

Hortifruti Brasil

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 19 - Nº 197 - Fevereiro de 2020 - ISSN 1981-1837

O que os internautas falam sobre os HF's?

Hortifruti Brasil analisa a percepção do consumidor sobre as frutas e hortaliças no Twitter

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
AGRÔNOMICO.



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br



 **Revus Opti**[®]

syngenta.

Dançarina

Com 8 anos sua mãe o colocou em aulas de dança
Aos 16 parou para ajudar o pai com trabalho

Se formou em Pedagogia com 26
Hoje ensina seus alunos a seguirem seus passos

Não é só sobre o que você sabe fazer
Quem você é irá determinar muito do seu sucesso profissional

Inscrições Abertas

MBAUSP ESALQ é sobre você

www.mbausp.esalq.com

O ASSUNTO DO CONSUMIDOR DE HF'S NO TWITTER



Ana Mendes (à esq.), Isabela Camargo, Laleska Moda, Lenise Andresa e Carol Ribeiro buscaram os tweets sobre frutas e hortaliças e trazem para esta edição.

“Grande parte da nossa tomada de decisão na compra de um produto ou serviço passa hoje pela internet”. É o que relata Fernanda Vicentini, a entrevistada do Fórum desta edição. Não é para menos: metade da população do planeta está conectada à internet, segundo o relatório *Global Digital Report 2019*. E as redes sociais – Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram – são as principais plataformas de comunicação utilizadas no meio digital. Para o maior grupo da população, os *millennials*, de 23 a 41 anos, a decisão da compra baseia-se muito na opinião de outras pessoas na internet.

É justamente a opinião a respeito do setor de frutas e hortaliças o tema de capa desta primeira edição de 2020. E, para saber o que se conversa na internet sobre o nosso segmento, o Twitter foi a rede social escolhida, dada a sua representatividade e a facilidade de coletar informações das postagens.

Nossa equipe selecionou mais de 300 mil tweets com menções de 115 frutas e hortaliças. Com esse conjunto de informações, foi possível avaliar quais desses produtos são as mais comentados. O resultado é interessante: nem sempre os mais “falados” são os de maior volume comercializado.

Outro ponto importante foi o processo de realizar uma análise do conteúdo dessas conversas. O objetivo foi descobrir se as principais tendências de consumo de alimentos têm sido tema de publicações no Twitter. Os tweets foram agrupados em seis grandes tendências no consumo de frutas e hortaliças: culinária, saudabilidade, preço, praticidade, qualidade e sustentabilidade. E o assunto número 1 no ranking de comentários foi sobre receitas culinárias.

Esses resultados, que foram baseados na análise de um mês de conversa, mostram que as redes sociais permitem nortear estratégias de marketing no intuito de se comunicar melhor com o consumidor brasileiro.

**Agora ficou difícil
para as lagartas:**

Avatar[®]

chegou para controlar

Com modo de ação único, **AVATAR[®]** chegou para combater as lagartas de difícil controle em 36 culturas de HF. A solução que faltava para o **MIP - Manejo Integrado de Pragas**.

- Alta potência inseticida contra as lagartas de difícil controle
- Formulação eficiente que proporciona melhor cobertura da área foliar
 - Seletivo a inimigos naturais

**Avatar[®] no controle.
Melhor qualidade e produtividade.**

ATENÇÃO

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO, VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO.

Este produto é praguicida e possui formulação, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e no manual. Siga as recomendações de controle e medidas sanitárias para os abates previstos na bula de cada produto. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a difusão do produto por ventos de kiato. Faça o Manejo Integrado de Pragas. Consulte constantemente as embalagens e os rotulões de produtos. Use exclusivamente agrícola.

Copyright © Julho 2020 FMC. Todos os direitos reservados.

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, Nádía 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 Vítor Silva Pereira, Juliana Acácio Toledo Parede, Laís Ribeiro da Silva Marcomini, Laleska Rossi Moda, Lenise Andresa Molena, Leonardo Caires de Oliveira, Luana Maria Martins Guerreiro, Marcelo Franzini Erhart de Barros, Maria Giulia Barbosa Marchesi, Maria Julia da Silva Ramos, Mariana Coutinho Silva, Raquel Moreira Sabelli e Rodolfo Fernandes Hackmann

APOIO

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

LAYOUT SEÇÕES E MATÉRIA DE CAPA

Equipe Comunicação Cepea
Rogério Bosqueiro Jr.

DIAGRAMAÇÃO ELETRÔNICA

Guia Rio Claro.Com Ltda
enfaserioclaro@gmail.com

CAPA

Edson Figueroa
www.edsonfigueroa.com.br
@edsoulfigueroa
(19) 98171-3166

IMPRESSÃO

www.graficamundo.com.br

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.



CAPA 10

Buscamos no Twitter o que os brasileiros estão falando sobre as frutas e hortaliças. Veja os resultados na matéria desta edição.

FÓRUM 31

Fernanda Vicentini conta quais os desafios e estratégias para tornar os HF's cada vez mais populares nas redes sociais, promovendo-os.

<u>16</u>	TOMATE
<u>18</u>	CEBOLA
<u>19</u>	CENOURA
<u>20</u>	ALFACE
<u>21</u>	BATATA
<u>22</u>	UVA
<u>23</u>	MAÇÃ
<u>24</u>	MAMÃO
<u>26</u>	MELANCIA
<u>27</u>	MELÃO
<u>28</u>	MANGA
<u>29</u>	BANANA
<u>30</u>	CITROS

HF BRASIL NA REDE



A mosca-branca agora vai se despedir bem rápido da sua lavoura.

0800 772 2492



Verter[®] SC
Isoclast[™] active

INSETICIDA

Lançamento

Verter[®] SC. Alto poder de choque para proteger rápido a sua lavoura.



RÁPIDO PODER DE CHOQUE



NOVO GRUPO QUÍMICO E DIFERENCIADO MODO DE AÇÃO



AÇÃO SISTÊMICA E TRANSLAMINAR



DOSE BAIXA POR HECTARE



ATUA NOS DIVERSOS ESTÁDIOS DA MOSCA-BRANCA



FERRAMENTA QUE AUXILIA NA PRODUÇÃO DE FRUTOS DE MAIS QUALIDADE

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.

RADAR HF - Novidades do setor hortifrutícola



Foto: Pixabay

O consumidor brasileiro não é mais o mesmo!

Por Ana Raquel Mendes

Fatores que há algum tempo eram considerados apenas tendências de consumo hoje se concretizam como novos hábitos do brasileiro. De acordo com a pesquisa "Estilos de Vida 2019", realizada pela Nielsen, as vendas de produtos saudáveis cresceram 12,7% no ano passado, tendo em vista que o consumidor tem adotado uma visão mais integrada entre saúde e meio ambiente. E isso já tem provocado algumas mudanças nas estratégias de vendas adotadas pelo varejo e na indústria. Enquanto segmentos como higiene, beleza e limpeza têm investido em novas embalagens e produtos com refil para atender a este consumidor, outros, como alimentos e bebidas, buscam oferecer itens com menores teores de sal, açúcar, gordura e calorias. Isso porque, quando se fala em saúde, os dados apontam que 56% das pessoas optaram por reduzir o consumo de sal e 57%, o de gordura, além de diminuir a ingestão de industrializados no último ano. O relatório também demonstra que os consumidores brasileiros têm valorizado cada vez mais marcas e produtos que transmitem os valores de saúde e sustentabilidade. Assim, em meio a esse cenário de mudanças, as novas preocupações do brasileiro podem representar tanto um desafio quanto uma oportunidade para o setor de HF's.

Fonte: Nielsen

Tecnologia promete reaproveitar os resíduos da produção de banana

Por Maria Giulia Marchesi e Rodolfo Hackmann

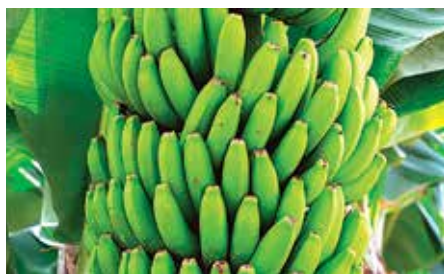


Foto: Pixabay

Pesquisadores da Austrália desenvolveram uma nova embalagem, a partir da nanocelulose extraída do pseudocaule da bananeira. Segundo notícias, essa tecnologia é bastante vantajosa ambientalmente, visto que a produção de banana é uma das que mais gera resíduos dentre as frutas. Apenas 12% do total é comercializado na forma de produto final, enquanto o restante é descartado após a colheita, já que as plantas senescem após cada ciclo de produção. A extração da nanocelulose (material de alto valor agregado) é feita a partir de diversos processos, como a secagem do pseudocaule (que é constituído por 90% de água) e moagem das fibras, que dá origem a um pó muito fino que, quando tratado quimicamente, o isola. Esse produto pode ser utilizado na fabricação de embalagens de alimentos, como sacolas retornáveis e embalagens de carnes e frutas, principalmente as de uso único, que compõem a maior parte do lixo gerado pela indústria de embalagens convencionais. A novidade parece bastante promissora, ainda mais se bananicultores se interessarem pela tecnologia e começarem a participar da produção, por meio do processamento dos resíduos gerados.

Fonte: foodbev.com



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!**



Ana Clara Liceski da Silva - Colombo (PR)



Davi Lucas Schonenberger - Cosmópolis (SP)



Miguel (de azul) e Joaquim Mendes Bortoloto - São Miguel Arcanjo (SP)



Pedro Menha Teixeira - Jaú (SP)



Victória Gava Bellon - Venda Nova do Imigrante (ES)



Yasmin Augusti - Campinas (SP)

**A PROTEÇÃO QUE
VALORIZA SEU BEM
MAIS VALIOSO.**



SIVANTO®
prime 200 SL

Chegou o novo inseticida da Bayer.

- ✓ **Novo grupo** químico
- ✓ **Paralisação instantânea** nas pragas sugadoras*
- ✓ **Penetração rápida** na planta**
- ✓ **Seletividade** para insetos benéficos***

Sivanto®
A praga para. Seu cultivo valoriza.



