

# BRÓCOLIS NINJA F1

ALTA PRODUTIVIDADE  
E QUALIDADE O ANO TODO

**TOPSEED**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

**Mala Direta**

**Básica**

9912339962/2013-SE/SPI

**FEALQ**

Correios ...

**Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ**

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

Tel: 19 3429.8808 - @htfbrasil

E-mail: htfbrasil@cepea.org.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.

# BRÓCOLIS NINJA F1

- Alta sanidade foliar
- Precocidade
- Cabeça arredondada
- Resistente à *Xanthomonas*



Acesse e confira o  
vídeo sobre a cultivar

☎ 19 3514-7330

🌐 [agristar.com.br](http://agristar.com.br)

📱 [agristarbrasil](https://www.instagram.com/agristarbrasil)

**TOPS**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

Uma publicação do CEPEA – ESALQ/USP

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

Tel: 19 3429.8808 - @hfbrasil

E-mail: [hfbrasil@cepea.org.br](mailto:hfbrasil@cepea.org.br)

[hfbrasil.org.br](http://hfbrasil.org.br)

# Hortifrutifrutiti <sup>Brasil</sup>

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP  
Ano 22 - Nº 235 - Julho de 2023 - ISSN 1981-1837

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA  
VENDA PROIBIDA

hfbrasil.org.br



## #ORGULHOHF

A força do setor hortifrutícola!

**Participe da nossa campanha!**

# PREVISÃO DE REQUEIMA E ALTERNARIA? É TEMPO DE TOTALIT, O FUNGICIDA DA IHARA.



Multiculturas



Maior período  
de controle



Duplo mecanismo de ação:  
sistêmico e contato

USE O LEITOR DE QR CODE  
DO SEU CELULAR

O TEMPO FECHOU PARA OS  
FUNGOS! SAIBA MAIS SOBRE  
OS BENEFÍCIOS DE TOTALIT.



**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.

**Totalit**

**IHARA**  
Agricultura  
é a nossa vida

## EDITORIAL



Margarete Boteon (à esq.) e Fernanda Geraldini organizaram os depoimentos e a matéria sobre #OrgulhoHF desta edição.

A **Hortifruti Brasil** lançou a campanha “Orgulho HF” no mês passado, na Hortitec, evento realizado de 21 a 23 de junho em Holambra (SP). O objetivo é fomentar um movimento de valorização de uma cadeia que avançou muito em mais de 20 anos de revista **Hortifruti Brasil**. A campanha começou com declarações dos mais diversos perfis de empreendedores – produtores, associações, engenheiros agrônomos e consultores. Em nosso estande na Hortitec, perguntamos a esses agentes quais são os motivos para sentirem orgulho de produzir, comercializar, pesquisar e prestar serviços para o setor de frutas e hortaliças.

Essas personalidades do setor expuseram seus frutos, desafios, receios, limitações e avanços que tiveram ao longo de duas décadas – alguns depoimentos também foram publicados no Instagram da HF Brasil (@hfbrasil). Os principais pontos levantados nas conversas durante a Hortitec foram relacionados ao risco climático e a questões fitossanitárias, comerciais (clientes, preço, rentabilidade) e de boas práticas agrícolas. Um tema recorrente foi a importância de se trabalhar com qualidade, oferecendo produtos que vão ao encontro das demandas do consumidor. Essa campanha quer capturar, ainda, outro valor importante para a **Hortifruti Brasil**: aumentar o número de leitores da revista e o engajamento nas redes sociais.

Além dos depoimentos de personalidades, mostramos números importantes quanto à força do setor hortifrutícola no Brasil, em termos de área plantada, pessoas atuando no campo, valor bruto de produção, receita com exportação, dentre outros. Confira tudo a partir da página 10.

*O movimento #OrgulhoHF se iniciou na Hortitec e será reforçado durante o The Brazil Conference & Expo 2023, que será realizado em agosto em São Paulo. Além disso, o tema será abordado nas próximas edições da revista e nas redes sociais da HF Brasil. Abrace nossa campanha você também, leitor, e nos responda: qual é a sua motivação de fazer parte da hortifruticultura? Faça uma declaração (pode ser em texto ou em vídeo), nos envie ou marque nas redes sociais “#OrgulhoHF” para que esse movimento cresça cada vez mais forte!*

#ORGULHOHF: PARTICIPE DA NOSSA CAMPANHA!

