

Abóbora **FURUSATO F1**



Saiba mais sobre
esse produto.

- Rusticidade
- Uniformidade
- Ótimo pegamento e tamanho de fruto



**ACESSE NOSSO SITE
E CONHEÇA A
LINHA COMPLETA.**



SEMENTES QUE FAZEM A DIFERENÇA

Tel.: 19 3514-7330 ::     AGRISTAR DO BRASIL
www.agristar.com.br :: info@agristar.com.br

Hortifruti Brasil

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 19 - Nº 203 - Agosto de 2020 - ISSN 1981-1837

PANDEMIA ALTERA HÁBITOS DO CONSUMIDOR DE HF



Apoiadores:



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil

MÍLDIO? REQUEIMA? REVUS OPTI.

PROTEGE
SUA LAVOURA,
FAÇA CHUVA
OU FAÇA SOL.

- Duplo modo de ação.
- Maior praticidade.
- Resistência à chuva.



Restrição de uso no Estado do Paraná.
Informe-se sobre e realize o Manejo Integrado de Pragas.
Descarte corretamente as embalagens e restos de produtos.

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

CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO.
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRONÔMICO.



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br



 **Revus Opti**[®]

syngenta.

Seja USP de onde estiver



Inscrições Abertas
MBAUSP é sobre
ESALQ vencer

www.mbausp.esalq.com

| | | |
|--------|-----------|----------|
| ÍNDICE | <u>16</u> | TOMATE |
| | <u>18</u> | CENOURA |
| | <u>19</u> | ALFACE |
| | <u>20</u> | BATATA |
| | <u>22</u> | CEBOLA |
| | <u>24</u> | MANGA |
| | <u>25</u> | CITROS |
| | <u>26</u> | MAÇÃ |
| | <u>28</u> | MELANCIA |
| | <u>29</u> | MELÃO |
| | <u>30</u> | UVA |
| | <u>32</u> | MAMÃO |
| | <u>34</u> | BANANA |



CAPA 08

Nesta edição, a equipe da Hortifruti Brasil avalia os estudos que mostram as tendências de consumo que surgiram durante a quarentena e as perspectivas para o período posterior à ela.

EXPEDIENTE

www.hfbrasil.org.br

COORDENADORES CIENTÍFICOS

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros
Margarete Boteon

EDITORES ECONÔMICOS

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

EDITORA EXECUTIVA

Daiana Braga Mtb: 50.081

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Alessandra da Paz Mtb: 49.148

REVISÃO

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

EQUIPE TÉCNICA

Ana Raquel Mendes, Bárbara Rovina Castilha, Caroline Ribeiro, Daniel Júdice Gonçalves, Felipe Spessotto, Isabela Camargo Gonçalves, João Pedro Motta de Paiva, João Victor Silva Pereira, Juliana Acácio Toledo Parede, Laleska Rossi Moda, Leonardo Caires de Oliveira, Luana Maria Martins Guerreiro, Marcelo Franzini Erhart de Barros, Maria Giulia Barbosa Marchesi, Maria Júlia da Silva Ramos, Mariana Coutinho Silva e Raquel Moreira Sabelli

APOIO

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

LAYOUT SEÇÕES E MATÉRIA DE CAPA

Equipe Comunicação Cepea
Rogério Bosqueiro Jr.
Edson Figueroa

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Edson Figueroa
www.edsonfigueroa.com.br | @edsoufigueroa | 19 98171-3166

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

CONTATO:

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

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

EDITORIAL

NOVOS HÁBITOS DE CONSUMO PODEM CONTINUAR NO PÓS-PANDEMIA

Durante a quarentena imposta pela pandemia de covid-19, o consumidor brasileiro passou por mudanças, moldadas especialmente por preocupações relacionadas à saúde, segurança e finanças. E algumas dessas transformações ocorridas nesse período de isolamento devem se perpetuar no pós-pandemia.

Nesse contexto, a equipe da Hortifruti Brasil mostra nesta edição as tendências de consumo relacionadas ao setor de HF que surgiram durante a quarentena e as perspectivas daqui para a frente. Para isso, a equipe analisou relatórios da Euromonitor, Galunion, Kantar Worldpanel, Cielo, Nielsen, BTG Pactual, PMA Brasil e informações de mercado levantadas diretamente com colaboradores.

Os supermercados/hipermercados, por exemplo, ganharam mais espaço como canais de compras de alimentos, devido, em partes, ao aumento de refeições preparadas em casa. O consumidor também procura por refeições rápidas e práticas, apostando nos *deliveries*. Conforme a quarentena vai se prolongando, contudo, o consumidor tem passado a procurar alimentos indulgentes (que trazem prazer) ou processados, como “recompensa” ao estresse.

A queda no padrão de consumo também molda o comportamento do brasileiro. De acordo com a Nielsen, os consumidores podem ser divididos em dois perfis principais: os menos prejudi-



Fernanda Geraldini (esq), Marcela Barbieri, Daniel Gonçalves, João Vitor Pereira e Leonardo Caires são os autores da matéria desta edição.

cados (que buscam reproduzir a experiência “fora de casa” na alimentação no lar, com receitas mais sofisticadas) e os que tiveram a renda reduzida (que cortam as despesas e priorizam os descontos e os gastos essenciais).

De um modo geral, todas as pesquisas indicam que a consciência de hábitos mais saudáveis está relacionada ao consumo regular de frutas e hortaliças. E, mesmo após o fim da quarentena mais rígida, brasileiros pretendem manter alguns hábitos. O grande desafio do setor é transformar em vendas essa maior consciência de que frutas e hortaliças fazem bem.



Valorize seu pequeno na agricultura!

Quer ver seu pequeno na revista?

Mande fotos da criançada para publicarmos nas próximas edições!

hfbrasil@cepea.org.br

ou WhatsApp (19) 99128.1144!



Maria Isabel Ramos de Souza - Petrolina (PE)



Rafael Akio Nakahara - Petrolina (PE)

RADAR HF - Novidades do setor hortifrutícola



HF Brasil lança série de vídeos sobre como calcular custos de produção

Por Caroline Ribeiro

Simplificar a gestão agrícola, tornando-a mais eficiente, e desmistificar os principais conceitos envolvidos no cálculo do custo de produção: estes foram os objetivos da Maratona Gestão em Minutos, um minicurso realizado pela HF Brasil, com apoio da UPL, entre 8 e 16 de julho. Dividida em sete etapas, a maratona foi composta por uma live de apresentação e seis vídeos curtos e explicativos, além de materiais complementares e da disponibilização de espaços para discussão entre os 250 participantes inscritos. Profissionais de diferentes elos da cadeia de produção e comercialização de frutas e hortaliças se reuniram em um grupo, por meio do aplicativo Telegram, para trocar experiências a respeito dos temas abordados em cada vídeo. Os participantes deram feedbacks positivos quanto ao conteúdo e à dinâmica da maratona, avaliando-a como um importante direcionamento para a apuração correta dos custos da propriedade agrícola. Para conferir todos os vídeos, acesse: <https://www.hfbrasil.org.br/br/no4721>



PMA lança e-book de receitas com frutas, legumes e verduras

Por Daiana Braga

O isolamento social a que todos nós tivemos que nos submeter desde março diante da pandemia de covid-19 deve continuar sendo praticado nos próximos meses. Com essa situação, a população está mais preocupada em ter uma alimentação mais saudável, se "aventurando" na cozinha para fazer suas próprias refeições. Mas se você está sem muitas ideias do que preparar, a PMA (Produce Marketing Association) pode ajudar: no final de julho, lançou o E-book de Receitas Especiais Associados, com sugestões de receitas para diferentes momentos do dia. As receitas do e-book foram elaboradas pelas empresas associadas à PMA e incluem frutas, legumes e verduras (os FLV's), com curadoria da nutricionista Lara Natacci. Segundo a CEO da PMA, Cathy Burns, essa ação reforça a importância de se "consumir frutas, legumes e verduras, o que pode ajudar a impulsionar o sistema imunológico e promover a saúde geral", e beneficia, sem dúvidas, todo o setor produtivo brasileiro. Para quem se interessar, o e-book está disponível em <https://pma.agr.br/e-book-de-receitas-especiais-associados-pma/>.

QUER CONTINUAR A RECEBER A REVISTA HORTIFRUTI BRASIL?

Então faça seu recadastramento!

Enquanto muito são adeptos do mundo digital, alguns dos nossos leitores preferem receber a edição impressa. Se você é um deles, será necessário realizar seu recadastramento caso tenha interesse em continuar a receber a Hortifru Brasil. Os procedimentos são simples, veja:

PASSO 1

Anote seu **CÓDIGO DE ASSINANTE** (de até 9 dígitos), que está na etiqueta de endereço colada no verso da revista.

XXXXXXXXX-
Nome Completo
Endereço
Cidade/Estado - CEP: XXXXX-XXX

PASSO 2

Acesse:
hfbrasil.org.br/portalthorti/recadastro
DIGITE SEU CÓDIGO DE ASSINANTE
e clique em Enviar.



PASSO 3

PREENCHA TODOS OS CAMPOS corretamente com os seus dados e clique em **ENVIAR**. Pronto, você continuará recebendo a revista!



ATENÇÃO!

O PRAZO PARA O RECADASTRAMENTO TERMINA EM 31/01/2021*

*O assinante que não realizar seu recadastro até 31/01/2021 terá o envio da revista cancelado automaticamente a partir da edição de fevereiro de 2021. No caso de dúvidas, entre em contato: (19) 3429-8808, WhatsApp (19) 99128-1144 ou hfbrasil@cepea.org.br.

Produtividade e qualidade sem fronteiras.

Proteção completa com as soluções UPL Hortifrúti para todo o ciclo do cultivo.

Pronutiva é um programa exclusivo da UPL para promover a Saúde Vegetal, cuidando de todo o ciclo do cultivo de forma integrada, do tratamento das sementes até a mesa do consumidor. Uma sinergia entre proteção de cultivos e as mais modernas tecnologias em Biossoluções que estimulam e fortalecem as plantas.