Se é Bayer, é bom



Bicho mineiro

Psilideo

Mosca branca e cigarrinha-verde

Mosca branca

Mosca branca

Filoxera

Mosca branca

ATENÇÃO

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

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



* Estudos de EPG (Electrical Penetration Graph) realizados por IAC/ESALQ.

** Estudos realizados por BAYER AG.

*** Baseado no IOBC rating - International Organization on Biological and Integrated Control.

 **Converse Bayer**
08000115560
conversebayer@bayer.com

www.sivanto.com.br



O QUE OS INTERNAUTAS FALAM SOBRE OS HF'S?

Hortifruti Brasil analisa a percepção do consumidor sobre as frutas e hortaliças no Twitter

Por Laleska Rossi Moda, Isabela Camargo Gonçalves, Ana Raquel Mendes, Lenise Andresa Molena e Caroline Ribeiro

O AVANÇO DAS REDES SOCIAIS

As redes sociais têm se posicionado como um dos principais meios de comunicação. Quase metade da população mundial é usuária ativa das principais mídias, segundo o relatório

Global Digital Report 2019. Com tal população conectada, as redes sociais também são uma interface importante para compreender hábitos e preferências dos consumidores.

REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE MARKETING

Antes das redes sociais, os principais métodos para se avaliar a percepção dos consumidores consistiam principalmente em pesquisas de campo, que demandavam muito tempo e recursos. Mas, atualmente, o monitoramento das conversas no Twitter e outras plataformas têm se tornado importantes ferramentas de *marketing* para empresas entenderem opiniões de clientes em relação a um produto, serviço ou empresa.



A edição de fevereiro de 2020 da **Hortifruti Brasil** traz uma análise exploratória das conversas no Twitter (uma das principais redes de comunicação *on-line* no País) em relação aos hortifrúti. A intenção foi avaliar o *ranking* das frutas e hortaliças mais comentadas e se as principais tendências de consumo de alimentos têm sido temas de publicações nas redes sociais.



Para seleção dos comentários, foram utilizadas as conversas dos brasileiros no Twitter, no período de dezembro/19 a janeiro/20."

+ 300 MIL CONVERSAS NESTE PERÍODO



TWITTER: OPINIÕES LIMITADAS A 280 CARACTERES

As opções de mídias sociais são muitas: Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram estão entre as principais utilizadas mundialmente. Para este estudo, no entanto, a **Hortifruti Brasil** optou pela pesquisa de comentários no Twitter, onde, diariamente, são gerados cerca de 500 milhões de tweets! Conheça mais alguns números da plataforma:



DISPONÍVEL EM

40 
IDIOMAS

A plataforma, criada em 2006, é disponibilizada em 40 idiomas ao redor do mundo

LIMITE MÁXIMO DE

280 
CARACTERES

Estimula a exposição de ideias e facilita a extração da opinião de consumidores

USUÁRIOS MENSAIS

8,28 
MILHÕES

Segundo o site *Cuponation*, o Brasil é o sexto na lista dos que mais utilizam a mídia

REDE DOS MILLENNIALS

80% 
DOS USUÁRIOS

Os nascidos entre 1981 e 1996 (geração Y) são 80% dos usuários ativos na rede

Vale destacar que, no Twitter, não é necessário o vínculo de "amizades" para que as informações dos usuários sejam acessadas e/ou reproduzidas. Com isso, essa mídia social se tornou uma plataforma para a

expressão e compartilhamento de opiniões de forma muito rápida, gerando grande quantidade de dados de forma pública e facilitando a comunicação entre clientes e empresas.

HORTIFRUTI BRASIL ANALISOU MAIS 300 MIL TWEETS ENVOLVENDO FRUTAS E HORTALIÇAS!

AFINAL, COMO “CAÇAMOS” AS PALAVRAS NO TWITTER?

A fim de se obter informações específicas para o setor de HF's, nesta edição, foram coletados todos os tweets relacionados a uma lista de 115 frutas e hortaliças comercializadas no Brasil. Veja a seguir como realizamos essa tarefa:

1 301.647 MIL TWEETS COLETADOS

Foram coletados mais de 300 mil tweets, em português e em todo o território nacional, nos quais o conteúdo incluía pelo menos um dos produtos selecionados (115 frutas e hortaliças comercializadas no País) – no período de 04 de dezembro de 2019 a 09 de janeiro de 2020.

2 219.521 MIL TWEETS SELECIONADOS

Após a coleta, uma amostra foi selecionada manualmente, para a eliminação de algumas palavras como gírias e expressões sem relevância e/ou não desejadas; e de tweets que poderiam alterar os resultados, além dos termos similares aos nomes dos hortifrúteis mas com sentido diferente.

3 CRIANDO A NUVEM DE PALAVRAS

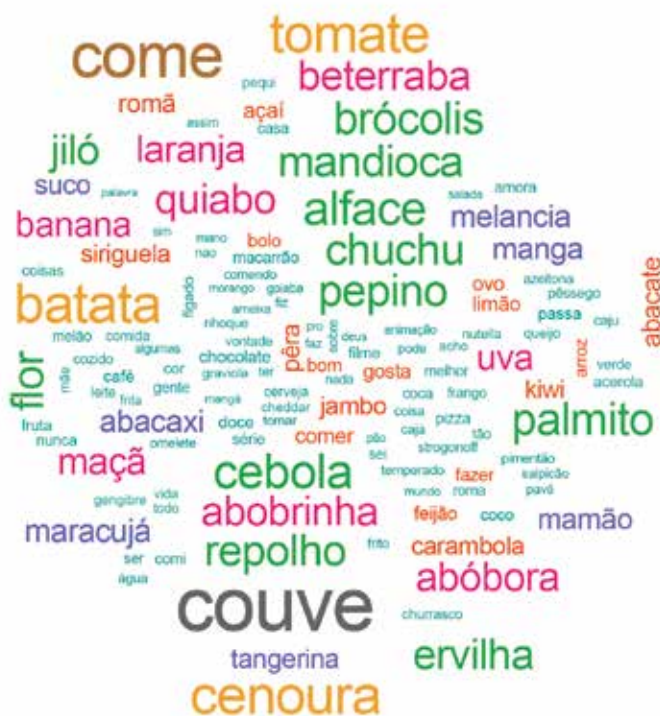
Após a seleção, analisou-se quantitativamente as frequências de cada produto da lista gerada anteriormente, para a formulação de uma nuvem de palavras (figura abaixo); quanto maior o tamanho da palavra na nuvem, maior a frequência da citação desse HF no Twitter.

4 ABORDANDO AS TENDÊNCIAS

Por fim, os resultados do levantamento de dados foram analisados qualitativamente, atrelando-se o conteúdo publicado pelos usuários do Twitter sobre hortifrúteis às outras principais tendências de consumo de frutas e hortaliças já abordadas pela **Hortifruti Brasil** em edições anteriores (em março de 2018 e de 2019).



QUAIS SÃO OS HF'S MAIS COMENTADOS NO TWITTER?



NO TWITTER, COUVE, A MAIS COMENTADA DENTRE OS HF'S

RANKING DOS HF'S

Quem diria que a couve (e a couve-flor) seria o produto mais comentado no Twitter? Os resultados mostram que as frutas e hortaliças mais "faladas" na ferramenta não são só as mais importantes economicamente. Curiosamente, pera, jambo, carambola e seriguela estão entre os 45 termos mais frequentes nas conversas da mídia social, mas, comercialmente, têm baixa representatividade econômica. É interessante também notar que as hortaliças são muito mais citadas nas conversas em redes sociais do que as frutas.

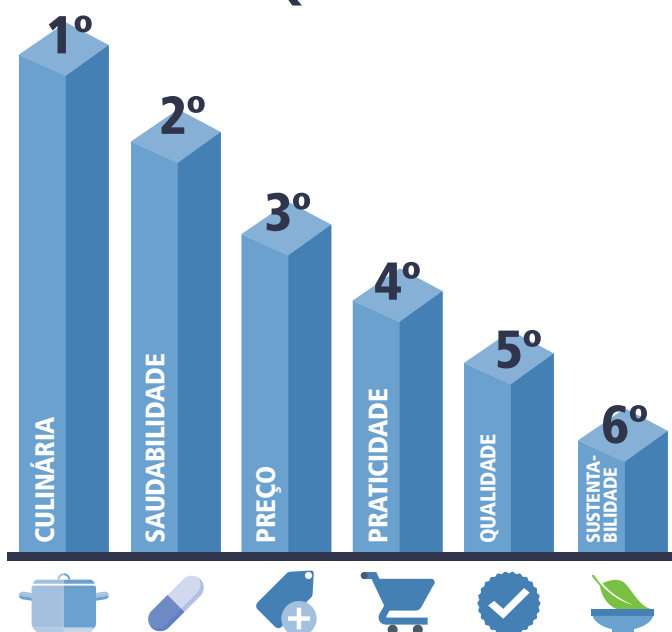
FRUTAS			HORTALIÇAS	
Laranja +20 mil*		1°		Couve +45 mil*
Uva +20 mil*		2°		Batata +30 mil*
Maçã +15 mil*		3°		Cenoura +30 mil*
Banana +15 mil*		4°		Tomate +30 mil*
Abacaxi +15 mil*		5°		Cebola +25 mil*

Valores aproximados(*)

Obs: Consulta feita no Twitter, de 04 de dezembro de 2019 a 09 de janeiro de 2020.



QUAIS AS TENDÊNCIAS QUE ESTÃO NA "BOCA DO POVO"?



Principais temas comentados sobre HF's*

* Com base na frequência e contextualização de palavras relacionadas às tendências nos tweets. Coleta de 04 de dezembro de 2019 a 09 de janeiro de 2020.

Após a identificação dos HF's mais comentados, a equipe buscou saber o que se tem falado sobre eles. Assim, foram selecionadas palavras-chave que captassem as tendências de consumo dos HF's. Com base em estudos já publicados na **Hortifruti Brasil**, seis grandes tendências no consumo de frutas e hortaliças foram agrupadas: culinária, saudabilidade, valoração (preço), praticidade, qualidade e sustentabilidade.