# SEJA O ELO ENTRE SEU NEGÓCIO E O DIGITAL,



## E FAÇA DA TECNOLOGIA SUA ALIADA.

### MBAUSP ESALQ

INSCRIÇÕES ABERTAS  
MBAUSPESALQ.COM



PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU 100% ONLINE  
CONTEÚDO ATUALIZADO COM AULAS AO VIVO

CERTIFICADO USP  
PROFESSORES USP

PROFISSIONAIS RENOMADOS DO MERCADO  
INTERAÇÃO E NETWORKING

queroinfos@pecege.com | (19) 2660-3343

/mbauspesalq

# EXPEDIENTE

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

## COORDENAÇÃO GERAL

Margarete Boteon

## EDITORES ECONÔMICOS

Fernanda Geraldini, João Paulo Bernardes Deleo, Marcela Guastalli Barbieri, Marina Marangon Moreira, João Victor Vicentin Diogo, Margarete Boteon e Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros

## JORNALISTA E

### EDITORA EXECUTIVA

Daiana Braga Mtb: 50.081

## JORNALISTA RESPONSÁVEL

Alessandra da Paz Mtb: 49.148

## REVISÃO

Alessandra da Paz, Daiana Braga, Flávia Gutierrez e Nádia Zanirato

## EQUIPE TÉCNICA

Amanda Siviero, Ana Carolina Koga de Souza, Barbara Gabriela Lira, Carolina Lagazzi Dreger, Guilherme Alves Duarte, Gustavo Spalaoor Silva, José Vitor de Sousa Kovac, Isabela Baldini, Laura Cestarioli, Luisa Costa Purchio, Matheus Corsini, Pedro Angelo Almeida Franco e Thomas Brigato.

## APOIO

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários  
Luiz de Queiroz

## CAPA E DIAGRAMAÇÃO

dBito Visual Arts | 19 98408.5110

## IMPRESSÃO

Grafilar | 14 3812-5700

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](mailto:hfbrasil@cepea.org.br)

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

# ÍNDICE



## CAPA 10

Agentes do setor de frutas e hortaliças relatam seus frutos, desafios, receios, limitações e avanços em 20 anos.

- 16 TOMATE
- 18 ALFACE
- 19 BATATA
- 20 CEBOLA
- 21 CENOURA
- 22 CITROS
- 24 UVA
- 25 MAMÃO
- 26 MANGA
- 27 MAÇÃ
- 28 MELÃO
- 30 BANANA
- 31 MELANCIA

## #HFBRASIL20ANOS

Comente em nossas redes sociais sua experiência  
nesses 20 anos da revista Hortifruti Brasil.





*Amor que vem da terra.*  
**E que alimenta o mundo.**

A sua lavoura é a sua vida. E a nossa também. Por isso, estamos ao seu lado, unindo afeto, dedicação, ciência e muita tecnologia, trabalhando diariamente para melhorar a sua produtividade. Porque a nossa missão é ajudar você a cumprir a sua: levar alimento de qualidade a mais pessoas, sempre com muito amor. **Conte com a Linha HF hoje e amanhã.**

**#HortifrútiForteÉCorteva**



# RADAR HF - HF Brasil na Hortitec 2023

## HF Brasil recebe leitores e colaboradores na 28ª Hortitec

De 21 a 23 de junho, ocorreu, em Holambra (SP), a 28ª Hortitec, a maior feira do setor de frutas e hortaliças do Brasil. A equipe da revista **Hortifruti Brasil** esteve presente, recebendo leitores e colaboradores, que foram o foco do nosso estande em 2023. Durante o evento, diversas personalidades foram entrevistadas para contar um pouco da sua atuação no setor de HF, mostrando os motivos do orgulho de fazer parte da hortifruticultura (os depoimentos você pode conferir na matéria de capa desta edição). Além disso, diversos brindes foram distribuídos e kits foram sorteados aos novos leitores cadastrados. Toda a cobertura foi divulgada em nosso Instagram (@hfbrasil) durante os dias da Hortitec. Veja algumas fotos de quem passou pelo nosso estande abaixo e na coluna social da Hortitec nas páginas 8 e 9 desta edição.