DUAS

Conheça a linha de Soluções UPL para a proteção de todo o ciclo de sua lavoura:

| Fungicidas | Biossoluções | Inseticidas |
|-----------------------|--------------|-------------|
| Kasumin | Biozyme | Sperto |
| Unizeb Glory | K-fol | Akito |
| Proplant | Raizal | Applaud |
| Ranman | K-tionic | Matrine |
| Vitavax Thiram 200 SC | Foltron | Atabron |
| Manzate WG | Vitalik | Dimilin |
| Orthocide 500 | UPDT | Azamax |
| Biobac | Poliquel | |
| Kaligreen | | |

| Herbicidas | Acaricidas |
|-----------------|--------------|
| Select One Pack | Batent |
| Unimark 700 WG | Omite 720 EC |
| Fascinate | Ortus |
| | Matrine |

Consulte a bula para o uso correto das soluções na sua lavoura.

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.

PANDEMIA ALTERA HÁBITOS DO CONSUMIDOR DE HF

Preocupações com a saúde e pouco dinheiro no bolso são os motivos para recentes mudanças no consumo

Por Fernanda Geraldini, Marcela Barbieri, Daniel Gonçalves, João Vítor Pereira e Leonardo Caires



Os primeiros registros de coronavírus no Brasil ocorreram no final de fevereiro deste ano e, em menos de um mês, o País passou a adotar medidas de isolamento social para tentar conter o avanço da pandemia. Esse cenário alterou o comportamento dos consumidores, tanto pela situação sem precedentes quanto pela limitação na mobilidade.

A Kantar Worldpanel citou, recentemente, estudo da UCL (Colégio Universitário de Londres) indicando que a transformação de um novo hábito em rotina leva um tempo médio de 66 dias – e muitos brasileiros estavam, no fim de julho, há mais

de 120 dias em quarentena. Ou seja, mudanças ocorridas nesse período de isolamento podem ter sido consolidadas.

Nesta edição, a equipe da **Hortifruti Brasil** avalia os estudos que mostram as tendências que surgiram durante a quarentena e as perspectivas para o período posterior a ela. A equipe analisou relatórios e dados da Euromonitor, Galunion, Kantar Worldpanel, Cielo, Nielsen, BTG Pactual e PMA Brasil, além, é claro, de informações de mercado levantadas diretamente pela **Hortifruti Brasil** junto aos colaboradores.

QUANTO MAIS TEMPO PERSISTE A QUARENTENA, MAIORES SÃO AS MUDANÇAS DE HÁBITOS

Durante a quarentena, o consumidor brasileiro passou por mudanças, moldadas especialmente em preocupações relacionadas à saúde, à segurança e a finanças. No caso do setor de HF, o destaque foi o maior consumo no varejo, em decorrência da busca por saudabilidade e do aumento das refeições no lar. Porém, não foram apenas essas transformações que ocorreram, outros pontos importantes serão considerados abaixo.



QUAIS MUDANÇAS A QUARENTENA JÁ CAUSOU NO BRASIL?



MARÇO



Primeira morte por covid-19 no Brasil em 12 de março em São Paulo, segundo o Ministério da Saúde.



A preocupação com a saudabilidade eleva interesse por hortifrúti, especialmente pelos que podem fortalecer a imunidade.



Governo de São Paulo decreta quarentena em todo o estado no dia 24 de março.



Escolas, hotéis, restaurantes e outros serviços não essenciais são paralisados e/ou funcionam com restrições, limitando as vendas de produtos frescos para estes canais.



As últimas semanas do mês registram boom de compras no varejo (principalmente de não perecíveis), diante de receios quanto ao desabastecimento.



ABRIL



Quarentena se prolonga na maioria dos estados brasileiros, e as políticas de abertura do comércio ficam mais rígidas, autorizando-se apenas os serviços essenciais.



Embora sejam consideradas como serviços essenciais, feiras livres são suspensas em algumas localidades, com decretos municipais.



Supermercados ganham mais espaço frente a outros canais de venda de alimentos, com faturamentos acima do período anterior ao da pandemia.



Preparo de refeições em casa ganha importância, devido às maiores segurança e economia.



Brasileiro reduz a frequência de ida às compras, principalmente na segunda quinzena do mês.



Com menor mobilidade, procura por HF's mais perecíveis se reduz no varejo.



Compras *on-line* de alimentos aumentam. Varejo e serviços de alimentação se adaptam, inclusive na venda de perecíveis.



MAIO



Planos de flexibilizações da quarentena começam a ser apresentados no fim do mês.



Brasileiros optam por alimentos mais indulgentes (como doces, lanches e pizzas), como uma "recompensa" ao estresse, à ansiedade e às privações geradas pela pandemia.



Pequenos varejos ganham importância por serem mais próximos ao lar e com menos aglomerações.



Preocupação financeira aumenta, diante da recessão econômica e da perda de empregos.



JUNHO



Casos de covid-19 se disseminam no interior do Brasil, e os infectados superam a marca de 1 milhão de casos em 19 de junho, de acordo com levantamento de consórcio de veículos da imprensa.



Planos de flexibilização começam a valer em algumas localidades.



Relaxamento do isolamento por parte da população, que "cansou" de ficar em casa.



Retomada parcial dos serviços de alimentação em algumas regiões favorece as vendas de HF's no início do mês.

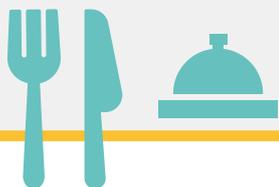


Consumidores mais prejudicados financeiramente, diante da crise, começam a aumentar as privações, mesmo em pequenas indulgências.



Brasil registra, no final do mês, o maior índice de desemprego (13,1%) desde o início da pandemia, segundo dados da PNAD.





NOVOS HÁBITOS DE CONSUMO DURANTE A PANDEMIA

O aumento do consumo de alimentos no lar é a principal mudança na quarentena, contexto que alavancou as vendas do varejo. Ainda assim,

o consumidor também busca por refeições rápidas e práticas, apostando nos *deliveries* de alimentos prontos e do varejo.

1 SUPERMERCADOS CONCENTRAM COMPRA DE ALIMENTOS NO BR

Supermercados/hipermercados ganharam mais espaço como canais de compras de alimentos, devido, em partes, ao aumento de refeições preparadas em casa. Vale lembrar que esses locais oferecem ao consumidor maior portfólio de itens, facilitando as compras.

No geral, antes da pandemia, os supermercados (independentemente da escala) representavam pouco mais de 50% das compras, com varejões, sacolões, feiras livres e venda direta (produtor para o consumidor) sendo os demais pontos de venda. Já durante o isolamento, dados da Nielsen apontam aumento nas vendas de frutas e hortaliças no varejo tradicional, principalmente em supermercados e atacarejos.

Vegetais são os mais procurados na pandemia e vendas aumentam

+211% +9,2% -43,5%



Saladas/vegetais



Frutas



Tubérculos/raízes

Vendas no varejo no primeiro semestre de 2020 frente o mesmo período de 2019

Fonte: Nielsen, julho/2020.

2 POUCO CONSUMO FORA DE CASA

Com restrições dos restaurantes e fechamento das escolas, o consumo de HF's nestes estabelecimentos caiu significativamente. No caso dos serviços de alimentação, somente sistemas de retirada e/ou de delivery estavam autorizados em vários estados até meados de julho (com retomada do atendimento presencial no fim do mês em algumas localidades).

Assim, os HF's que são escoados principalmente por meio destes segmentos foram prejudicados, mas ainda não se sabe se essa redução foi compensada pelo aumento das refeições em casa. Além disso, o baixo volume de venda nos restaurantes faz com que proprietários não se arrisquem em elaborar pratos com perecíveis *in natura* (já que são menos estocáveis), substituindo esses alimentos por congelados, por exemplo.

Apesar das vendas *on-line*, queda no faturamento de restaurantes é grande



-60%

no faturamento de bares e restaurantes brasileiros

Restaurantes e bares no Brasil registraram queda no faturamento de, em média, 60,4%, quando comparado março a julho frente ao período pré-pandemia.

Fonte: Boletim Cielo Varejo.

3 MAIS REFEIÇÕES EM CASA

Com o fechamento de restaurantes e pessoas permanecendo mais tempo em casa e preocupadas com a segurança do alimento, o preparo de refeições dentro do lar ganhou espaço e favoreceu o comércio de HF nos supermercados.

Pesquisas apontam que, mesmo com a reabertura de alguns restaurantes desde julho, o brasileiro ainda deve realizar suas refeições principalmente em casa.

4 PRODUTOS FRESCOS GANHAM ESPAÇO NO SEGMENTO ON-LINE

O isolamento social aumentou a frequência de compras *on-line*, devido à maior comodidade, à facilidade de pagamento e à sensação de segurança. E os supermercados têm se adaptado para atender a esta demanda crescente, oferecendo entrega ou retirada dos produtos.

Contudo, as vendas de produtos industrializados e “padronizados” são mais fáceis em relação às de alimentos perecíveis. Neste sentido, algumas redes de varejo mais especializadas no segmento HF's têm se diferenciado e investido no comércio *on-line*, mas com atendimento personalizado.

5 PRATICIDADE CONTINUA IMPORTANTE NA PANDEMIA

Mesmo passando mais tempo em casa, consumidores optam por menus mais simples. Segundo a Kantar, os sanduíches são a principal opção para 34% dos entrevistados. E, muitas vezes, os HF's saem perdendo, já que não fazem parte da composição dessas refeições. Nesse sentido, é importante que o setor reforce ao consumidor que as frutas são ótimas opções para os lanches rápidos, já que não têm grande necessidade de manipulação e preparo. Os HF's prontos para o consumo também podem ser uma ótima oportunidade para aproveitar o aumento do preparo das refeições no lar.