Para a formulação do *ranking* dos tópicos mais comentados, por sua vez, foram analisadas tanto a frequência das palavras-chave selecionadas quanto a coerência do contexto desses termos nos *tweets* (se relacionado ou não com frutas e hortaliças).



COMO OS INTERNAUTAS ASSOCIAM OS HF'S ÀS TENDÊNCIAS DE CONSUMO?

1

CULINÁRIA

O tópico número 1 do Twitter

Quando o assunto é HF, a troca de receitas e o preparo de sucos se destacam nas conversas, sendo a batata assada, o bolo de cenoura e o suco de frutas (especialmente de laranja) as principais combinações citadas. Ao associar a tendência às palavras “vegano” e “vegetariano”, o resultado é 100% composto por HF's, com destaques para a couve e a couve-flor, estrelas dos pratos. As preferências culinárias e o modo de preparo estão nos *trending topics* do Twitter quando o assunto é frutas e hortaliças.



2

SAUDABILIDADE

#ProjetoVerão

Afinal, qual HF está associado ao conceito de saúde? Os internautas não os relacionam tanto com os benefícios nutricionais, mas sim em como esses produtos podem ser utilizados em suas dietas. O foco realmente é o emagrecimento e os alimentos considerados *fitness*. Seja qual for o tópico, alguns hortifrúteis são mais recorrentes, como couve (ou couve-flor), batata doce, alface, cenoura e gengibre, no grupo das hortaliças, e limão no caso das frutas – sempre associados ao desejo do internauta em perder peso e/ou se manter saudável.



3

PREÇO/VALORAÇÃO

#TáBarato!

Com relação aos preços, o que os usuários do Twitter mais comentam é sobre o quanto caro está um produto (mais frequente) ou sobre quais frutas e hortaliças estão mais “baratas”. Alguns HF's foram destacados como mais caros – uva, cenoura e laranja – e outros mais baratos – banana, tomate, batata e alface. Porém, vale apontar que os internautas muitas vezes não levam em conta um produto específico, mais sim a categoria (verduras e frutas) na hora de falar do preço.



COMO OS INTERNAUTAS ASSOCIAM OS HF'S ÀS TENDÊNCIAS DE CONSUMO?



4

PRATICIDADE

#FoodToGo

A praticidade dos alimentos também se destacou entre os assuntos mais comentados pelos usuários do Twitter. Quando o quesito é rapidez e o consumo de alimentos mais práticos, a fruta mais citada é a banana. Além disso, hortaliças como batata, cenoura e couve foram relacionadas às formas de tornar mais prático o preparo. Outro tópico abordado foram os produtos congelados, que se destacam pela praticidade no preparo.

5

QUALIDADE

#SóFilé

Quando o assunto é qualidade, os HF's costumam ser avaliados pela aparência – fator que eleva os descartes de produtos esteticamente “feios” nas gôndolas. No Twitter, a tendência também foi bastante associada ao sabor dos hortifrúts – na comparação entre diferentes variedades (por exemplo, tomate cereja *versus* tomate convencional) ou na forma de consumo (a mesma fruta, mas consumida em suco ou *in natura*). Um ponto interessante é que uma pequena amostra de *tweets* também associa as frutas e hortaliças “feias” com o grau de agrotóxicos usados, ou seja, os feios são menos nocivos à saúde, se ligando às tendências de saudabilidade e sustentabilidade.



6

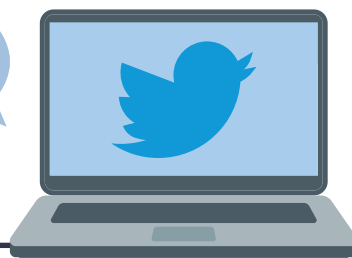
SUSTENTABILIDADE

#Eco-friendly

Preocupações quanto à sustentabilidade da produção e o modo de condução dos HF's foram o sexto assunto mais comentado nas conversas do Twitter. No geral, o tema principal é o sistema de produção (convencional ou orgânico). As hortaliças e frutas mais citadas nesta categoria foram alface, laranja, pimentão, batata, uva e cenoura. Já os termos agrotóxico e veneno, foram associados a produtos como uva, alface, laranja e, principalmente, pimentão.

POR FIM, O QUE PENSA O CONSUMIDOR DO TWITTER?

A análise das conversas no Twitter deixa um fato bastante claro: as principais tendências de consumo de frutas e hortaliças já estão entre as pautas dos brasileiros nas redes sociais. O grande destaque das conversas é a maior abordagem de termos como culinária, bem-estar e sustentabilidade além dos temas tradicionais, como preço *versus*



qualidade. Vale apontar, ainda, que algumas dessas tendências muitas vezes estão interligadas, principalmente pelo foco da saudabilidade. Este resultado é importante para que as empresas do setor possam nortear suas estratégias de *marketing* nos próximos anos, no intuito de se comunicar melhor com o consumidor brasileiro.

CULINÁRIA SUSTENTABILIDADE BEM-ESTAR

É claro que há muito a se aprimorar no uso desta ferramenta e algumas ressalvas sobre a análise do conteúdo. Primeiro, o público do Twitter é majoritariamente composto pelos *millennials*, adultos com idade de 23 a 41 anos. Essa geração, conforme a consultoria Nielsen, vivenciou todas as mudanças tecnológicas e, por isso, é totalmente imersa em ambos os universos (digital e físico), valorizando a conectividade, conveniência e opções que lhe permita estar no controle, considerando as redes sociais como um “sexto sentido” e levando muito em conta a opinião dos outros na hora da compra. Os *millennials* englobam o maior grupo da população atualmente e valoriza muito a conectividade. Por sua representatividade, eles também influenciam os demais grupos da população. Assim, é uma geração importante a ser estudada e conquistada.

Outro ponto a ser aprimorado nas análises de conteúdo no Twitter é uma ampliação do conjunto de palavras-chave, de modo que a seleção das tendências de consumo seja mais abrangente. Além disso, o período de análise dos *tweets* é muito restrito, de somente um mês.

Mesmo com todas as ressalvas, o estudo do conte-

údo do Twitter pode ser uma ferramenta interessante para se observar as preferências, hábitos e tendências dos consumidores de frutas e hortaliças. Mas, como conquistar o consumidor brasileiro desses produtos e impulsionar a presença deles nas redes sociais? Uma estratégia pode ser a promoção de receitas culinárias, principalmente com apelo saudável, explicando seu modo de produção e, consequentemente, estimulando o consumo – levando-se em consideração a segurança na produção do alimento e visando a sustentabilidade.

Um exemplo pode ser o programa *choosemyplate*, criado pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), que dá dicas e até planos alimentares com base nos objetivos e preferências alimentares do indivíduo, incluindo opções que abrangem alimentos e bebidas saudáveis e econômicos, entre outras orientações importantes sobre os alimentos. No Brasil, a Associação dos Bataticultores da Região de Vargem Grande do Sul (ABVGS) já se adiantou e fez uma parceria com o site Tudo Gostoso, um dos maiores portais de receita do Brasil, para a divulgação de receitas com batata! 🍷



Hortifruti Brasil
@hfbrasil



E VOCÊ, PRODUTOR? JÁ PENSOU EM COMO SE COMUNICAR COM SEU CONSUMIDOR EM 2020?

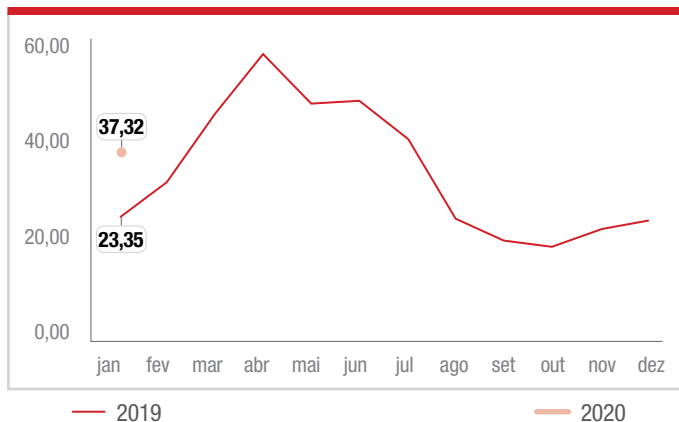
+60%



Com redução na oferta, preço do tomate salada 2A sobe em janeiro e fecha em R\$ 37,32/cx na Ceagesp

Preços sobem com força em janeiro

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



361,6 mm

de chuva (Jan/20)

Chuvas são volumosas em Venda Nova do Imigrante (ES)

Fonte: Inmet.



Fitossanidade

Precipitações frequentes em janeiro favorecem bacterioses em Venda Nova do Imigrante (ES)

Rentabilidade

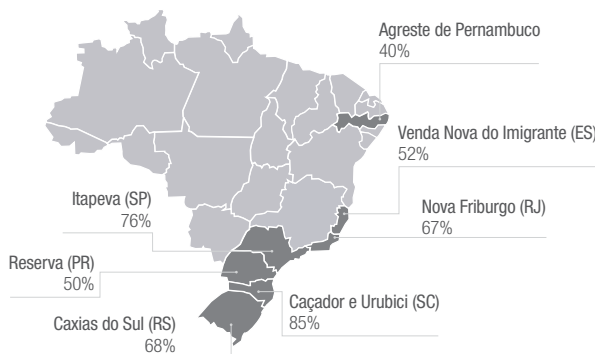
do tomate salada 2A em Itapeva (SP)

R\$ 43,25 (preço)
-R\$ 35,00 (custo)

+R\$ 8,25/cx

Em janeiro, houve nova e significativa valorização do tomate, por causa do menor volume ofertado após a maturação acelerada desde outubro/19, devido ao forte calor – grande parte dos frutos foi colhida nos últimos meses de 2019, especialmente em Venda Nova do Imigrante (ES) e Itapeva (SP). Diante disso, a rentabilidade ficou 25,2% maior em janeiro, enquanto o custo de produção teve média de R\$ 34,14/cx. Por conta das intensas chuvas em São Paulo e no Espírito Santo, a incidência de bacterioses foi maior nessas praças.