Equipe recebe os visitantes no estande.



Convidados ilustres dão depoimentos sobre o orgulho de ser HF.



Alguns dos sorteados que ganharam kits com diversos brindes.

**FMC**  
**TEM**  
*Soluções*

PROGRAMA

*Colha+*  
*Sustentabilidade*

SOLUÇÃO COMPLETA PARA SUA  
PRODUÇÃO CRESCER PROTEGIDA.



Consulte a bula dos produtos para confirmar as culturas registradas.

AGORA, VOCÊ PODE CONTAR  
COM O PROGRAMA COLHA+  
SUSTENTABILIDADE 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 à colheita. Além disso, está comprometida em contribuir para a produção de alimentos saudáveis, livres de resíduos, com produtos de baixa carência e alta performance, corroborando rastreabilidade, MIP e menor emissão de carbono. Juntos, podemos unir nossa inovação a toda sua dedicação com o cultivo.

Inseticidas:

VERIMARK® TALSTAR®  
BENEVIA® AVATAR®  
PREMIO® HERO®  
PREMIO STAR®

Fungicidas:

ZIGNAL® AUTHORITY®  
ROVRAL® PROVILAR®  
GALBEN®-M

Nematicida biológico:

QUARTZO®

Herbicidas:

REATOR® AURORA®

Biopotencializadores:

SEED+® CROP EVO®



**FMC** | An Agricultural  
Sciences Company

**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. UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.

# RADAR HF - Coluna Social HORTITEC 2023







## #ORGULHOHF

# A FORÇA DO SETOR HORTIFRUTÍCOLA!

Nós, da equipe da **Hortifruti Brasil**, estamos muito orgulhosos com a parceria que temos com o setor hortifrutícola há 21 anos! Desde maio de 2002, temos conseguido unir a cadeia nas páginas desta revista, trazendo informações importantes para a tomada de decisão de agentes. E reforçamos esse orgulho como tema de capa desta edição!

Perguntamos aos leitores que passaram em nosso estande na Hortitec, evento realizado de 21 a 23 de junho, em Holambra (SP), quais são os motivos para sentirem **ORGULHO** de produzir, comercializar, pesquisar e prestar serviços para o setor de frutas e hortaliças. Essas personalidades do setor expuseram seus frutos, desafios, receios, limitações e avanços que tiveram ao longo desses 21 anos. Esses esforços foram fundamentais para tornar o setor de frutas e hortaliças muito mais forte economicamente. Foi você, leitor, quem construiu, junto à nossa equipe e patrocinadores, cada edição da revista **Hortifruti Brasil**, formando, assim, uma só comunidade, que se ajuda para crescer!

**A HORTIFRUTI BRASIL É FEITA POR VOCÊ E PARA VOCÊ. CASO TENHA ALGO A RELATAR, NOSSA CAMPANHA CONTINUA EM NOSSAS REDES SOCIAIS! E, CLARO, SE FOR NEGOCIAR, É MELHOR CONSULTAR NOSSO CONTEÚDO!**

## A FORÇA DO SETOR HORTIFRUTÍCOLA

1,7 milhão de pessoas

Pessoas ocupadas no campo

2,46 milhões

Unidades produtivas

R\$ 50,3 bilhões

Valor Bruto da Produção

30%

Propriedades com rastreabilidade

2,99 milhões de hectares

Área plantada

US\$ 3,4 bilhões

Receita com Exportação (incluindo os produtos processados)

R\$ 335,6 bilhões

Faturamento varejista (in natura e processados)

Fontes: Cepea, Euromonitor, Censo Agropecuário IBGE (2017) e Secex.

