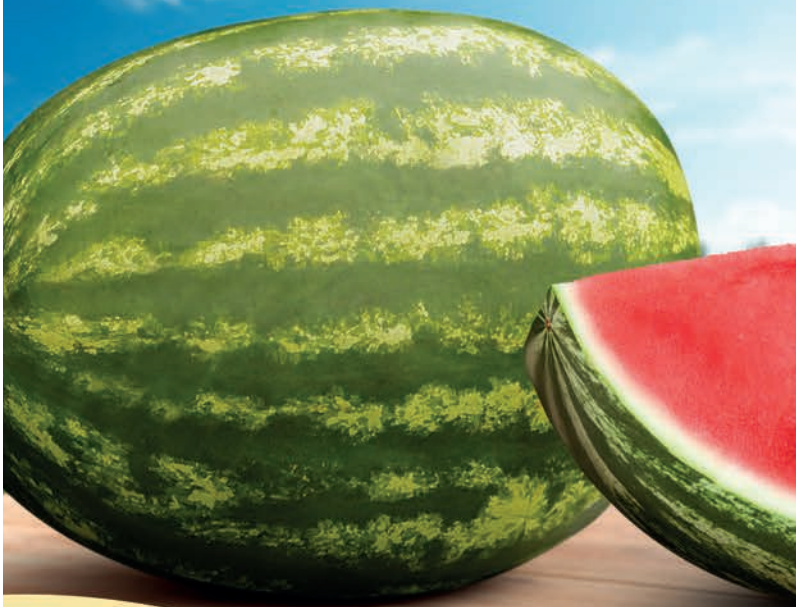
Fungicidas	Orkestra™SC*	Inseticidas	Pirate®
	Cabrio® Top*		Regent® Duo
	Cantus®*		Nomolt® 150
	Forum®		Fastac® 100
	Collis®		
	Tutor®		
Herbicidas	Heat®	Regulador de Crescimento	Dormex®
	Herbadox® 400 EC		

\*Mais qualidade, produtividade e rentabilidade - Benefícios AgCelence®.

**BASF**  
We create chemistry



Chegou a melancia híbrida da  
**Hollar Seeds**, experimente!



melancia  
**RANGER**

**TOPSEED**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

Mala Direta Postal

**Básica**

0000/2012 - DR/XXXXYY

Cliente

...CORREIOS...

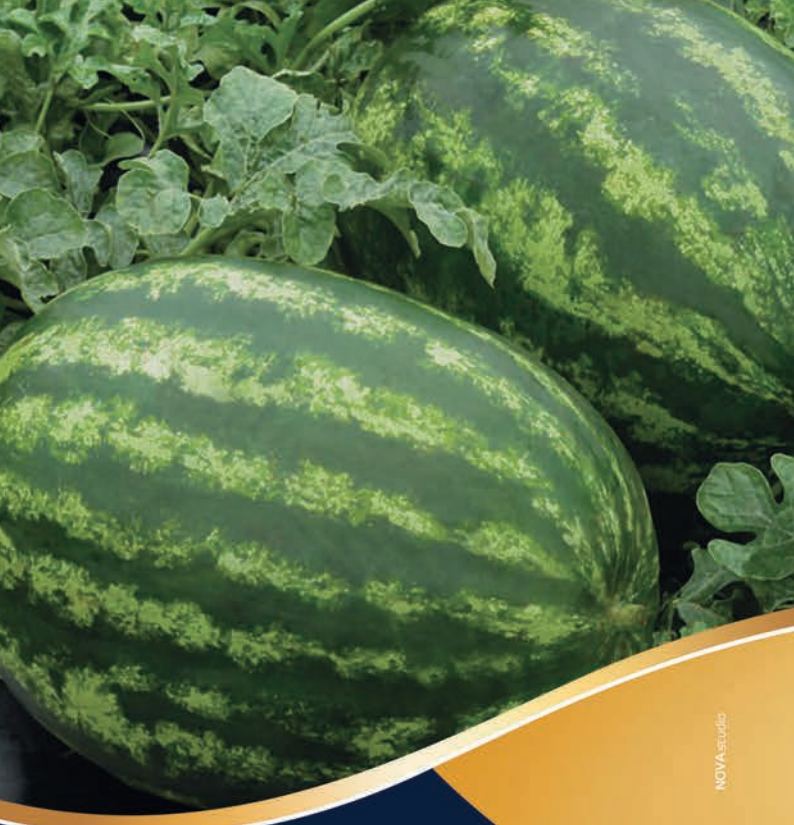
**IMPRESSO**

**Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ**

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

Tel: 19 3429.8808 - Fax: 19 3429.8829

e-mail: [hfcepea@usp.br](mailto:hfcepea@usp.br)



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

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

## Melancia híbrida **RANGER F1**

- Precocidade e alta produtividade
- Fruto padrão de mercado
- Sementes grandes para plantio



**TOPSEED**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

24 2222-9000 | [www.agristar.com.br](http://www.agristar.com.br)

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