Dentre as opções de alimentação, lanches rápidos são os que mais crescem no lar, seguidos por almoço e jantar

+14%



Café da manhã

+35%



Almoço e jantar

+50%



Lanches Rápidos

Fonte: Kantar, junho/20. Pesquisa abrangendo Reino Unido, França, Espanha e Brasil. No caso do Brasil, comparou-se o crescimento das semanas 15 e 18 (06 de abril a 03 de maio) frente ao primeiro trimestre de 2020. A pesquisa captou o aumento da frequência das refeições realizadas no lar.

Natural da Terra é um caso de sucesso



A rede Hortifruti/Natural da Terra é um exemplo que tem dado certo no comércio *on-line* de hortifrúti. A empresa abriu lojas exclusivas para *delivery* (as chamadas “dark stores”) e internalizou as entregas, tornando-as mais rápidas.

O destaque da rede é ter especializado funcionários para escolher os HF's, tornando o atendimento *on-line* mais personalizado e garantindo a satisfação dos clientes.

Consumidor prioriza preparos rápidos

% dos entrevistados quanto ao tempo de preparo

44%



0-20 minutos

46%



21-40 minutos

10%



41 minutos ou mais

Tempo médio de preparo das refeições no lar durante a pandemia

Fonte: Kantar, junho de 2020.

6 ALIMENTAÇÃO INDULGENTE COMO FORMA DE “CONSOLO”

O prolongamento da quarentena no Brasil tem aumentado a busca por alimentos que trazem prazer, e a preocupação com uma alimentação saudável perdeu espaço após quatro meses de isolamento social. Isso porque o momento atual é tão cheio de privações que a alimentação se torna uma “recompensa” ou até mesmo um “consolo”. E este comportamento é prejudicial ao setor de HF's.

Doces e massas são os mais procurados no Google



As cinco receitas mais procuradas no Google entre fevereiro e abril foram: bolo, pão, frango, torta e pudim. Já no *delivery*, o *fast-food* lidera, seguido de pizzas e pratos/refeições

Fonte: BTG Pactual, maio/2020, e Kantar, junho/2020.



“FATOR RENDA” E O IMPACTO SOBRE O CONSUMO

Um dos impactos econômicos da pandemia é a queda de padrão de vida do brasileiro. Segundo pesquisa do Instituto Locomotiva, a pedido do jornal O Estado de S. Paulo, 54% dos brasileiros relataram diminuição no padrão de consumo nos últimos meses. Conforme a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a estimativa é de que o PIB *per capita* (soma da riqueza produzida pelo País por habitante) em 2020 apresente a maior retração da história do País, de 6,7%.

Assim, o comportamento de consumo do brasileiro é diferente entre as camadas da população, variando conforme a intensidade do impacto na renda. A Nielsen divide consumidores em dois perfis principais: os relativamente não afetados e os que tiveram renda e despesas reduzidas. Os menos prejudicados buscam reproduzir a experiência “fora de casa” na alimentação no lar, com receitas mais sofisticadas e kits prontos, além de se permitir mais indulgências, com pedidos de refeições via *delivery*. Já os que tiveram a renda impactada estão cortando as despesas, priorizando os descontos e os gastos essenciais.

No setor de HF's, é nítida essa diferença. As redes de hortifrúti *premium* registram aumento no faturamento com frutas e hortaliças frescas. Ao mesmo tempo, observa-se queda nas vendas das Ceasas, que têm como clientes principais os supermercados de pequeno e médio portes, sacolões, feiras livres e restaurantes.

Levando-se em conta os dados da última Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2017-18), a cada 1% de queda na renda do brasileiro, o consumo geral de frutas e hortaliças recua 0,573% (dados calculados por Vaz e Hoffmann em 2019, com base na elasticidade-renda). Assim, estima-se que, se a renda do consumidor cair, em média, 6% em 2020, o consumo médio de frutas e hortaliças no lar tende a recuar entre 3 e 4%.





COMO O CONSUMIDOR IRÁ SE COMPORTAR APÓS O ISOLAMENTO?

Cautela deve continuar sendo a palavra-chave dos consumidores nos próximos meses, tanto em relação à saúde quanto à economia. O período de isolamento social praticamente passou e, agora, inicia-se a consolidação do distanciamento

social, com maior flexibilização e programação para reabertura de bares e restaurantes. Porém, mesmo após o fim da quarentena mais rígida, brasileiros pretendem manter alguns hábitos enquanto a pandemia persistir. São eles:

Os hábitos que os brasileiros devem manter após o isolamento



1 CAUTELA E SELETIVIDADE NAS COMPRAS

Com a recessão econômica, a perda de empregos e as perspectivas incertas de ganho, consumidores tendem a ser mais cautelosos e seletivos em suas compras, o que pode impactar negativamente nas vendas de HF's mais caros.

2 RETOMADA LENTA AO FOOD SERVICE

Muitos consumidores não pretendem, logo de cara, voltar a frequentar bares, restaurantes e outros estabelecimentos com aglomerações, tanto pela preocupação financeira quanto pelo receio de contrair o vírus. Assim, muitos devem restringir as idas aos restaurantes a quilo, temendo, por exemplo, que a higienização dos utensílios não seja constante e adequada.

3 RETOMADA AOS HOTÉIS

Turistas também devem retomar as idas a hotéis em maior intensidade só em 2022. Ressalta-se aqui que muitas frutas, como o mamão e o melão, tiveram o escoamento comprometido a esses estabelecimentos, tendo em vista que são oferecidos no café da manhã.

4 COMPRAS ON-LINE PERMANECEM

A experiência de compras *on-line* foi positiva e consumidores devem permanecer utilizando o serviço no pós-quarentena, tanto de refeições prontas quanto no varejo.

5 ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL VOLTA À TONA

Após crescimento do consumo por indulgência, a priorização da alimentação saudável e mais consciente deve voltar a ganhar espaço. Além disso, consumidores devem dar maior importância ao consumo de produtos locais e de proteínas de origem vegetal.

Estar mais consciente, no entanto, nem sempre resulta em ações efetivas de consumo. A pesquisa “A mesa dos brasileiros”, publicada pela Fiesp em 2018, mostrou que o brasileiro está cada vez mais consciente sobre suas escolhas e reconhece a importância dos hábitos saudáveis, mas é menor a proporção dos que,

efetivamente, traduzem tal conscientização em hábitos regulares. Segundo a Vigitel, em pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde nas capitais do Brasil, entre 2018 e 2019, somente 23% da população adulta consumia as cinco porções diárias de frutas e hortaliças recomendadas pelos órgãos de saúde.



DESAFIOS E OPORTUNIDADES AO SETOR DE HF NO PÓS-ISOLAMENTO

O que muda com a maior flexibilidade na abertura do comércio a partir de setembro?



População está mais consciente e conectada; produtores devem aproveitar este cenário



Produtores que comercializam diretamente com supermercados e hipermercados devem ter maior facilidade de escoamento da produção;



Frutas e hortaliças com preços mais acessíveis e com facilidade no preparo devem ser as preferidas pelos consumidores neste semestre;



Alimentos frescos podem se beneficiar com a maior demanda por produtos naturais, menos industrializados e com apelo saudável;



Há grandes oportunidades na venda eletrônica de frutas e hortaliças frescas, diante de um consumidor cada vez mais conectado;



HF's certificados com Boas Práticas de Produção/Sustentáveis podem ter um apelo maior em momentos de maior sensibilidade à saúde.



Produtores devem continuar atentos à restrição de renda e de funcionamento de alguns canais



A demanda por HF's mais perecíveis pode seguir restrita, devido à menor ida às compras e à retomada lenta dos restaurantes;



Produtores que comercializam por cadeias com maior nível de intermediários ainda devem ter dificuldades de escoamento em momentos de maior oferta;



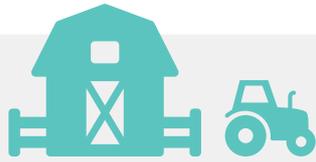
O funcionamento restrito de escolas e restaurantes deve limitar o escoamento de HF's fora de padrão – principalmente em momentos de maior oferta;



Agricultores familiares, que dependem da comercialização local e da venda para a merenda escolar, ainda terão dificuldades de escoamento neste semestre;



Os períodos mais críticos de comercialização neste semestre serão o final do mês, devido à restrição na renda do consumidor.



AFINAL, O CONSUMO DE HF'S TEM SIDO MAIOR NA QUARENTENA?

Esta é uma pergunta difícil de responder! Ainda que algumas pesquisas indiquem aumento nas vendas de frutas e hortaliças nos supermercados brasileiros, não há informações precisas que confirmem se este crescimento teria compensado a queda no *food service*, escolas, hotéis e nas vendas diretas (feiras de produtores).

Além disso, é importante considerar que, mesmo no varejo, a demanda por frutas e hortaliças mudou ao longo dos quatro meses de quarentena. Em alguns períodos, houve maior evidência do apelo saudável ditando as ações de consumo, mas há indícios de que a saudabilidade foi se perdendo com o andamento da quarentena.

Considerando-se os 13 hortifrúteis acompanhados pela **Hortifruti Brasil**, de um modo geral, a oferta não foi elevada na maior parte do primeiro semestre. Assim, apesar de muitos hortifrúteis terem registrado preços superiores aos verificados no mesmo período do ano passado, produtores acreditam que, diante da baixa oferta, os valores poderiam ter sido maiores caso a demanda nacional fosse significativa.

Para os próximos meses, colaboradores do Hortifruti/Cepea se mostram preocupados, já que a maioria das frutas e hortaliças acompanhadas deve registrar aumento de oferta frente ao primeiro semestre, ao passo que o poder de compra de muitos consumidores estará menor. O alento vem do fato de a alimentação ser um gasto essencial e do apelo saudável dos HF's.

Além disso, as hortaliças e algumas das frutas acompanhadas pela equipe apresentam preços mais acessíveis, podendo ser priorizadas na cesta do consumidor.