**Obs:** Os dados são referentes aos anos de 2022 e 2023, com exceção da área e unidades produtivas, que são do Censo Agropecuário de 2017, do IBGE. O cálculo acima foi estimado com base nos números oficiais e agregados para todos os hortifrutícolas. No caso de receita com exportação e varejista, foram incluídos os principais produtos processados do setor. Os dados de rastreabilidade foram baseados na edição de agosto de 2022 da revista Hortifruti Brasil. O valor da produção refere-se ao Censo Agropecuário de 2017 corrigido pelo IGP-DI do período (valores de 2023). No caso dos produtos exportados, foram considerados o grupo dos capítulos 7 (Produtos hortícolas, plantas, raízes e tubérculos e comestíveis), 8 (Frutas; cascas de frutos cítricos e de melões) e 20 (Preparações de produtos hortícolas, de frutas ou de outras partes de plantas), excluindo-se feijões, amendoins, lentilhas e ervilhas secas.

# ORGULHO DE EMPREENDER NO SETOR HORTIFRUTÍCOLA



Depois de duas décadas, nossos leitores e colaboradores continuaram dando um show, agora, ao vivo e a cores, na Hortitec! Em depoimentos à **Hortifruti Brasil** durante o evento, eles opinaram, explicaram, criticaram, expuseram novas ideias, desafios e receios do setor. Veja os principais pontos levantados

por nossos colaboradores – e muitos deles estão disponíveis em nosso Instagram (@hfbrasil), caso queira assistir! Você vai notar que os valores familiares e a perseverança de fornecer um alimento saudável à população estão no DNA de nossos empreendedores.



**Edson Trebeschi,**  
diretor presidente da  
Trebeschi Tomates,  
empresário na área  
de hortaliças.

## “O DESAFIO É O NOSSO DNA”

Dentro do agronegócio do Brasil e do setor de HF, é comum nos depararmos com vários casos surpreendentes e motivacionais de resiliência. Empreender no Brasil não é tão simples, **e no agronegócio temos um risco climático alto – nos precípeis, como os HFs, ainda mais.** No nosso caso, o processo envolveu muita perseverança, dedicação e amor à profissão e a cada detalhe, cada cultivo e cada desafio. Está no DNA dos nossos gestores encarar desafios: a Trebeschi vai completar 29 anos, e, ao longo deste período, algo que é muito comum para nós é: **sair da zona de conforto.** Mudando variedades, novos controles, exigências de mercado (que, na verdade, são oportunidades), e nos colocar como consumidores antes de produtores, e fazer da Trebeschi uma opção de solução dentro do segmento de FLV, buscando inovar e trazer o que há de melhor ao consumidor brasileiro. A HF Brasil foi um divisor de águas para um setor que, até então, convivia com uma informalidade muito grande. O setor sempre foi carente de informações de qualidade, e sendo uma instituição neutra, a HF Brasil facilitou com que todos os elos se sentissem à vontade para contribuir com questões de mercado, além de trazer matérias relevantes. É uma ferramenta que não pode faltar dentro do segmento de hortifrúteis no Brasil.”

## “SOMOS INOVADORES”

A trajetória da Malmann em São Paulo começou em 1998, quando a empresa abastecia supermercados comprando tomates de produtor. Posteriormente, começamos a produzir tomates também, e hoje somos reconhecidos como uma empresa inovadora do setor, procurando usar as boas práticas de produção e fornecer um produto saudável ao consumidor. Fazer parte da comunidade de HF é muito prazeroso, pois estamos lidando no dia a dia com um produto que alimenta. **Muitos produtores pensam apenas dentro da porteira, mas cada vez mais precisamos ter consciência de que os produtos devem ser pensados no consumidor,** que quer um alimento que seja saudável e que faça bem à sua saúde. Os desafios são muitos, mas para quem quer oferecer qualidade, algo extremamente importante é que sozinho não conseguimos! Então, o desafio é formar uma boa equipe de trabalho, ter uma boa gestão e ter profissionais ao lado que conheçam a cultura e que saibam produzir bem.”