40% DA COLHEITA DE VERÃO É CONCLUÍDA ATÉ JANEIRO



Estimativa (%) da área colhida de tomate (nov/19-fev/20) do total cultivado da safra de verão 2019/20 (nov/19-jun/20)

PERSPECTIVAS



Oferta

Grande parte das praças deve chegar no pico de colheita em fevereiro, como Caçador (SC), aumentando a oferta no mercado.



Safra de inverno

Em fevereiro se inicia o plantio da primeira parte da temporada de inverno em todas as praças acompanhadas pelo Hortifruti/Cepea.



Produtividade

Boa sanidade das lavouras pode aumentar a produtividade em fevereiro em Caçador (SC).

PODER DE OUTRO MUNDO NO COMBATE À MOSCA-BRANCA



Molécula exclusiva
e inédita no Brasil



Controle de todas as
fases da mosca-branca



Maior efeito de choque
Maior residual



CHEGOU MAXSAN

MOVIDO A
DINO

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.

Maxsan

IHARA
Agricultura
é a nossa vida

-51,7%



Cotação da cebola crioula é inferior frente ao mesmo período de 2019 em Ituporanga (SC)



116,6 mm

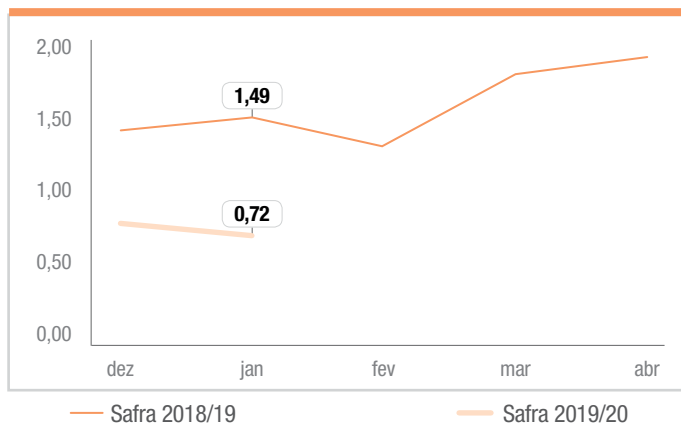
de chuva
(Jan/20)

Chuvas em Irecê (BA) dificultam colheita em janeiro

Fonte: Cptec/Inpe.

Boa produção no Sul do País mantém preços em baixa

Preços médios recebidos em Ituporanga (SC) pelo produtor da cebola vermelha crioula (R\$/kg)



Fonte: Hortifrut/Cepea.

Oferta

(Jan/20)



Aumento de área e produção satisfatória no Sul do País elevam oferta nacional



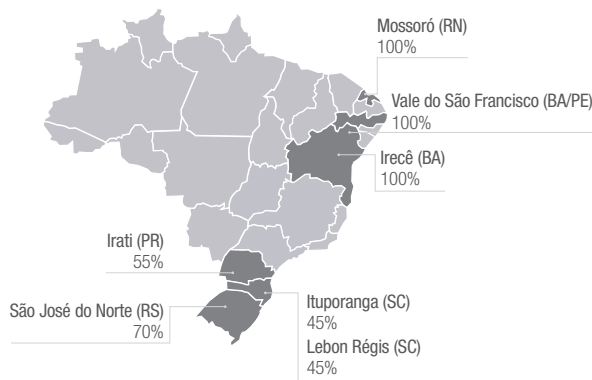
Plantio/ Semeadura

Condições climáticas desfavoráveis retardam plantio em Irecê (BA)

Em janeiro, os preços da cebola estiveram em queda, fechando o mês com média de R\$ 0,63/kg. Esse cenário se deve à alta oferta nacional, impulsionada, principalmente, pelas condições favoráveis à produção das praças produtoras do Sul do País. As cotações devem começar a reagir somente quando o Nordeste encerrar a comercialização e o Sul, gradualmente, liquidar seus estoques. Em Mossoró (RN), as chuvas em janeiro prejudicaram a qualidade dos bulbos, reduzindo ainda mais os valores.

NORDESTE ENCERRA SAFRA E SUL SEGUE COMO PRINCIPAL FORNECEDOR

PERSPECTIVAS



Estimativa (%) de comercialização (até fev) da safra 2019 de cebola híbrida no Nordeste e do Sul (nov/19-mai/20)

Preço



Preços podem subir em fevereiro, diante da liquidação da oferta do Nordeste. Porém, ainda devem ficar abaixo do esperado, devido à disponibilidade elevada no Sul.

Área



Baixas cotações no início deste ano podem levar cebolicultores do Nordeste a reduzir área da primeira safra.

Plantio/Semeadura



Apesar da redução de produtores da safra "do cedo" nas praças do Cerrado, o plantio deve se intensificar a partir de fevereiro em Cristalina (GO) e no Triângulo Mineiro.



Qualidade

Com clima adverso, qualidade é afetada no início de 2020

-25%

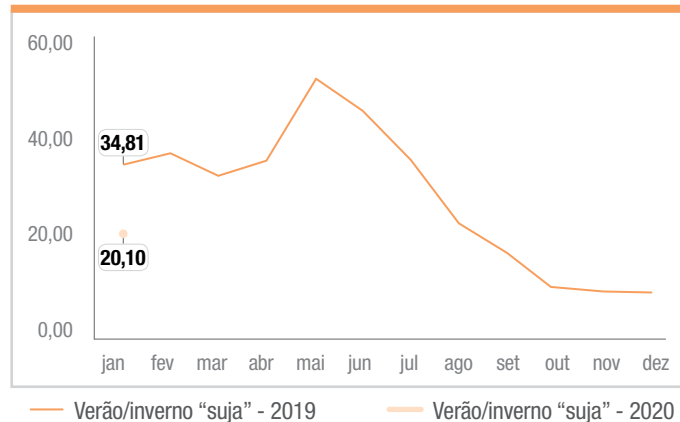


Produtividade

Rendimento em São Gotardo (MG) é menor, devido ao clima quente e chuvoso

2020 se inicia com recuperação nos preços

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

156%



Menor oferta interna impulsiona preços ao produtor (média nacional) em janeiro

Rentabilidade

em janeiro em São Gotardo (MG)

R\$ 0,70 (preço)
-R\$ 0,53 (custo)

+R\$ 0,16/cx

Com maiores preços no primeiro mês de 2020, rentabilidade fecha positiva

Os preços das raízes em janeiro tiveram expressiva alta em relação a dezembro/19. O início da colheita da safra de verão nas principais praças produtoras foi marcado pelo clima quente e chuvoso, que reduziu a produtividade e a oferta nacional. Além disso, a qualidade também foi afetada, diante da maior incidência de mela e pinta. Dessa forma, a rentabilidade dos produtores neste início de temporada foi maior, visto que a cotação média de venda foi superior aos custos de produção (estimados em R\$ 15,50/cx de 29 kg de cenoura "suja").

CERCA DE 25% DA ÁREA TOTAL DE VERÃO DEVE SER COLHIDA ATÉ FEVEREIRO

PERSPECTIVAS



Estimativa (%) da área colhida (dez/19 - fev/20) frente ao total da safra de verão (dez/19 - jun/20)

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Produtividade

Clima adverso à produção pode ocasionar doenças como mela e pinta, limitando a produtividade.



Preço

Para o restante da safra de verão 2019/20, os preços podem se manter em patamares elevados, devido à oferta mais reduzida no período.



Safra de verão 2019/20

Em fevereiro e março, a colheita das variedades de verão deve se intensificar em todas as praças.

+14%



Aumento do preço médio da alface americana em Mogi das Cruzes

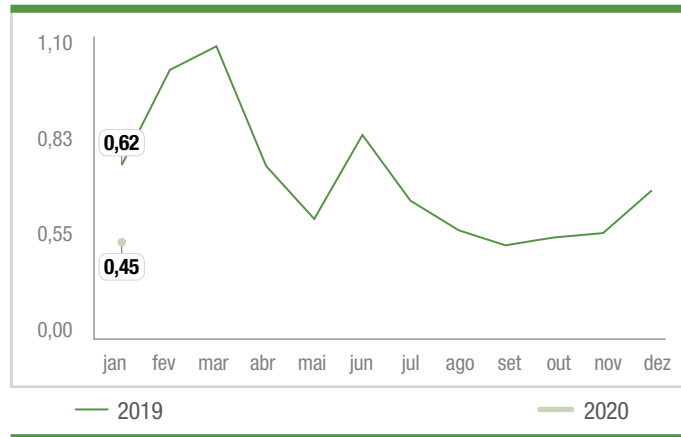


Demanda

Após festividades de fim de ano, demanda aumenta gradualmente em janeiro

Mesmo com alta do preço abaixo da esperada, rentabilidade é positiva

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Qualidade

Chuva e calor reduzem qualidade, causando queima do miolo e mela em janeiro



813 mm

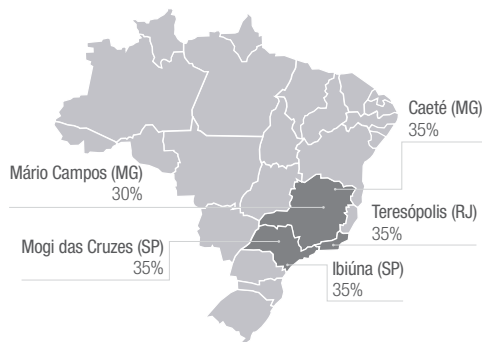
em Mário Campos (MG) (Jan/20)

Chuvas comprometem grande parte da produção mineira

Fonte: Inmet.

A rentabilidade fechou positiva em janeiro, mesmo com produtores esperando por cotações mais elevadas. Em Ibiúna (SP), a variedade crespa fechou o primeiro mês de 2020 a R\$ 0,45/unidade, valor 38% superior aos custos de produção, estimados em R\$ 0,32/un. O volume de mudas transplantadas foi intenso em dezembro/19, havendo, portanto, maior quantidade de pés ofertados em janeiro – mesmo com as doenças típicas da época, como queima do miolo, podridão-mole e mela. Além disso, a perspectiva é de aumento de área nesta safra de verão 2019/20. Esses fatores reforçam a menor rentabilidade, apesar de positiva, na comparação com o mesmo período do ano passado.