No pós-quarentena, a busca por um estilo de vida saudável deve persistir, podendo ser até mais evidente que nos últimos anos. A diferença é que, provavelmente, o setor precisará inovar e tomar ações mais audaciosas, como melhorar o comércio eletrônico de frutas e hortaliças no varejo e ampliar as opções de alimentos práticos (como os minimamente processados). Ainda, será muito importante transmitir segurança ao consumidor, especialmente por conta do maior manuseio.

Por um tempo, também devem persistir as preocupações com o segmento de *food service*, principalmente os restaurantes por quilo, diante das restrições sanitárias de funcionamento e de uma retomada ainda lenta dos consumidores a esses locais. Assim, é importante que o produtor trabalhe com parcerias mais efetivas com supermercados e hipermercados. Muitos varejos, contudo, ainda têm limitações em trabalhar com o segmento de produtos frescos e poucos têm funcionários treinados para a exposição correta dos produtos. A diferença nas vendas no varejo especializado em HF's e o convencional é muito elevada, sendo necessário trabalhar de forma conjunta em modelos mais inovadores de venda. ■



-14,4%



Recuo das cotações do tomate salada longa vida 2A ao produtor

Rentabilidade

do tomate salada (ponderado pela classificação) em julho

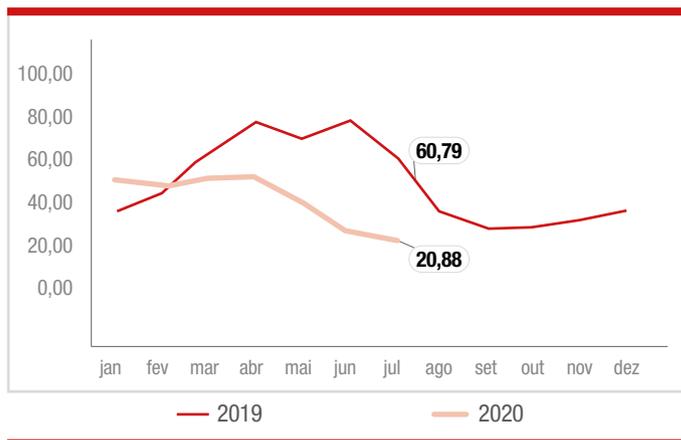
17,61 (preço)

-31,66 (custo)

-R\$ 16,05/cx

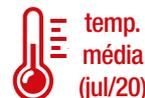
Clima acelera maturação e preços recuam

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

23°



Temperatura média em julho/20 é 44% maior que a de julho/19 em Mogi Guaçu (SP)

Fonte: Inmet.

-5%



Custo

Maior produtividade reduz custos de produção em Mogi Guaçu (SP)

O tomate se desvalorizou em julho frente ao mês anterior. As temperaturas mais elevadas que o normal para o mês, principalmente no Sudeste, onde se concentrava a maior parte da produção no período, aceleraram a maturação. Parte das primeiras lavouras de inverno, que estava com o ciclo atrasado devido ao clima mais frio no início da safra, acabou produzindo mais no final da primeira parte da temporada, enquanto as lavouras em início de colheita adiantaram um pouco o ciclo em julho. Apesar disso, o clima tem favorecido a produtividade ao longo da safra, reduzindo, inclusive, os custos unitários de produção: em Mogi Guaçu (SP), por exemplo, a estimativa de custo foi de, em média, de R\$ 27,41/cx, queda de 5% frente a junho.

PRIMEIRA PARTE DA SAFRA SE APROXIMA DO FIM EM AGOSTO



Estimativa (%) de área colhida (mar/20 – ago/20) frente ao total da safra de inverno (mar/20 – nov/20)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

A disponibilidade pode se reduzir em agosto com a colheita da primeira parte da safra de inverno chegando ao fim.



Preço

Com a redução da oferta, a expectativa é de alta nos preços em agosto.



2ª parte da safra de inverno

Paty do Alferes (RJ) começa a colheita da segunda parte da temporada de inverno no final do mês.

O MELHOR CONTROLE EM
TRAÇAS, MOSCA-BRANCA,
MINADORAS, BROCAS E ÁCAROS

SINERGIA ENTRE
2 MOLÉCULAS

BAIXO PERÍODO
DE CARÊNCIA



CHEGOU MINECTO[®] PRO

Um novo patamar
de performance

CONTROLE ÚNICO. DIVERSAS PRAGAS.

 **Minecto[®] Pro**

syngenta.

PARA RESTRIÇÃO DE USO NOS ESTADOS, CONSULTE A BULA.

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS; DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS; LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA; E UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

c.a.s.a.
0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br



Colheita

Atividades da safra de inverno se iniciam em julho em MG e GO

Oferta

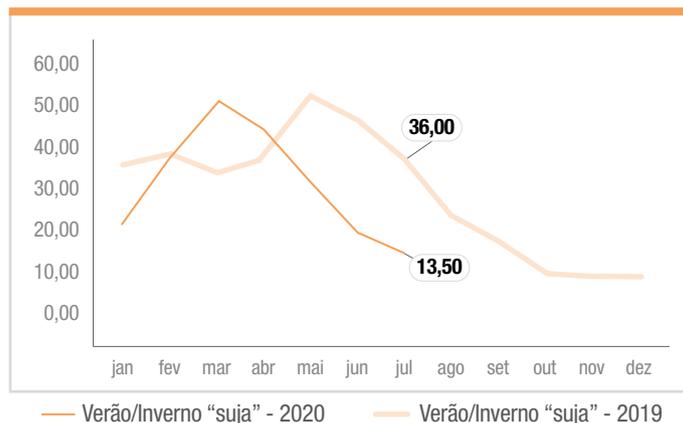
(Jul/20)



Volume quase não se altera, devido à alta produção de verão e baixa produtividade de inverno

Em período de transição de safras, preço oscila em julho

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



-26%



Jul/20
X
Jun/20

Preço médio da cenoura “suja” tem redução em MG

Rentabilidade

Cenoura “suja” em São Gotardo (MG)

0,46 (preço)

-0,42 (custo)

+R\$ 0,04/kg

Fonte: Hortifru/Cepea.

O mês de julho foi marcado pela transição da safra de verão 2019/20 para a de inverno 2020. As últimas áreas de verão colhidas tiveram alta produtividade, ao contrário das primeiras de inverno, que não foram tão produtivas, o que ocasionou oscilações na oferta. Isso se deve ao clima no período de desenvolvimento de cada variedade. Mesmo com o processo gradual de reabertura do comércio, a demanda pouco mudou em julho – as caixas com cenouras “fora do padrão” ainda foram mais afetadas, pois escolas permanecem fechadas e restaurantes estão reabrindo de forma restrita. Os preços da cenoura “suja” variaram de R\$ 10,00 a R\$ 18,00 ao longo do mês, fechando na média de R\$ 13,50/cx de 29 kg em São Gotardo (MG). A rentabilidade fechou positiva, mas restrita, em julho, ficando 9,75% acima dos custos – estimados em R\$ 12,30 /cx de “suja”.

SAFRA DE INVERNO GANHA RITMO EM AGOSTO

PERSPECTIVAS



Estimativa (%) da área colhida (jul/20 – ago/20) frente ao total da safra de inverno – 2º semestre – (jul/20 - dez/20)

Fonte: Hortifru/Cepea.



Preço

Com maior oferta, cotações devem continuar em níveis mais baixos em agosto. Menor área, no entanto, deve limitar o cenário de queda.



Qualidade e produtividade

Com a entrada das variedades de inverno e o clima mais favorável, qualidade e produção devem aumentar em agosto.



Área

Com as incertezas de mercado, devido à pandemia, área total colhida de inverno será menor em relação à safra passada.

+35,4%



Alta no preço médio da crespa em Mogi das Cruzes e Ibiúna (SP)



Demanda

Com a flexibilização da quarentena, procura por alface tem leve aumento em julho

Com baixa produção, preços da alface aumentam

Preços médios da variedade crespa em Ibiúna (SP) - (R\$/unidade)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jul/20)



Menor área colhida reduz oferta de folhosas em SP e RJ

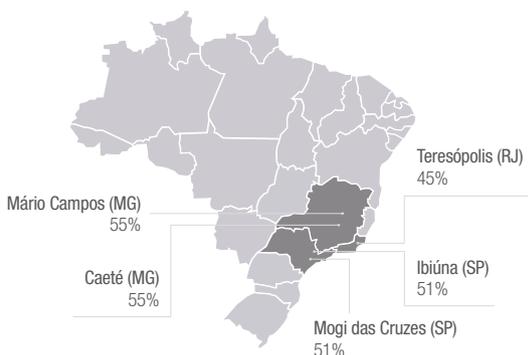


Estiagem

Falta de chuva em SP preocupa agricultores e restringe o uso de água

Apesar do típico consumo reduzido em julho, devido às temperaturas mais baixas, a retomada de alguns estabelecimentos aumentou a procura por alface. Em relação à oferta nas roças, foi controlada em julho por causa da menor área plantada e do ciclo mais longo da cultura diante do clima mais frio. Com isso, a crespa se valorizou 69,45% em Mogi das Cruzes (SP) e 33,69% em Teresópolis (RJ), com preços médios de R\$ 0,70/unidade e de R\$ 0,45/unidade, respectivamente. A falta de chuvas em praticamente todo o estado de São Paulo preocupa agricultores, que já estão reduzindo o uso de água. A disponibilidade restrita pode afetar o plantio e o desenvolvimento das alfaces no restante da safra de inverno.

SAFRA DE INVERNO GANHA RITMO E DEVE CHEGAR A METADE ATÉ O FINAL DE AGOSTO



Estimativa (%) de área colhida (ago/20) da safra de inverno (jun/ago-20)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Rentabilidade

Com a oferta ainda limitada, as cotações podem manter bons patamares de rentabilidade ao produtor.



Oferta

Produtores de Teresópolis (RJ) acreditam que a oferta não será suficiente para abastecer a demanda em agosto, sendo necessário o carregamento em outras regiões.



Demanda

Apesar do estímulo causado pelas liberações graduais do comércio, as baixas temperaturas ainda devem inibir o consumo em agosto.