**Nelson Mallmann,**  
da Tomates Malmann,  
empresário na área  
de hortaliças.

## “SOU A QUARTA GERAÇÃO DE CITRICULTOR”

Sou produtor de citros e abacate em São Paulo e no Sul de Minas Gerais. Venho de uma família tradicional da citricultura, sou a quarta geração de citricultor. É uma união de duas famílias de produtores de mudas do passado, e estamos na citricultura desde 1950, iniciando no município de Limeira (SP) e indo para outras cidades do estado. Hoje, a citricultura está desafiadora, por causa do *greening*, e foi necessário buscar novas áreas, com menos doenças e com clima mais favorável para a fruta de mesa. **Estamos enfrentando uma doença desafiadora, mas vamos vencer mais esta batalha.** A citricultura me dá orgulho porque é uma cultura que proporciona alimento, saúde e riqueza onde está inserida, pois gera trabalho e renda aos municípios.”



*Antonio Carlos Simoneti, presidente da ABCM (Associação Brasileira de Citros de Mesa) e empresário e produção de citros e abacate.*



*Jeferson Magário, empresário e produtor de banana e presidente da Conaban (Confederação Nacional dos Bananicultores).*

## “SOU A TERCEIRA GERAÇÃO EMPREENDENDO”

Sou produtor de banana no Vale do Ribeira (SP) e **tenho orgulho de fazer parte do setor de HF!** Sou a terceira geração de produtores, e estou desde os anos 2000 na propriedade, onde meu avô iniciou a produção na década de 1960.”



## “TEMOS DNA DE PRODUTOR”

Estamos no ramo da fruticultura há 25 anos, na produção, comércio e exportação de mamão. Apesar de a empresa não ter origem familiar, viemos de uma família de agricultores, e **carregamos no DNA o orgulho de ser HF, de ser produtor**, de fazer parte do crescimento e da história do País. Apostamos muito no futuro do agronegócio no Brasil!”



*Emerson Vander Silva, diretor agrícola da empresa Frutas Solo Agroindustrial, produtora e exportadora de mamão do Norte do Espírito Santo, Sul da Bahia e Rio Grande do Norte.*

## “É SEMPRE UM DESAFIO PRODUZIR UM ALIMENTO SEGURO”

Sou técnico agrícola, e minha trajetória começa em 2009, quando terminei a escola técnica. Entrei no ramo de insumos, e, posteriormente, fui para o varejo, trabalhando com consultoria e desenvolvimento de fornecedores (na área de abastecimento de frutas e hortaliças). Isso me despertou um olhar muito grande para este setor em plena expansão e que ainda tem muito espaço para melhorar e desenvolver, para levar um alimento muito mais seguro e de qualidade aos consumidores. Sem dúvida foi uma trajetória muito importante! Hoje trabalho em uma empresa de distribuição de frutas, e **é sempre um desafio levar um alimento com qualidade:** esse alimento que vai para a mesa do consumidor, não apenas no aspecto visual, mas na sua qualidade sanitária. Sempre temos que levar um alimento seguro, e o principal desafio no Brasil é a transparência e esse trabalho de fazer algo em prol do consumidor.”



*Jonas Octávio, produtor de abacate e citros e vice-presidente da Associação Brasileira de Abacates.*

## “NOSSA EQUIPE É COMO UMA FAMÍLIA”

O meu maior orgulho de fazer parte da cadeia de HF é fornecer alimentos saudáveis à população. **Busco sempre produzir com qualidade** e servir melhor nossos clientes. Nossa maior conquista é conseguir trazer nossa equipe para perto de nós, como uma família, resultando em benefícios para o nosso município e para o Brasil.”



Lauro Andrade,  
da Irmãos Andrade, empresário  
na área de hortaliças.



Moisés Lopes de Albuquerque,  
diretor executivo da ABPM  
(Associação Brasileira  
dos Produtores de Maçã).

## “FORNECEMOS SAÚDE A POPULAÇÃO”

Temos um grande orgulho deste setor! **Geramos empregos e fornecemos à sociedade um alimento de alta qualidade nutracêutica**, que nutre e trata da saúde da nossa população!”