SAFRA DE VERÃO SE INTENSIFICA EM FEVEREIRO



Estimativa (%) de área colhida (dez/19 a fev/20) na safra de verão (dez/19 a jun/20)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Demanda

A demanda tende a aumentar ainda mais em fevereiro com o retorno das aulas e o clima quente.



Preço

Com demanda aquecida e problemas fitossanitários, preços podem continuar a subir, mesmo diante da maior área na safra de verão 2019/20.



Transplântio

Graças às boas perspectivas, a produção de mudas deve ser intensa para atender a demanda em fevereiro.

+19%



Jan/20
X
Dez/19

Valorização da ágata especial nos atacados paulistanos

+1%

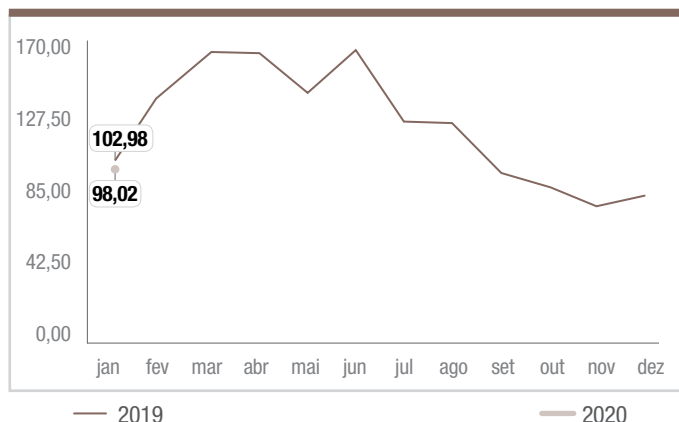


Área

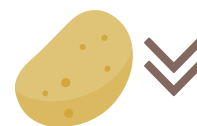
Área praticamente estável na temporada das águas garante bons preços em janeiro

2020 se inicia com bons resultados

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Qualidade

Chuva, calor e problemas fitossanitários reduzem qualidade em Minas Gerais, levando a uma grande amplitude de preços em janeiro

Rentabilidade

Média de janeiro/20 em Guarapuava (PR)

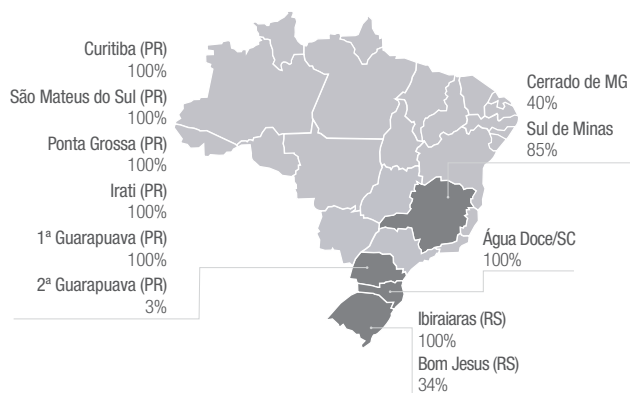
R\$ 68,75 (preço)
-R\$ 47,40 (custo)

+R\$ 21,35/sc de 50 kg

A área da safra das águas 2019/20 se manteve praticamente estável frente à da temporada anterior.

Por conta disso, tanto a oferta quanto os preços também seguem similares. As boas cotações recebidas pelos produtores nesta safra estão atreladas à redução de 25% da área nas temporadas 2018/19 e 2017/18. Já o Triângulo Mineiro e o Sul de Minas Gerais vêm registrando grande amplitude de preços, devido à menor qualidade dos tubérculos por conta do clima quente e chuvoso nessas praças. Por outro lado, em Guarapuava (PR), onde o clima e a fitossanidade vêm contribuindo para boas produtividades e qualidade, as cotações estão mais altas: a rentabilidade média de janeiro foi de 45%.

60% DA SAFRA DAS ÁGUA DEVE SER COLHIDA ATÉ O FIM DE FEVEREIRO



Estimativa (%) de área colhida frente ao total da safra das águas 2018/19 (nov/19 – fev/20)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Preço

A expectativa de bons preços para o produtor na temporada das águas 2019/20 deve se consolidar em fevereiro.



Plantio

Em fevereiro, os plantios da safra das secas devem se intensificar no Sul (PR, SC e RS) e se iniciar no Sudeste e no Centro-Oeste.



Produtividade

Com o maior volume de chuvas em janeiro, a produtividade e a qualidade podem ser inferiores.



-3,7%



Mesmo após festas de final de ano, desvalorização da BRS vitória é pequena

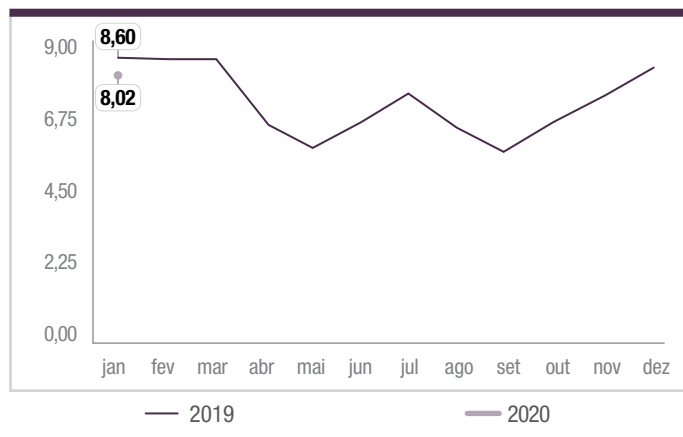


Podridão negra

Com fortes chuvas na região de São Miguel Arcanjo (SP), parreirais apresentam sintomas da doença

Preços em janeiro são inferiores aos de 2019

Preços médios da BRS vitória embalada recebidos por produtores no Vale do São Francisco (R\$/kg)



Fonte: Hortifrut/Cepea.



Demanda

Vendas são baixas em janeiro, devido ao menor poder de compra do consumidor



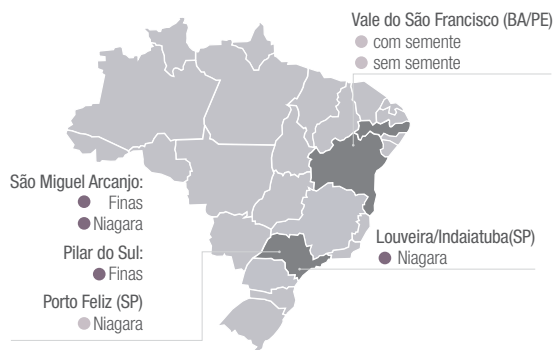
Chuvas

Chuvas em Marialva (PR) atrapalham podas da safrinha

A oferta de uvas foi baixa no Vale do São Francisco (PE/BA) em janeiro. No entanto, os preços não subiram como o esperado, devido ao lento ritmo de comercialização. Em Porto Feliz (SP), a safra se aproxima do fim, e os produtores se preparam para começar as podas para a safrinha. Em Pilar do Sul (SP) e em São Miguel Arcanjo (SP), a produção está aumentando, já que a safra está atrasada – seu início oficial ocorreu em janeiro, e as atividades devem se estender até março. Louveira/Indaiatuba (SP) ainda apresentava volumes moderados e produtores estão animados, visto que os preços de janeiro foram 34% maiores que os do ano anterior.

OFERTA DE UVAS DEVE SER BAIXA EM FEVEREIRO

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita da uva em fevereiro

Fonte: Hortifrut/Cepea.



Oferta

Vale do São Francisco (PE/BA) deve registrar baixa oferta no primeiro trimestre.



Poda

As podas da safrinha na região de Marialva (PR) devem terminar no final de fevereiro. A colheita é prevista para se iniciar em meados de março.



Exportação

Envios ao mercado externo, principalmente aos EUA, podem ocorrer antes da abertura da janela de exportação, que se inicia em abril, mas com volumes moderados.



Estoques

Com a finalização dos estoques da safra 2018/19, oferta dos classificadores reduz bastante em janeiro, como em Fraiburgo (SC) e Vacaria (RS)

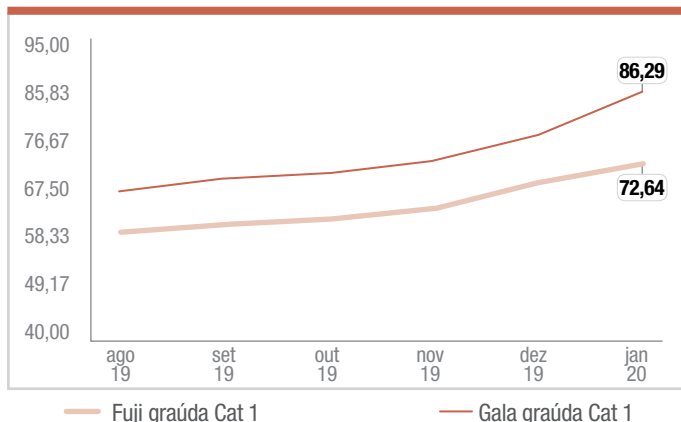


Colheita 2019/20

Devido ao inverno ameno (menos horas de frio), maçãs demoram mais para se desenvolver na safra 2019/20 do Sul

Estoques da maçã nacional estão quase zerados

Preços médios da fuji e gala graúda Cat 1 na média das regiões classificadoras - R\$/cx de 18 kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+6%



Jan/20
x
Dez/19

Com menor oferta, preço da fuji graúda Cat 1 nacional aumenta em São Joaquim (SC)



Estiagem

Falta de chuvas no Sul durante o período de enchimento das maçãs da safra 2019/20 preocupa maleicultores

Em janeiro, a oferta da maçã nacional recuou ainda mais nas regiões classificadoras. Em Vacaria (RS) e Fraiburgo (SC), os estoques da safra 2018/19 foram quase todos finalizados, restando apenas um pequeno volume em São Joaquim (SC). Como resultado, a fuji graúda Cat 1 se valorizou 6% frente à dezembro/19 em São Joaquim. Vale destacar que, como poucas empresas tinham gala, a alta nos preços foi ainda mais intensa: na média das regiões classificadoras, a gala graúda Cat 1 subiu 11% na mesma comparação. Neste começo de ano, o início da colheita da gala da safra 2019/20 teve atraso de quase duas semanas, com intensificação das atividades esperada para fevereiro.