BATATA

-43%

Jul/20
X
Jun/20

Preço da batata ágata especial cai nos atacados paulistanos

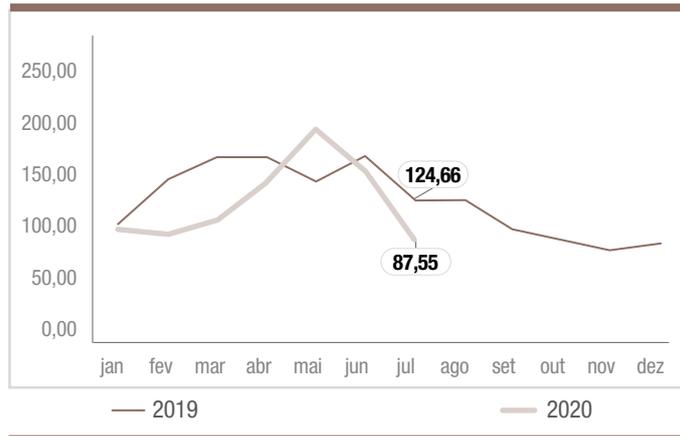


Produtividade

Clima seco e ameno eleva produtividade e garante boa qualidade das lavouras

Colheita das safras eleva oferta e preços caem

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jul/20)



Oferta aumenta em julho com início da safra de inverno e intensificação das secas

Rentabilidade

da ágata em Vargem Grande do Sul (SP) em julho

63,26 (preço)

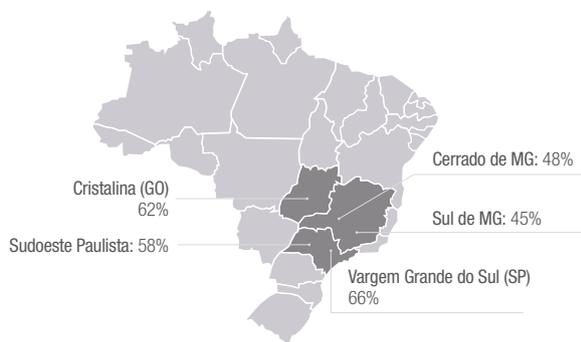
-59,33 (custo)

+R\$ 3,93/sc de 50 kg

Em julho, a maior oferta pressionou os preços da batata ágata especial no atacado de SP, que tiveram média de R\$ 87,55/sc, redução de 43% frente a junho. Esse cenário se deve à colheita da safra das secas e início da de inverno. Além disso, a região de Vargem Grande do Sul (SP) antecipou o ciclo das primeiras lavouras, de forma que houve um adiantamento na colheita, aumentando ainda mais o volume de batata no mercado. De acordo com colaboradores, o clima seco e ameno nos últimos meses favoreceu o bom desenvolvimento das batatas e o controle fitossanitário, de forma que as produtividades estão mais altas neste ano. Apenas as regiões sulistas seguiram com baixo rendimento, devido à seca durante o ciclo da cultura.

MAIS DA METADE DA SAFRA DE INVERNO SERÁ OFERTADA ATÉ O FINAL DE AGOSTO

PERSPECTIVAS



Estimativa (%) de área colhida (jul/20 - ago/20) frente ao total da safra de inverno (jul/20 - nov/20)

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta

Em agosto, a oferta deve continuar elevada, uma vez que será pico de safra em Vargem Grande do Sul (SP) e a colheita se intensificará em Cristalina (GO).



Produtividade

O clima seco e ameno nos últimos meses deverá favorecer a produtividade e a qualidade dos tubérculos colhidos em agosto.



Plantio

Em Ibiraiaras (RS), Curitiba, São Mateus do Sul, Ponta Grossa e Irati (PR) devem ocorrer a maior parte dos plantios da safra de verão 2020/21 em agosto.

LINHA HORTIFRÚTI

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

ORIS&UTPLA



PORTFÓLIO BATATA

INSETICIDAS

Delegate[®]

Lannate[®] BR

Sabre[®]

Tracer[®]

FUNGICIDAS

Curathane[®] WP

Curzate[®]

Dithane[®] NT

Equation[®]

Fore[®] NT

Kocide[®] WDG Bioactive

Midas[®] BR

Pulsor[®] 240 SC

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS; DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS; LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA; E UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.



CEBOLA

Analista de mercado: *Marcelo Franzini Erhart de Barros*
Editora econômica: *Marina Marangon Moreira*
hfcebola@cepea.org.br

-14,78%



Jul/20
X
Jun/20

Preço cai após intensificação da colheita no Brasil

Rentabilidade

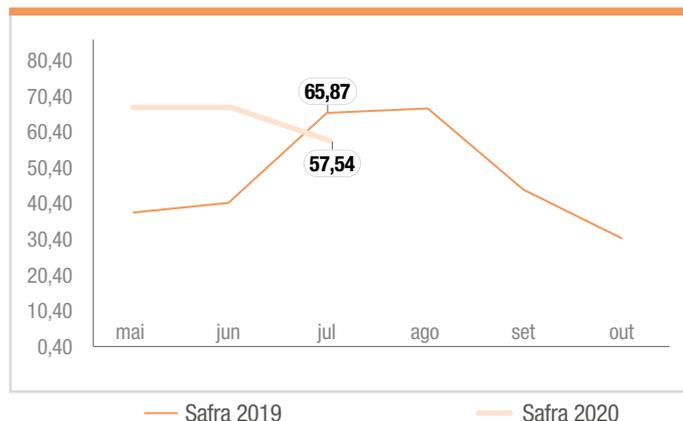
da cebola amarela em Santa Juliana (MG) em julho

2,88 (preço)
-0,75 (custo)

+R\$ 2,13/kg

Oferta nacional aumenta e cotações recuam

Preços médios recebidos em Santa Juliana (MG) pelo produtor da cebola amarela híbrida (R\$/sc de 20 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Colheita

Monte Alto e São José do Rio Pardo (SP) iniciam colheita da safra 2020



Qualidade

Retirada de bulbos verdes reduz qualidade em Monte Alto (SP)

Em julho, o início da colheita em Monte Alto (SP) e São José do Rio Pardo (SP) e a intensificação das atividades em MG e GO elevaram a oferta. Esse cenário refletiu em queda de 14,78% nas cotações da caixa tipo 3 entre junho e julho, fechando a R\$ 57,54/sc de 20 kg em Santa Juliana (MG). Apesar da baixa, os preços continuaram rentáveis ao cebolicultor, levando à comercialização de bulbos precoces. Como consequência da menor qualidade, a comercialização entre Monte Alto e a Ceagesp foi mais restrita, e parte dos produtores paulistas enviou a mercadoria para outras localidades, como ao Nordeste e até mesmo ao Paraguai. Já em São José do Rio Pardo (SP), não houve dificuldade nas vendas, devido à maior qualidade proporcionada pela cura mais completa. As importações da Argentina, por sua vez, se encerraram. Por estar em período de entressafra e com menor oferta interna, o país vizinho especulou, inclusive, adquirir o produto brasileiro para abastecer a demanda local.

COLHEITA SE INTENSIFICA EM AGOSTO

PERSPECTIVAS



Estimativa (%) de comercialização da safra 2020 no Cerrado (mai-out/20) e em São Paulo (mai-out/20) e da safra do 2º semestre no Nordeste (jul-dez/20)

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta

A intensificação da colheita em SP, no Cerrado e Nordeste deve aumentar a oferta nacional.



Preço

A oferta elevada deve pressionar os valores, mas a queda pode ser amortecida pela retirada precoce, menor área e possível exportação à Argentina.



Qualidade

Pode ser maior em agosto, uma vez que a cura das cebolas deve ser mais completa após o recuo dos preços.



Quem investe contra nematoides,
se destaca na qualidade da batata.



Novo modo de ação
que proporciona:

-  Alto rendimento de produção e qualidade de tubérculos
-  Excelente eficácia no controle de nematoides
-  Baixo risco para operadores e para o meio ambiente*



Verango® Prime.
O resultado que você quer ver.

 Converse Bayer
0800 011 5560
conversebayer@bayer.com

*Selo de atenção.

www.verangoprime.bayer.com.br

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS; DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS; LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E RECEITA; E UTILIZE SEMPRE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

-11%



Preço da palmer cai em julho no Vale do São Francisco (PE/BA), mas segue superior a julho/19



Exportações

Envios de julho/20 são os maiores da história para o mês

Fonte: Secex.

Apesar de queda, preços seguem satisfatórios

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Rentabilidade

da palmer no Vale do São Francisco (PE/BA) em julho

2,44 (preço)

-0,86 (custo)

+R\$ 1,58/kg



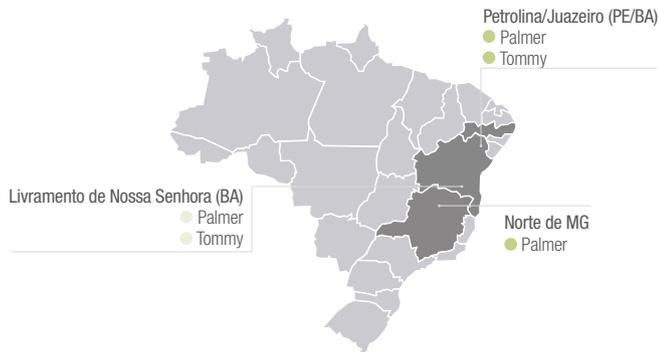
Oferta

Volume em julho ainda é restrito no Vale do São Francisco (PE/BA), em Livramento de Nossa Senhora (BA) e no Norte de MG

Os preços das mangas palmer e tommy caíram em todas as regiões produtoras em julho. Ainda assim, continuaram acima dos de julho/19 e dos custos unitários de produção. Este cenário se deve à oferta controlada nas principais praças, além do bom desempenho das exportações do Vale do São Francisco (PE/BA). Quanto à demanda, não foi elevada no período, principalmente nas Ceasas, visto que as altas cotações são um entrave para um melhor escoamento. Uma novidade aos produtores do Perímetro Irrigado de Brumado, em Livramento de Nossa Senhora (BA), é o aumento do tempo de irrigação de 12 para 24 horas semanais, que deve durar de 19 de julho a 10 de outubro deste ano.