## PESQUISA & ORGANIZAÇÃO É ESSENCIAL PARA O FORTALECIMENTO DO SETOR

A base do avanço do setor vem da pesquisa e desenvolvimento. Para que as demandas da sociedade e a organização do setor sejam desenvolvidas, as associações também são de suma importância. Destacamos aqui três instituições que têm vital importância na consolidação das pesquisas e na organização da cadeia produtiva. Temos muito orgulho de tê-las como apoiadoras do setor hortifruticultor.



Jorge de Souza,  
gerente técnico e de  
projetos da Abrafrutas  
(Associação Brasileira  
dos Produtores e  
Exportadores de Frutas  
e Derivados).

## ABRAFRUTAS: BRAÇO QUE FORTALECE A CADEIA DE FRUTAS NO PAÍS

Em 2013, um grupo de oito produtores percebeu que seria extremamente difícil para a fruticultura brasileira um avanço significativo na competitividade e no acesso aos mercados internacionais sem uma organização. Resolvemos criar a Abrafrutas, que começou a operar em 2014. O objetivo da Associação era tentar organizar o setor para que, por meio da união, melhorássemos o nosso acesso aos mercados doméstico e internacional, e pudéssemos compartilhar as boas práticas agrícolas que levariam o setor a um padrão de fruta que seria reconhecido como de alta qualidade, de frutas saborosas e seguras para consumo. **Nos últimos 10 anos (período de atuação da associação), as exportações brasileiras cresceram em uma taxa superior à do mercado global**, e, em 2021, atingimos o primeiro bilhão de dólares em exportação. Isso é um fato relevante, mas os desafios continuam – considerando-se que o Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas, mas ainda está na incômoda posição de 23º maior exportador mundial. E temos como objetivo estar entre os 10 maiores nos próximos cinco anos. Temos que abrir novos mercados, desenvolver a cultura exportadora e a cultura empresarial, no sentido que os produtores brasileiros de frutas, além de bons produtores rurais, sejam também bons homens e mulheres de negócios.”

## EMBRAPA HORTALIÇAS: O PILAR PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR HORTICULTOR

Nesses últimos 20 anos, estou fascinado com a pujança do setor de HF. É bastante dinâmico, e, a cada ano, tecnologias novas vêm surgindo. Para nós, da pesquisa, o trabalho da HF Brasil é muito importante para nos fornecer dados. A Embrapa Hortaliças está fazendo 42 anos, e, nas primeiras duas décadas, trabalhamos muito na informação ao produtor, visto que o Brasil era importador, produzia pouca hortaliça. E, agora, a demanda é crescente e há necessidade de tecnificação (ex: cultivares resistentes e tolerantes), e temos que nos adaptar a uma demanda do consumidor por produtos mais saudáveis e de melhor qualidade. Mais recentemente, na área digital, temos trabalhado com rastreabilidade, aplicativos, sistemas de alerta, além de bioinsumos, cultivo protegido e fazendas verticais. **O carro-chefe da Embrapa Hortaliças é desenvolver cultivares adaptadas ao clima tropical, pois o Brasil é continental e produz hortaliças o ano inteiro, de Norte a Sul.** E, mais difícil ainda, existe um contraste, desde o pequeno produtor ao grande empresário."



Warley Nascimento,  
chefe-geral da  
Embrapa Hortaliças.



Manoel Oliveira, diretor executivo do Ibrahort (Instituto Brasileiro de Horticultura) e presidente da Comissão Nacional de Hortaliças e Flores, da CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil).

## IBRAHORT: SUPORTE ESSENCIAL PARA O AVANÇO NA ORGANIZAÇÃO DA HORTICULTURA

Tenho muito orgulho do setor de hortaliças e de estar acompanhando isso! Nos últimos anos, **temos visto a movimentação e a preocupação dos produtores com a questão da sustentabilidade e do emprego das boas práticas agrícolas.** Nós do Ibrahort, juntamente a outras instituições, temos como foco ajudar o produtor e a cadeia produtiva nesta evolução, na inovação, no conceito de boas práticas agrícolas e produção de um alimento seguro."