ENFIM, COLHEITA DE GALA!

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de maçã no Sul em fevereiro



Colheita

A colheita da gala em São Joaquim (SC) deve ganhar ritmo apenas depois da segunda quinzena de fevereiro.



Custo

O aumento no valor da mão de obra e na oferta de miúdas encarece a colheita, elevando o custo de produção no Sul.



Exportação

Os envios ao mercado asiático devem crescer nos próximos meses, especialmente devido à maior oferta de maçãs miúdas.

Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta (Jan/20)



Calor favorece maturação e oferta de formosa e havaí aumenta em janeiro

Rentabilidade

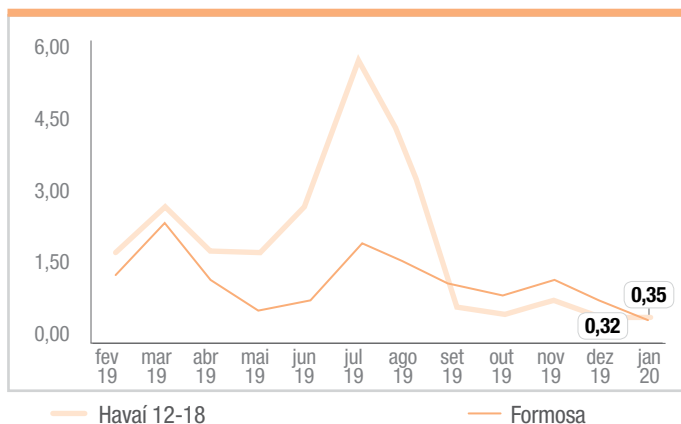
do havaí tipo 12 a 18 na média do Sul da BA e do Norte do ES em janeiro

R\$ 0,42 (preço)
 -R\$ 0,72 (custo)

-R\$ 0,30/cx

Oferta de mamão é elevada no início de 2020

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-54%



Jan/20
x
Dez/19

Aumento da oferta de formosa pressiona cotação da variedade no Norte do ES em janeiro

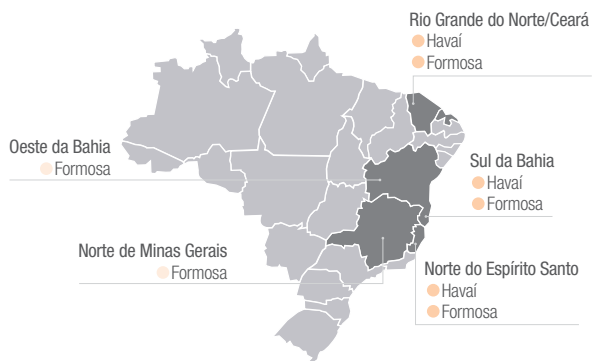


Qualidade

Chuva e calor reduzem qualidade, principalmente no Norte do ES

Em janeiro, as cotações do mamão formosa e do havaí caíram nas regiões produtoras acompanhadas pelo Hortifruti/Cepea. Segundo agentes, o grande volume de frutas, decorrente das temperaturas elevadas (que aceleram a maturação), e a demanda enfraquecida foram os principais fatores de pressão. Além disso, a maior oferta de mamões miúdos e muito maduros também favoreceu a queda dos preços – vale ressaltar que esses calibres são menos aceitos no mercado e frutas maduras precisam ser vendidas rapidamente. Com isso, a rentabilidade unitária ao produtor ficou negativa, considerando as duas variedades.

FEVEREIRO DEVE SER MARCADO POR OFERTA MODERADA PARA AS DUAS VARIEDADES



Fraco Moderado Intenso

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

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

Em fevereiro, a expectativa de produtores é de que a oferta fique moderada. Esse cenário, aliado ao aumento da demanda pós-férias, pode impulsionar os preços.



Chuva no RN/CE

Boas chuvas podem ocorrer em fevereiro, favorecendo a produção – a região sofre há anos com a crise hídrica.

Fonte: Inmet.



Exportação

Após recorde de volume embarcado em 2019, exportadores esperam bons resultados neste ano, devido à maior oferta e à demanda europeia aquecida.

EXPERIMENTE O FUTURO

DO HORTÍFRUTI COM A SYNGENTA HOJE

Um portfólio completo
para uma nova perspectiva
de produtividade e qualidade.



Gramíneas:

Fusilade



Dessecação:

Gramoxone
Reglone



Lagartas e Minadores:

Vollam Targo
Ampligo
Match
Karate Zeon
Polytrin
Trigard
Vertimec



Manchas:

Bravonil Ultrex
Bravonil 720
Amistar
Amistar Top
Maxim
Unix
Score
Blon



Requeima:

Bravonil Ultrex
Bravonil 720
Revus
Revus Opti
Ridomil Gold Bravo
Ridomil Gold MZ
Bion



Vetores:

Actara
Engeo Pleno S
Chess
Polo
Polytrin
Karate Zeon

Consulte a bula do produto.
Informe-se sobre e realize o manejo integrado de pragas.
Descarta corretamente as embalagens e os restos de produtos.

ATENÇÃO Este produto é tóxico para a saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas na bula, na embalagem e na etiqueta. 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.



c.a.s.a.

0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br

syngenta



MELANCIA

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

-36%



Queda no preço médio nacional da melancia graúda (>12 kg)

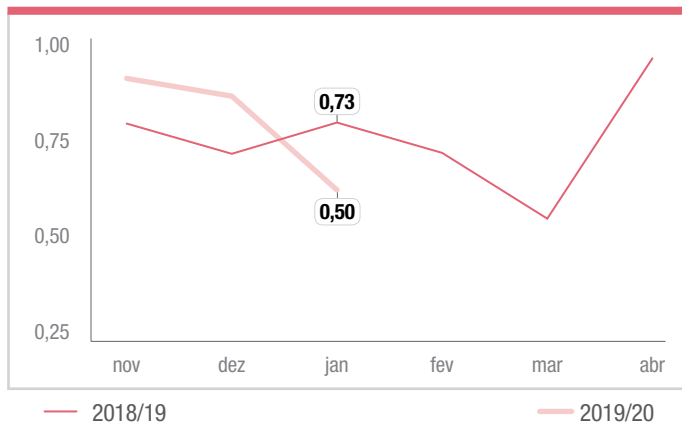


Qualidade

Clima quente e seco no Rio Grande do Sul “queima” melancias no início do mês

Mesmo com calor, preço cai em janeiro

Preços da melancia graúda (>12 kg) em Teixeira de Freitas (BA)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta (Jan/20)



Maior ritmo de colheita em Encruzilhada do Sul (RS) eleva oferta em janeiro



Plantio

Atividades de plantio da safrinha 2020 paulista se iniciam

As cotações da melancia recuaram em janeiro. Apesar da finalização das atividades de colheita em Itápolis (SP), a maior oferta em Encruzilhada do Sul (RS), incluindo frutas de menor valor comercial – devido aos problemas de qualidade no início do mês – pressionou as cotações. Além disso, a demanda caiu após as festividades de final de ano. Em Teixeira de Freitas (BA), a colheita seguiu estável até meados de janeiro, com aumento no ritmo nos últimos 10 dias do mês (dando início à 2ª parte da safra). Quanto aos plantios da safrinha, começaram na semana do Natal (2019) em Marília/Oscar Bressane, onde as frutas serão colhidas a partir de março.

OFERTA DEVE SER ALTA EM FEVEREIRO

PERSPECTIVAS



Estimativa do ritmo de colheita de melancia em fevereiro

Fraco Moderado Intenso



Oferta

Colheita da segunda parte da safra de Teixeira de Freitas (BA) e início em Bagé (RS) devem elevar oferta nacional.



Exportação

Após janeiro lento, envios da fruta à Europa devem voltar ao ritmo normal em fevereiro, sendo finalizadas em março.



Plantio

Em fevereiro, semeio tem início em GO, e as atividades de plantio para a safrinha 2020 paulista devem ser encerradas.

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Chuva

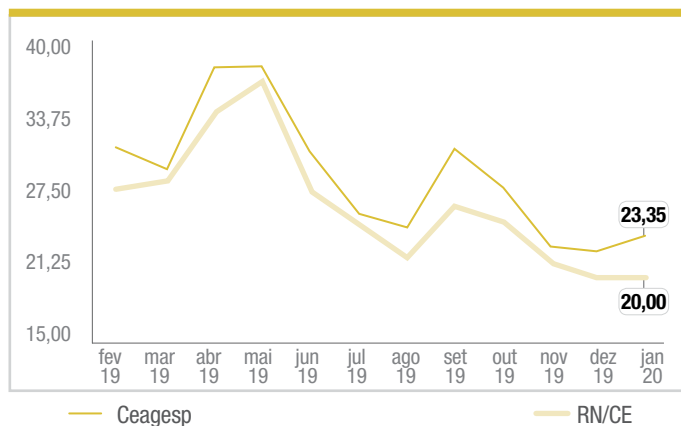
Precipitações no Nordeste atrapalham colheita em janeiro



Oferta é baixa no Vale do São Francisco em janeiro, por conta do plantio para a safra principal (com início de colheita previsto para março)

Colheita se desacelera em janeiro

Preços médios do amarelo tipo 6 e 7 na Ceagesp e no RN/CE (com posto SP) - R\$/cx de 13 kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+6%



Jan/20
X
Dez/19

Preço médio do amarelo tipos 6 e 7 aumenta em janeiro, devido à oferta mais controlada



Exportações

-21%

(Jan/20 X Dez/19)

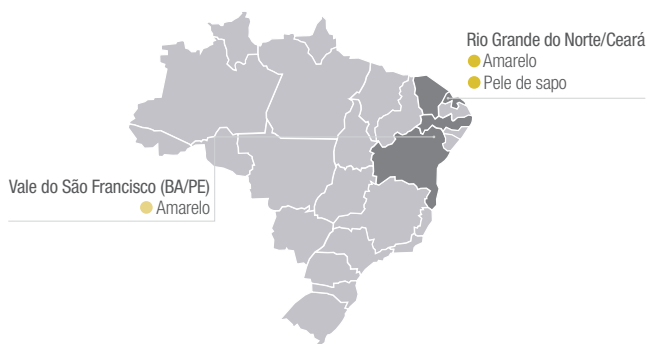
Queda nos envios em janeiro, devido às chuvas e à entrada da América Central no mercado externo

Fonte: Secex.