OFERTA COMEÇA A AUMENTAR EM TODO O PAÍS

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de manga em agosto

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta

Colheita deve se intensificar no Vale, Livramento e em MG; exportações serão essenciais para equilibrar a oferta e manter os preços remuneradores.



Exportações

Janela de envios brasileiros aos EUA se inicia em agosto, com previsão de extensão até dezembro. Volume deve ser semelhante ao de 2019.



Atividades de campo

Visando produzir mais no 1º semestre de 2021, produtores de MG já iniciam as aplicações de reguladores de crescimento.

R\$ 60,84/



Preço médio da tahiti em julho é o maior para o mês, em termos nominais, na série histórica do Hortifruti/Cepea, iniciada em 1996



Floradas

As primeiras flores da safra 2021/22 são observadas em SP em julho

Em alta, preço da pera em julho é o maior da série

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+6,21%



Em ano atípico, preço da laranja pera se eleva em julho, devido à menor oferta e à safra tardia



Indústria

Laranjas precoces representam o maior volume absorvido pelas processadoras em julho

A moagem de laranjas aumentou nas indústrias paulistas em julho, o que, em conjunto com a menor oferta e com a safra mais tardia, vem resultando em preços mais altos no mercado de mesa. Assim, o preço médio da pera in natura em julho superou em 48,58% o de julho/19. Quanto às laranjas precoces, estão sendo colhidas basicamente para fins industriais, devido à elevada demanda deste segmento e aos atrativos preços pagos para processamento. Para a lima ácida tahiti, a menor disponibilidade impulsionou as cotações em 87,66% frente a junho. As exportações seguem aquecidas, o que também contribuiu para a valorização da fruta no mercado nacional em julho.

OFERTA DE TAHITI DEVE SEGUIR BAIXA EM AGOSTO

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de citros em agosto

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta

Com precoces sendo basicamente destinadas à indústria, oferta é controlada no mercado de mesa.



Chuvas

Após a abertura de floradas em julho, chuvas intercaladas com períodos de sol são essenciais para um bom “pegamento”.



Demanda

Com a previsão de temperaturas acima da média durante o inverno em SP, demanda por cítricos pode ser favorecida em agosto.



R\$ 100,90

 cx de 18 kg
(Jul/20)

Preço médio da gala 110 Cat 1 sobe 5% frente a junho, devido à oferta limitada de graúdas

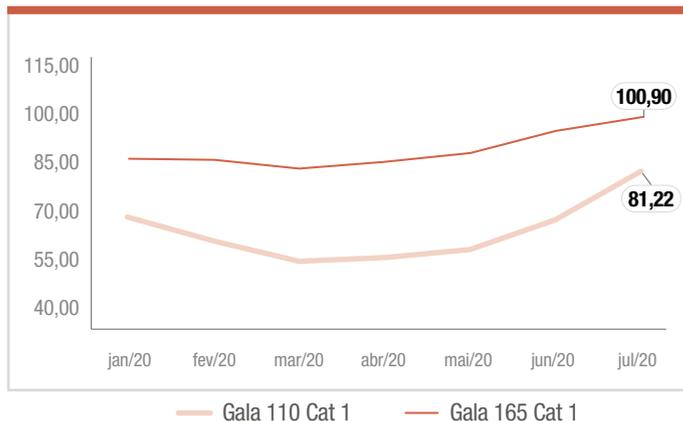


“Sacolinhas”

Como forma de melhorar a comercialização de maçãs miúdas, classificadoras intensificam vendas de embalagens de 1 kg

Gala calibre 110 Cat 1 alcança o maior preço nominal da década

Preços da gala calibre 110 e 165 Cat 1 na média das regiões classificadoras - R\$/cx de 18 kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Concorrência Nacional x Importada

Em alta, os preços das maçãs graúdas nacionais se aproximam dos das importadas



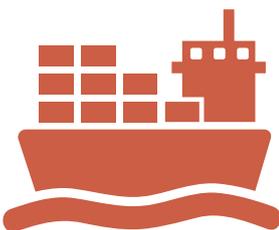
Ciclone no Sul

Entre 30 de junho e 1º julho, a passagem do ciclone “bomba” provocou vendavais, chuvas e granizo. Contudo, os danos aos pomares foram pontuais

Em julho, a menor oferta favoreceu o aumento de preços de maçãs de todos os tamanhos e categorias. As maçãs graúdas, por exemplo, registraram médias bastante elevadas: a gala calibre 110 Cat 1 alcançou R\$ 100,90/cx de 18 kg, o maior valor nominal desde 2010. As médio-miúdas também se valorizaram. Os elevados patamares das graúdas, no entanto, provocaram um desaquecimento na demanda por esse calibre, principalmente ao longo da segunda quinzena de julho, o que estimulou a comercialização dos menores tamanhos, que tinham preços mais atrativos. Além disso, as vendas de “sacolinhas” de 1 quilo pelas classificadoras também colaboraram para o escoamento dos calibres pequenos, como 198, 216 e 220.

IMPORTAÇÕES GANHAM RITMO, MAS BALANÇA COMERCIAL AINDA ESTÁ POSITIVA

+US\$ 2,1 milhões (janeiro a julho/20)
Balança comercial **positiva**



Fonte: Secex.

Importação

Volume: **48,6 mil** toneladas (+44%)
Gastos: US\$ **39,1** milhões (+24%)

Exportação

Volume: **61,8 mil** toneladas (+11%)
Receita: US\$ **41,2** milhões (-1%)

PERSPECTIVAS



Estoque

Deve seguir diminuindo gradualmente. Com o encerramento das câmaras de atmosfera normal, a oferta a partir de agosto deve ser exclusivamente de atmosfera controlada.



La Niña

Com a possibilidade de formação do fenômeno, ainda que sutil, a partir de agosto, os próximos meses podem ser marcados por menor volume de chuvas.

Fonte: Climatempo.



Importações

Mesmo com o dólar elevado, a baixa oferta de maçãs graúdas nacionais pode favorecer a importação, inclusive, com preços bastante competitivos.

TENHA MAIS CONTROLE E LUCRATIVIDADE COM O REGULADOR DE CRESCIMENTO VIVIFUL SC



impulsa

ATENÇÃO ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO; CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO; INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS; DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS; LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA; E UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

Viviful SC

IHARA
Agricultura
é a nossa vida



MELANCIA

Analista de mercado: João Pedro Motta de Paiva
Editora econômica: Fernanda Geraldini Palmieri
hfmelancia@cepea.org.br

R\$ 1,13/



kg
(Jul/20)

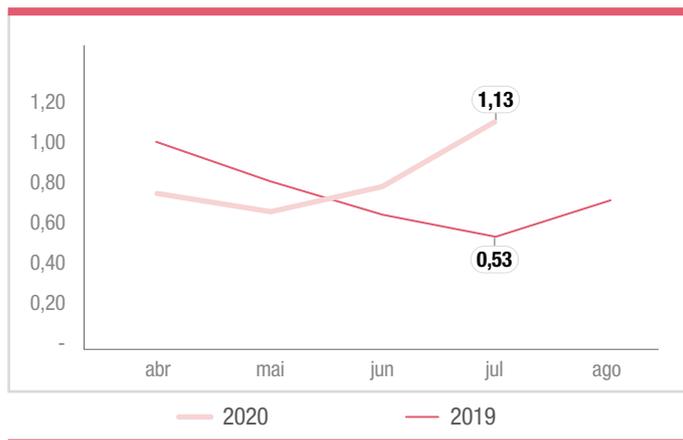
Preço médio pago pela graúda (>12 kg) de Uruana (GO) em julho



Primeiros transplântios são realizados no RS em julho, com mudas cultivadas em “cabanas”

Em julho, preços continuam acima de R\$ 1,00/kg

Preço da melancia graúda (>12 kg) em Uruana (GO) (R\$/kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jul/20)



Mesmo com início da colheita em Lagoa da Confusão (TO), oferta é restrita em julho



Temperaturas acima da média em SP favorecem plantios em Marília/Oscar Bressane

Em julho, apesar do início das atividades em Lagoa da Confusão (TO), o volume nacional foi baixo, por conta das reduções de área tanto no TO quanto em GO, o que resultou em cotações de até R\$ 1,56/kg. Quanto à qualidade da fruta, atacadistas relataram incidência de antracnose em alguns carregamentos de Uruana (GO), devido às chuvas no plantio, e em algumas melancias colhidas antes do tempo no Tocantins. No Rio Grande do Sul, produtores de Arroio dos Ratos e Triunfo realizaram o transplântio das primeiras lavouras da safra 2020/21 – cultivadas em “cabanas”, para proteção do clima frio. Já em Marília/Oscar Bressane (SP), as temperaturas acima da média no estado estão beneficiando as lavouras implantadas.

OFERTA DEVE AUMENTAR EM AGOSTO

PERSPECTIVAS



Fraco

Moderado

Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melancia em agosto

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Plantio

Atividades devem se intensificar em Arroio dos Ratos e Triunfo (RS) em agosto. Já em SP, início deve ocorrer em Itápolis.



Exportações

Temporada de envios à União Europeia deve começar em agosto no RN/CE, com ritmo ainda lento.



Oferta

Colheita deve ser intensificada no TO e em GO em agosto, mas reduções de área resultarão em oferta menor que no mesmo período de 2019.