Em janeiro, a menor produção de melão em âmbito nacional resultou na valorização da fruta. Essa redução no volume esteve relacionada à proximidade do fim da safra 2019/20 no Rio Grande do Norte/Ceará e à desaceleração da colheita nessa praça e também no Vale do São Francisco (BA/PE), por conta das chuvas. Além disso, o clima mais quente no Sudeste (principal centro consumidor) contribuiu para elevar a demanda. Dessa forma, o amarelo tipos 6 e 7 encerrou o mês de janeiro com média de R\$ 23,35/cx de 13 kg na Ceagesp, valor 6% superior ao de dezembro/19. Vale ressaltar que, no fim de 2019, as vendas ficaram abaixo do esperado, resultando em sobras nos primeiros dias de 2020.

SAFRA 2019/20 SE APROXIMA DO FIM NO RN/CE

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de melão no Nordeste em fevereiro

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Exportação

A expectativa é de redução das exportações de melão em fevereiro, devido à aproximação do fim da safra no RN/CE (previsto para março) e dos envios da América Central à Europa.



Produtividade

No RN/CE, a produtividade pode cair, em função das chuvas e das altas temperaturas, o que pode também antecipar o fim da safra principal na região. O mesmo tende a ocorrer na produção do Vale do São Francisco (BA/PE).



Doença

Com a maior umidade no RN/CE em janeiro e a possibilidade de o clima continuar assim nos próximos meses, as aplicações de defensivos podem aumentar, principalmente para controle de míldio e *Didymella bryoniae*.

+19,7%

Jan/20
x
Dez/19

Alta no preço médio da
tommy no Vale do
São Francisco



96 mm

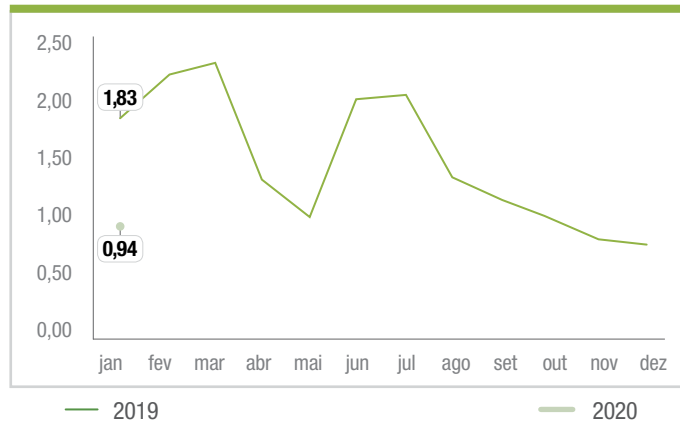
de chuva em Petrolina (PE)
(Jan/20)

Chuvvas são mais frequentes no
semiárido e contribuem para o
desenvolvimento das frutas

Fonte: Inmet.

Com o fim da safra paulista, tommy se valoriza

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



(Jan/20)

Safra de tommy se encerra
em Monte Alto/Taquaritinga (SP);
oferta local se restringe à palmer



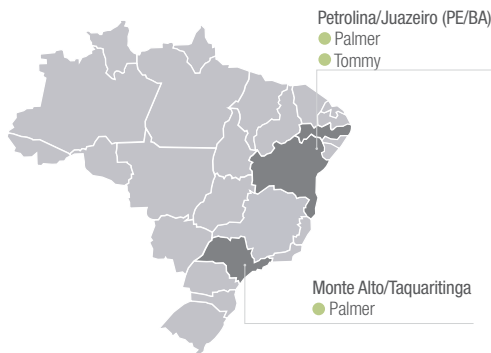
Bacteriose

Qualidade da palmer
de SP é limitada pela incidência
de *Xantomonas*; envio à
indústria se eleva

Os preços da manga aumentaram em janeiro. No caso da tommy, o impulso foi decorrente do encerramento da safra da variedade em Monte Alto/Taquaritinga (SP). Para a palmer, houve valorização, ainda que pequena, no Vale do São Francisco (PE/BA), devido às exportações aquecidas e à proximidade do encerramento da colheita no Norte de MG. Muitas frutas de qualidade inferior foram colhidas em janeiro – principalmente nas regiões paulistas (acometidas por bacteriose e antracnose) e em Livramento de Nossa Senhora (BA), onde foram colhidas as últimas frutas da temporada –, limitando valorizações mais expressivas.

OFERTA DE TOMMY DEVE SER RESTRITA AO VALE EM FEVEREIRO

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de manga em fevereiro

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Colheita

Colheita de palmer em Monte Alto/Taquaritinga
deve se encerrar no fim de fevereiro.



Oferta

Após iniciar o ano com menor oferta, Vale do São
Francisco (PE/BA) pode intensificar colheita no final
de fevereiro.



Preço

Com oferta restrita ao Vale do São Francisco e a SP,
preços podem se recuperar a partir de fevereiro.



BANANA

Analistas de mercado: *Leonardo Caires de Oliveira e Rodolfo Fernandes Hackmann*
Editora econômica: *Marcela Guastalli Barbieri*
hfbanana@cepea.org.br

-42%



Nanica de primeira se desvaloriza em todas as regiões, com destaque para o Vale do Ribeira (SP), devido ao excesso de fruta

Rentabilidade

da nanica no Vale do Ribeira (SP) em janeiro

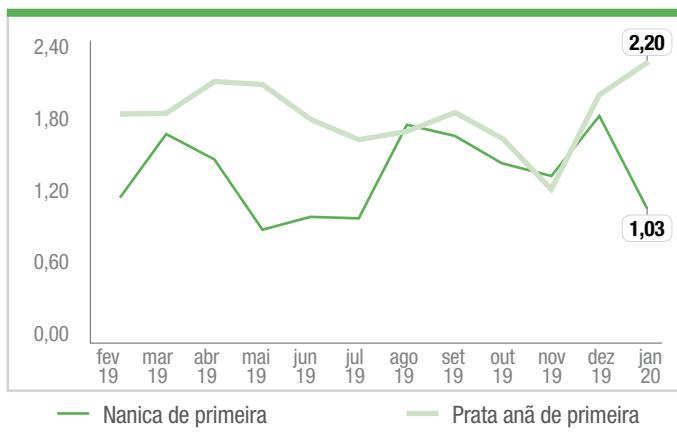
R\$ 1,03 (preço)

-R\$ 0,85 (custo)

+R\$ 0,18/cx

Enquanto o preço da nanica recua, o da prata aumenta no início de 2020

Preço médio da banana prata anã do Norte de Minas Gerais e da nanica do Vale do Ribeira (SP) -R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

R\$ 2,20/



Valor da prata de primeira aumenta 12% no Norte de Minas Gerais, devido à “entressafra”



Demanda

Cotações são limitadas por menor consumo e férias escolares – essa demanda é muito importante para o setor

A oferta da banana nanica, que começou a aumentar em meados de dezembro, se manteve elevada em janeiro. Com isso, as cotações recuaram nas principais regiões produtoras. Outro fator que influenciou a queda das cotações foi o período de férias escolares, já que esse consumo é muito importante para o setor. Por outro lado, a prata se valorizou no primeiro mês do ano, visto que a oferta estava menor que a demanda, devido à “entressafra”, especialmente no semiárido. Produtores de prata temem que os preços altos prejudiquem as comercializações futuras, mesmo com pouca fruta no mercado até meados do ano.

OFERTA DE NANICA SE REDUZ UM POUCO EM FEVEREIRO

PERSPECTIVAS



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



Volta às aulas

A demanda deve aumentar em fevereiro, devido ao fim das férias escolares e aos preços competitivos da nanica.



Nanica

Oferta deve começar a se reduzir em meados de fevereiro, favorecendo o aumento das cotações.



Mercosul

As exportações brasileiras ao Mercosul podem seguir positivas, devido ao preço mais competitivo da nanica e à boa qualidade nacional.

Fonte: Hortifruti/Cepea.



CITROS

Analistas de mercado: Isabela Camargo e Caroline Ribeiro

Editora econômica: Fernanda Geraldini Palmieri
hfcitros@cepea.org.br

R\$ 30,53/



cx
(Jan/20)

40,00 Max.
30,53 Méd.
24,00 Mín.

Varição na qualidade aumenta amplitude dos preços da pera (produtor)

-47,2%

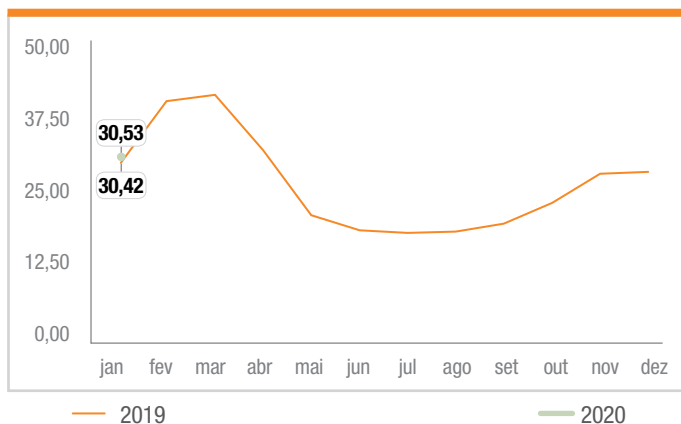


Jan/20
X
Dez/19

Em pico de safra, preço da tahiti recua significativamente

Apesar de maior oferta de frutas de baixa qualidade, pera sobe mais de 8%

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+8,2%



Jan/20
X
Dez/19

Com a queda da oferta, as cotações da laranja se sustentam em bons patamares



Indústria

Mesmo em “entressafra”, algumas fábricas mantêm moagem da laranja em janeiro

Com a desaceleração da colheita das laranjas da safra 2019/20, os preços da pera de mesa estiveram elevados em janeiro. Os valores até poderiam ser maiores se não houvesse comercialização de frutas de baixo padrão no segmento *in natura*. O preço médio de janeiro/20, de R\$ 30,53/cx, foi 8,2% superior ao de dezembro/19. No segmento industrial, a demanda continuou firme, apesar do período de “entressafra”, com preços superiores aos verificados na maioria dos meses da safra no *spot*. Para a lima ácida tahiti, o pico de safra resultou em cotações baixas em janeiro. Neste cenário, o processamento industrial e as exportações da tahiti *in natura* se intensificaram.