Oferta

(Jul/20)



Intervalo entre safras reduz com força a oferta nacional, principalmente na primeira quinzena

R\$ 1,63/

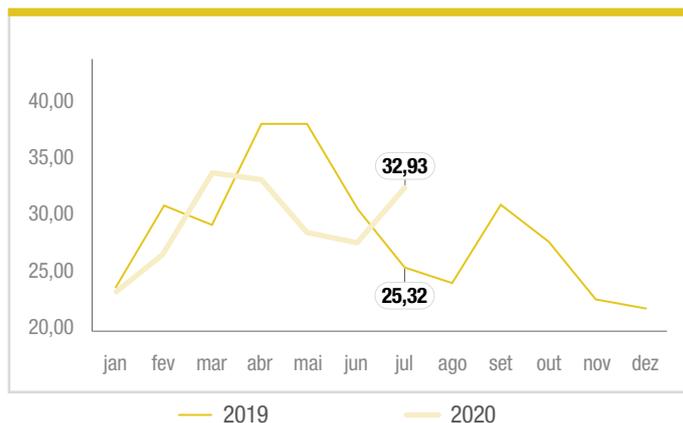


kg
(Jul/20)

Preço do amarelo sobe 38% no Vale; vendas a granel no CO, NE e N estão mais aquecidas em julho

Preços sobem entre as safras do Vale e do RN/CE

Preços médios do amarelo tipos 6 e 7 na Ceagesp em 2019 e 2020 - R\$/cx de 13 kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+19%



Preço do amarelo tipo 6 e 7 tem aumento na Ceagesp; entraves nas vendas, devido à pandemia, limitam maiores altas



RN/CE

Colheita tem início no fim de julho, mas safra principal deve começar em agosto

Apesar dos impactos da pandemia da covid-19 nas vendas, os preços do melão subiram no mercado interno em julho, ficando maiores frente a julho/19. Esse cenário se deve ao fim da safra principal do Vale do São Francisco (BA/PE) e aos preparativos da campanha do RN/CE - houve colheitas esporádicas nessa região apenas no fim do mês. Mesmo com as cotações elevadas, produtores das duas praças relataram que ainda pretendem reduzir as áreas cultivadas, visto que, com a pandemia e menores temperaturas, a demanda nacional continua bastante controlada.

SAFRA 2020/21 SE INICIA NO RN/CE

PERSPECTIVAS



Fraco

Moderado

Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melão no Nordeste em agosto

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta

Em meados de agosto, disponibilidade deve aumentar no RN/CE; produtores esperam boa produtividade, devido às melhores reservas hídricas.



Exportações

Embarques à Europa devem começar em agosto e ganhar força em setembro; ainda existem receios diante da pandemia quanto aos primeiros envios.



Demanda

A procura por melões brasileiros deve continuar controlada em agosto, devido, ainda, às menores temperaturas e aos impactos da covid-19.



24%



Jul/20
x
Jul/19

Baixa oferta de finas garante boas cotações à niagara no início da safra de Jales (SP) e de Pirapora (MG)

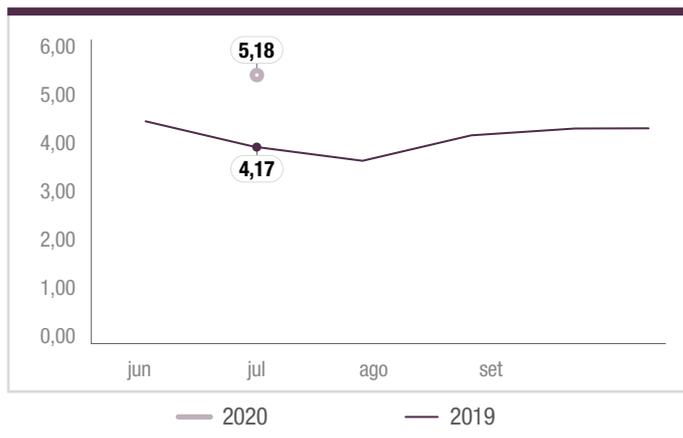


Poda

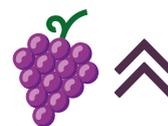
As chuvas registradas no 1º semestre ainda dificultam a recuperação da produtividade no Vale do São Francisco (PE/BA)

Com baixa oferta e boa qualidade, niagara está valorizada frente a 2019

Impel molorum hil il istissum ipsaepe ritaquantius et aut eatem quatur sit apedi vellupta vel id ex exceate modione quis intem



Fonte: Hortifruiti/Cepea.



Qualidade

Clima seco e temperaturas acima da média favorecem qualidade em Jales (SP) e Pirapora (MG)

-29%



Jul/20
x
Jul/19

Produtividade

Atividade da safra de fim de ano 2020/21 se inicia em Marialva (PR), Louveira/Indaiatuba e Porto Feliz (SP)

Ainda que a intensificação da colheita de uva niagara nas regiões de Jales (SP) e Pirapora (MG) tenha elevado a oferta da variedade no mercado, a baixa disponibilidade de uvas finas, principalmente do Vale do São Francisco (PE/BA), tem impulsionado as vendas da niagara, mantendo os preços em patamares superiores aos do mesmo período do ano passado. No Vale, os valores também ficaram acima dos de 2019, mas oscilaram durante o mês de julho, conforme a demanda e o andamento da colheita de algumas outras variedades. A previsão é de que a oferta de uvas finas aumente no Vale a partir de meados de agosto.

OFERTA COMEÇA A AUMENTAR EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de uva em agosto

Fonte: Hortifruiti/Cepea.



Produtividade

Clima deve continuar favorecendo produção de niagara em Jales (SP) e em Pirapora (MG) em agosto.



Preço

Com o aumento gradual da oferta no Vale do São Francisco (PE/BA), uvas finas podem se desvalorizar nos próximos meses.



Poda

Atividades para a safra 2020/21 devem seguir até setembro em São Miguel Arcanjo e Pilar do Sul (SP).



An Agricultural
Sciences Company

PROGRAMA

Colha+

SOLUÇÃO COMPLETA PARA SUA
PRODUÇÃO CRESCER PROTEGIDA

AGORA, VOCÊ
PODE CONTAR COM
O PROGRAMA HF
COLHA+ DA FMC

A FMC, como uma empresa de Pesquisa e Desenvolvimento, está sempre buscando ferramentas para auxiliar o produtor de hortifrúti, do momento do plantio até a colheita. Juntos, podemos unir nossa inovação a toda sua dedicação com o cultivo.

Somos seus parceiros, conte com o nosso Programa HF Colha+ para proteger sua plantação e seu potencial produtivo.

| | |
|--------------|---------------|
| Inseticidas: | Fungicidas: |
| VERIMARK® | ZIGNAL® |
| BENEVIA® | ROVRAL® |
| PREMIO® | GALBEN® M |
| AVATAR® | REGALIA MAXX® |
| TALSTAR® | AUTHORITY® |

| | |
|------------|-----------------------|
| Herbicida: | Nematicida Biológico: |
| REATOR® | QUARTZO® |

Biopotencializadores:

SEED+®

CROP+®

www.fmcagricola.com.br

ATENÇÃO

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO.

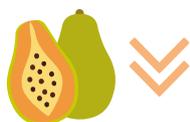
Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e receita. Siga as recomendações de controle e restrições estaduais para os alvos descritos na bula de cada produto. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Descarte corretamente as embalagens e os restos de produtos. Uso exclusivamente agrícola. Consulte a bula dos produtos para confirmar as culturas registradas.



+57%



O preço do havaí tipo 12 a 18 continua subindo diante da menor oferta no Sul da BA

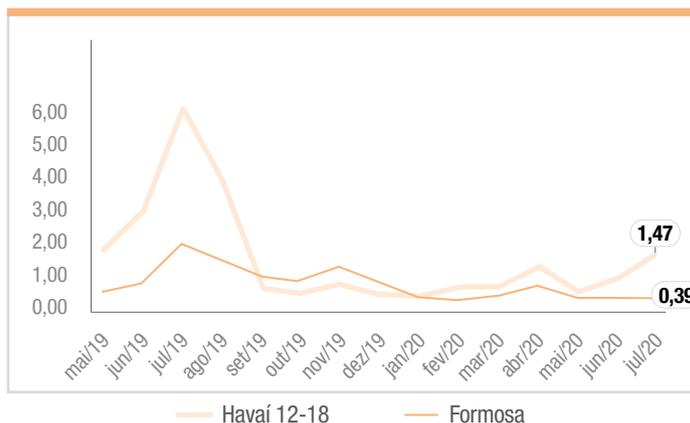


Qualidade

A incidência de manchas fisiológicas aumenta em quase todas as regiões produtoras de formosa

Preços sobem, mas ainda não estão rentáveis para o formosa

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

R\$ 0,39/



Preços do formosa sobem no Norte do ES, mas não o suficiente para cobrir os custos estimados



Demanda

A procura pelo formosa tem sido prejudicada pelo fechamento de hotéis, escolas e restaurantes

Em julho, enquanto os preços do mamão havaí subiram fortemente nas regiões produtoras por conta da menor oferta, os do formosa, principal variedade cultivada no Brasil, não se elevaram conforme o esperado. Isso porque, apesar de a maturação ter sido controlada pelas temperaturas mais amenas do inverno, ainda existia um volume considerável de formosa no Norte do Espírito Santo e no Sul da Bahia – apenas no fim de mês houve um recuo considerável da oferta. Em julho, a qualidade dessa variedade caiu, com maior incidência de manchas fisiológicas (devido às grandes variações de temperatura), e o consumo continuou restrito, já que era destinado a hotéis, escolas e restaurantes, que dão preferência ao formosa pelo maior calibre.

OFERTA DEVE SER CONTROLADA EM AGOSTO

PERSPECTIVAS



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

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Havaí

A oferta de havaí deve seguir limitada em agosto, o que deve manter os preços em alta, principalmente se a demanda aceitar.



Formosa

Os preços do formosa podem se elevar, por conta da perspectiva de oferta nacional reduzida na maioria das regiões produtoras.



Fitossanidade

Em agosto, produtores devem se atentar às viroses, devido ao controle ineficaz em algumas localidades, e aos ácaros, por conta do clima mais seco.

O novo normal acelera as transformações no setor de hortifruti

Além dos problemas crônicos de dificuldade de registro de agroquímicos, padrões de classificação e embalagem, o setor de hortifruti vivencia problemas econômicos e de mercado que precisam ser superados.