AGORA É HORA DA TAHITI

PERSPECTIVAS



São Paulo
● Pera, murcote, valência e lima
● Natal e folha murcha
● Lima ácida tahiti



Preço

Ainda em “entressafra”, as cotações da laranja de mesa devem seguir firmes em fevereiro, período de demanda firme devido ao calor.



Tahiti

A oferta de lima ácida tahiti deve permanecer elevada em fevereiro, mas as exportações e o processamento podem amenizar a pressão nos valores.



Indústria

Menos unidades devem continuar em operação a partir de fevereiro. A safra 2020/21 pode ter intensificação tardia.

Fonte: Hortifruti/Cepea.

Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita em fevereiro



BOA PARTE DA NOSSA TOMADA DE DECISÃO NA COMPRA DE PRODUTOS OU SERVIÇOS PASSA PELA INTERNET

ENTREVISTA: **Fernanda Vicentini**

A jornalista Fernanda Vicentini tem MBA em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais (ESPM e extensão em Comportamento do Consumidor (FGV). Tem 15 anos de experiência em comunicação com foco em marketing digital, social media, produção de conteúdo, PR e gestão e prevenção de crises. Em agências de comunicação e publicidade, participou de projetos junto a clientes como Ambev, Bayer, Cisco, Claro, Grupo CCR, Embraer, Johnson & Johnson, Mercedes-Benz, Nestlé, Latam Airlines, Unilever, entre outros. Participou de trabalhos premiados pelo Effie Awards Latam; Effie Awards Brasil; Abemd e Webby Awards. Atualmente é diretora executiva de Social Media e Conteúdo da E/OU-MRM, parte do McCann Worldgroup.

Hortifruti Brasil: Segundo o “Global Digital Report 2019”, da We Are Social, 57% da população mundial utiliza a internet, enquanto 45% dela também faz parte de alguma rede social. Hoje, com essas tecnologias, muitos hábitos e comportamentos das pessoas foram alterados. Em sua opinião, como essas mudanças têm afetado os hábitos de consumo da população?

Fernanda Vicentini: Têm afetado os hábitos de consumo de maneira bastante impactante. Grande parte da nossa tomada de decisão na compra de um produto ou serviço passa hoje pela internet. As modificações são profundas, mas a que gostaria de destacar é o volume de informação que é consumido. Isso fica mais tangível quando decidimos, por exemplo, adquirir um celular: como é uma compra que exige um investimento financeiro considerável, nos dedicamos a pesquisar, ler avaliações, comparar modelos e entender a fundo as características do produto para depois adquirir. Mas, mesmo as compras mais corriqueiras, como uma escova de dentes ou um saco de arroz, estão cheias de conteúdo que nos ajudam na tomada de decisão.

HF Brasil: A intensificação do uso das redes sociais e das novas tecnologias também têm mudado a forma como as empresas buscam entender o consumidor?

Fernanda: As redes sociais são fonte de dados riquíssimas para entender as etapas de tomada de decisão do consumidor em sua jornada de compra. Essas plataformas acabam agregando um grande volume de informações que, se consolidadas, estruturadas e lidas de maneira analítica podem contribuir de maneira substancial para fornecer informações preciosas para as organizações. Cada vez mais as empresas buscam maneiras de processar grandes volumes de dados para extrair deles, com velocidade e precisão, as informações que possam ser aproveitadas para gerar uma inteligência competitiva e colocá-las à frente de seus concorrentes.

HF Brasil: No setor de hortifrúti, verificamos que não há grande presença de marcas ou divulgações nas redes sociais. Quais

poderiam ser os desafios ou estratégias do setor para fazer com que os HF's fiquem mais presentes nas redes sociais?

Fernanda: Acredito que o grande diferencial para qualquer negócio é buscar a maneira de ser relevante para seu consumidor. Fornecer a informação correta em um momento adequado pode fazer toda a diferença para o público que acaba por conectar-se com a marca, aumentando probabilidades de recompra e fidelização. Por que eu deveria comprar em um determinado hortifrúti e não em outro? Claro, em um primeiro momento há as razões mais óbvias, ligadas ao ato em si da compra: variedade e frescor dos produtos, proximidade da residência, atendimento diferenciado. Mas, em um cenário onde o consumidor pode encontrar características muito similares de estabelecimentos, o diferencial estará na maneira como a marca consegue se comunicar com o consumidor e o quanto ela é útil e significativa para ele. Vou dar um exemplo prático: muitas pessoas realizam pesquisas sobre receitas quando estão em um hortifrúti, seja para checar os ingredientes do que desejam cozinhar, seja até para buscar inspiração. Imagine então que a marca forneça essas receitas vinculadas à sazonalidade dos produtos e/ou das ofertas? Talvez uma oferta de brócolis acompanhada de uma receita de risoto pode ser mais atraente do que só a oferta em si. Aliar essas possibilidades trazendo relevância e praticidade para a experiência de compra pode ser um grande diferencial.

HF Brasil: Ao pensarmos em alimentação, quais tendências já estão sendo observadas/aceitas no mercado brasileiro?

Fernanda: O que tem sido marcante é a entrada no mercado nacional e internacional de produtos veganos, sem ingredientes de origem animal. Esses produtos têm chamado a atenção de grandes investidores. Esse tipo de produto acaba por atender ao crescente número de vegetarianos e veganos, que apenas no Brasil quase dobrou nos últimos seis anos, de acordo com a pesquisa Ibope de 2019. Além disso, eles também suprem uma demanda de sustentabilidade já que, comparado à produção de carnes, são bem menos agressivos ao meio ambiente. ■

Soluções BASF Batata. Mais produtividade para o seu Legado.



Com as Soluções BASF, sua lavoura de batata pode ter ainda mais proteção, qualidade e produtividade.



PRODUTOS

Fungicidas

Alvo: Requeima

Acrobat® MZ

Forum®

Forum® Plus

Alvo: Alternaria

Cantus®

Caramba® 90

Orkestra® SC®

Alvo: Rhizoctonia (sulco)

Cabrio® Top

Alvo: Bactérias

Tutor®

Fungicida Multissítio

Polyram® DF

Alvos: Requeima e Alternaria

Cabrio® Top®

Inseticidas

Alvos: Traça-da-batatinha,
Tripes e Vaquinha

Pirate®

Alvo: Vaquinha

Fastac® 100

Alvos: Traça-da-batatinha
e Vaquinha

Imunit®

Alvo: Traça-da-batatinha

Nomolt® 150

Verismo®

Alvo: Larva-alfinete

Regent® 800 WG

Regent® Duo

Herbicidas

Controle Pré-emergente

Herbadox® 400 EC

Dessecação

finale®

Heat®

Adjuvantes

Assist® EC

Dash®

Break-Thru®

Biológico

Alvo: Bactérias

Timorex Gold®

Serviço

Programa Origem

*Produtos com benefício **AgCelence**®, mais produtividade e rentabilidade para o produtor.

- ☎ 0800 0192 500
- 📘 facebook.com/BASF.AgroBrasil
- 🌐 www.agro.basf.com.br
- 📝 www.blogagro.basf.com.br

BASF na Agricultura.
Juntos pelo seu Legado.

ATENÇÃO

Este produto é destinado à produção de batata e não deve ser utilizado em outros cultivos. Leia atentamente o rótulo e siga as instruções de aplicação. Consulte o representante de vendas para obter mais informações sobre o uso adequado do produto em sua região. Nunca permita a utilização do produto em áreas não autorizadas.

CONSULTE SEMPRE UM
ENGENHEIRO AGRÔNOMO
VENDA SOB RECEITUÁRIO
AGRÔNOMICO.



Uso exclusivamente agrícola. Aplique somente as doses recomendadas. Descarte corretamente as embalagens e os restos de produto. Inclua outros métodos de controle de pragas do Manejo Integrado de Pragas (MIP) quando disponíveis e apropriados. Registre: MAFK, Acrobat® MZ nº 05605, Cabrio® Top nº 03303, Cantus® nº 07503, Caramba® 90 nº 01601, Forum® nº 01390, Forum® Plus nº 03502, Orkestra® SC nº 08013, Polyram® DF nº 01603, Tutor® nº 02904, Imunit® nº 08804, Fastac® 100 nº 302793, Nomolt® 150 nº 01393, Pirate® nº 05806, Regent® 800 WG nº 005294, Regent® Duo nº 12411, Heat® nº 01013, Herbadox® 400 EC nº 015907, Verismo® nº 18817, Timorex Gold® nº 22116 e Fastac® nº 0691.

BASF
We create chemistry



Invista certo, plante
ALPINA F1

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

Mala Direta Postal
Básica
0000/2012 - DR/XXXXY
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



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**.

Couve-flor híbrida

ALPINA F1

- Boa proteção de cabeça
- Ampla adaptação de cultivo
- Resistência: Xcc
(Podridão Negra das Crucíferas)

Xcc - Xanthomonas campestris pv. campestris



Acesse e
saiba mais

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

19 3514-7330 | www.agristar.com.br

CURTA NOSSAS REDES SOCIAIS

 AGRISTAR DO BRASIL

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