A comercialização constitui um dos principais desafios enfrentados pelos produtores de hortaliças e frutas. Tradicionalmente, por causa do porte dos agricultores e do ambiente organizacional do setor, as cadeias produtivas passaram a contar com um número excessivo de intermediários. Essa estrutura de mercado, por consequência, culmina no estreitamento constante das margens dos agricultores.

As margens estreitas tornam-se riscos econômicos devido ao comportamento volátil e sazonal dos preços comum nos produtos agrícolas, relacionados, sobretudo, às oscilações do volume ofertado.

No entanto, em razão da sua perecibilidade, os preços de hortaliças e frutas são fortemente influenciados também pelas alterações drásticas na demanda, como ocorre em 2020 com a pandemia da Covid-19.

Diante desses fatores, que comprometem diretamente a rentabilidade dos produtores de hortaliças e frutas, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) vem desenvolvendo uma série de iniciativas em apoio ao setor.

A primeira é a **Assistência Técnica e Gerencial (ATeG)**. Por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar), o modelo de assistência técnica, inovador, foi implementado para aprimorar as técnicas agrônomicas e inserir métodos de gerenciamento econômico. No setor de HF, desde 2014, 5.936 propriedades já foram atendidas em 24 Unidades da Federação.

A segunda iniciativa é o **Projeto AgroBR**. A proposta da CNA é promover a internacionalização de agricultores brasileiros. Com foco em pequenos e médios produtores, a iniciativa visa fornecer treinamentos, serviços de consultoria e apoio para que eles possam acessar os principais mercados no mundo.

No entanto, com o advento da pandemia, as transformações foram aceleradas e, em amparo ao

setor, outras iniciativas foram desenvolvidas pelo Sistema CNA.

Para melhoria do acesso e organização do mercado, a CNA desenvolveu uma plataforma de e-commerce. O **Mercado CNA** permite a interação *online* entre as partes para a realização das negociações, com o amparo de agentes logísticos.

Em linha com o atendimento das exigências nacionais e internacionais no que se refere à rastreabilidade da produção, o Sistema CNA criou o **AgriTrace Rastreabilidade Vegetal**. O sistema de baixo custo e fácil operacionalização permite ao produtor rural realizar a rastreabilidade e a rotulagem de frutas e hortaliças. Aproximadamente 1.000 produtores já fazem uso do sistema.

Contudo, as iniciativas da CNA não abandonaram os meios tradicionais. Em apoio à retomada mais rápida e segura das feiras livres, que para muitos agricultores familiares era o único meio de comercialização, o Sistema CNA desenvolveu o **Projeto Feira Segura**. A iniciativa inclui desde uma estrutura de marketing, moldável a diferentes realidades, até o cumprimento de um protocolo rígido, mas operacional, de proteção da saúde dos trabalhadores e clientes.

O projeto permite a realização da feira presencialmente no modelo tradicional ou na modalidade *drive thru*, no qual os compradores não necessitam sair do carro para fazer e retirar seus pedidos. O projeto já foi implementado em 17 municípios de 7 estados.

Apesar da busca pela melhoria na gestão e na comercialização, a CNA acredita que a gestão de risco precisa ser priorizada. Assim, a CNA, em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), está desenvolvendo o Monitor do Seguro Rural. O objetivo é reunir os produtores de diferentes segmentos para discutir as necessidades de aprimoramento no programa de subvenção do governo federal, nos produtos de seguro hoje existentes, bem como propor a criação de novos produtos.

Melhorar a gestão, acessar e diversificar mercados, reduzir riscos e preservar a rentabilidade dos agricultores estão entre as prioridades do Sistema CNA para o novo normal.



Ciclone em SC

Fortes ventos derrubam bananais entre junho (30) e julho (1°), inviabilizando a colheita de nanica em algumas áreas e diminuindo a oferta



-20%
Receita
-16%
Volume

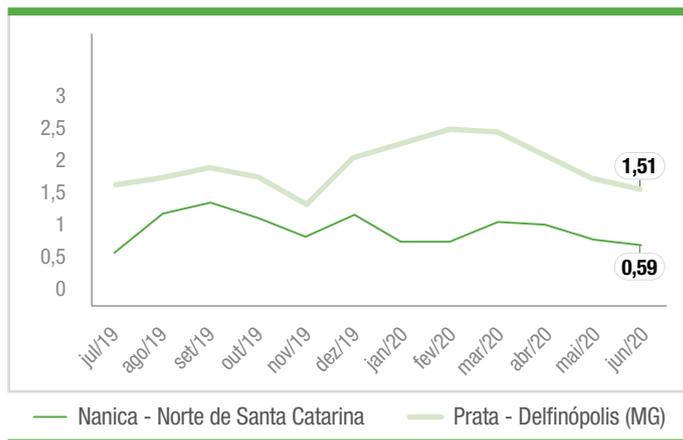
Importações

Embarques ao Mercosul recuam entre junho e julho, em decorrência do ciclone em SC, o principal estado exportador

Fonte: Secex.

Ciclone derruba bananais no Norte de SC, grande produtor de nanica

Preço médio da banana nanica no Norte de SC e da prata anã de Delfinópolis - R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+38%



Jul/20
x
Jun/20

Preço da nanica de primeira qualidade aumenta no Vale do Ribeira (SP), devido à baixa oferta

-18%



Jul/20
x
Jun/20

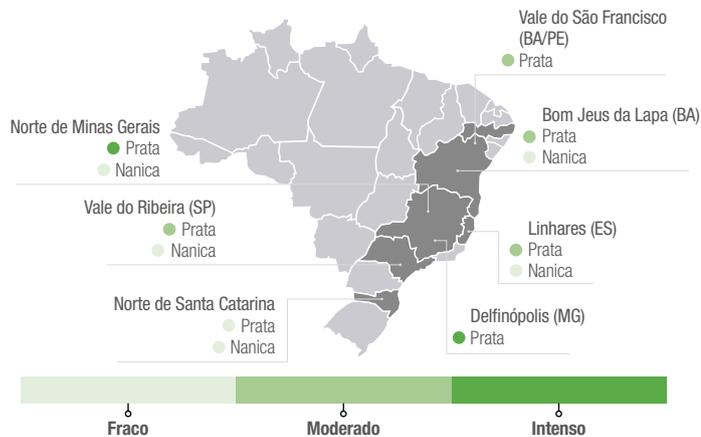
Com o aumento gradual da oferta, cotações da prata anã de primeira qualidade recuam no Norte de MG

A oferta de banana nanica, que já seria limitada em julho – em decorrência do fim da “safra” nas principais regiões produtoras –, diminuiu ainda mais, devido ao ciclone bomba que atingiu a região Norte de Santa Catarina – importante produtora da variedade – durante o mês, inviabilizando extensas áreas produtivas.

Assim, as cotações da variedade subiram em julho. Para a prata, por outro lado, os preços caíram, pressionados pela crescente disponibilidade da variedade, principalmente no semiárido. Segundo agentes, a flexibilização da quarentena em algumas cidades elevou um pouco a procura pela fruta, mas não o suficiente para absorver o aumento da oferta de prata.

COLHEITA DA PRATA SE INTENSIFICA EM AGOSTO

PERSPECTIVAS



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

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Prata

Colheitas da prata anã e da prata litoral se intensificam no semiárido e no Vale do Ribeira (SP), respectivamente, em agosto.



Preço

Com aumento da oferta na maioria das regiões produtoras, a tendência é de recuo dos preços da prata em agosto.



Exportações

Com a baixa oferta de nanica no Brasil, os envios ao Mercosul devem continuar limitados em agosto.

NOVO

BIOFUNGICIDA

Duravel®



A MELHOR ESCOLHA É A QUE DURA

MAIS RENDIMENTO POR HECTARE

Maior concentração de agente biológico, que promove maior durabilidade do tratamento.

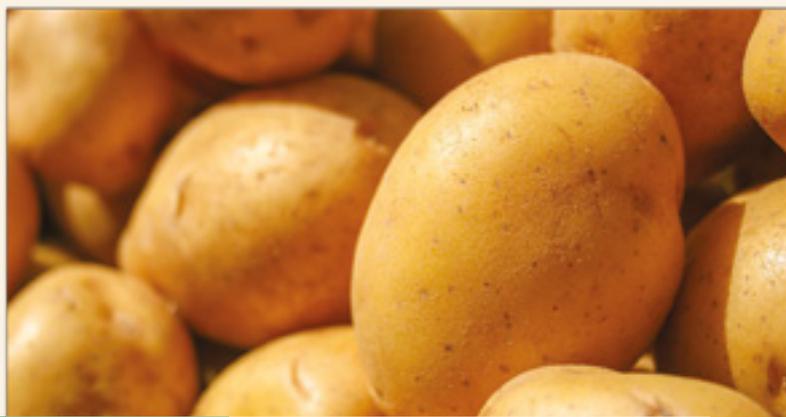
MAIOR NÍVEL DE CONTROLE

Agente biológico mais potente, que possibilita maior eficiência na proteção do cultivo.

MAIOR ADAPTAÇÃO CLIMÁTICA

Agente biológico mais adaptável à amplitude térmica, que viabiliza maior eficiência no controle de doenças.

Quem escolhe **Duravel**®, escolhe mais inovação, eficiência e durabilidade no controle de doenças. Essa é a ferramenta que faltava para proteger seu cultivo e proporcionar um tratamento com muito mais longevidade.



ESCOLHA • ESCOLHA • ESCOLHA • ESCOLHA • ESCOLHA

BASF na Agricultura.
Juntos pelo seu Legado.

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 no recibo. 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. CropLife  www.croplifebrasil.org

Por tratar-se de um fungicida biológico de modo de ação distinto dos fungicidas sintéticos, Duravel® é uma ferramenta essencial para rotação de ativos, visando melhorar a eficácia no manejo de resíduos, resistência e controle de doenças. Registro MAPA: Duravel® nº 22718.

BASF
We create chemistry