## O NOSSO AGRADECIMENTO AOS AGRÔNOMOS!

Sem empresários, organizações de classe e pesquisa e desenvolvimento, não teríamos avançado tanto no setor de frutas e hortaliças. E um elo muito importante é o de engenheiros agrônomos, profissionais que se dedicam a esse setor. Sem eles, seria muito difícil pulverizar o conhecimento no campo. Parabéns a todos que escolherem essa profissão, e que o seu conhecimento e experiência motivem ainda mais o fortalecimento do setor!



José Carlos de Mendonça,  
consultor na cultura da banana.

## "MUITO ORGULHO!"

Atuo como consultor na bananicultura do Vale do Ribeira (SP) há 36 anos, e **me orgulho de atuar nesta cultura tão importante para a agricultura brasileira.**"

## “MINHA ORIGEM É DA COOPERATIVA DE COTIA”

Há mais de três décadas, comecei minha atividade profissional na área de agronomia com a cooperativa agrícola de Cotia (SP), na área de HF. Me orgulho muito de estar no setor ainda hoje, e vou permanecer! E esse orgulho de pertencer vem da importância de HF, que é saudável, seguro e garantia de uma alimentação equilibrada. **É um orgulho saber que estamos fornecendo alimento e ajudando a população a melhorar a sua nutrição.**”



**Roberto Kobori,**  
engenheiro agrônomo e  
consultor em bananicultura.



**Flávio Irokawa,**  
consultor na  
área de HF.

## “NO MUNDO DIGITAL, O IMPORTANTE É A TRANSMISSÃO DO CONHECIMENTO”

Tenho uma trajetória de 30 anos dentro do setor. É uma área bastante complexa, mas é uma oportunidade para estimular os novos que estão entrando no mercado de HF. É uma trajetória de muita superação e desafios: foi necessário mudar, introduzir novas tecnologias e fazer também com que houvesse mudança de perfil no setor. Outro ponto importante é que **o conhecimento deve ser transmitido: houve épocas em que guardar conhecimento era um patrimônio, mas, neste mundo digitalizado, quanto mais você retransmite, mais recebe em troca.** Tenho orgulho de falar que trabalho com praticamente todas as culturas de HF. Quando se fala em HF, se fala em saúde, e é o que me motiva a trabalhar!”

## O movimento #ORGULHOHF continua, participe!

A HF Brasil, como equipe, formou nestes mais de 20 anos uma comunidade unida, que aborda e analisa diversos assuntos econômicos. Juntos, produzimos informações transparentes e de qualidade, que, anos atrás, eram difíceis de serem encontradas no setor de HF. Essa comunidade é representada por várias cadeias e regiões produtoras/comerciais brasileiras, e está destacada nesta edição especial pós-Hortitec.

Os desafios do setor foram e continuam inúmeros, mas a evolução foi muito maior em duas décadas. É notável que a atuação de instituições e associações se fortaleceu, dando suporte a produtores e outros agentes do setor.

Os principais pontos levantados nas conversas durante a Hortitec 2023 foram relacionados ao risco climático, a questões fitossanitárias, comerciais (clientes, preço, rentabilidade) e de boas práticas agrícolas. Porém, um tema recorrente foi a importância de se trabalhar com qualidade, oferecendo produtos que venham de encontro às demandas do consumidor.■

**E, VOCÊ LEITOR, QUAL É A SUA MOTIVAÇÃO? FAÇA UMA DECLARAÇÃO, NOS ENVIE OU MARQUE NAS REDES SOCIAIS #ORGULHOHF PARA QUE ESSE MOVIMENTO CRESÇA CADA VEZ MAIS FORTE!**

## -6%

Jun/23  
X  
Mai/23

Preço do salada 2A  
cai em junho, devido  
ao aumento da oferta



### Chuvas

Tempo mais seco em  
junho facilita colheita  
de tomates

## Com intensificação da safra, preços recuam em junho

Preços médios da venda do tomate salada 2A longa vida  
no atacado de São Paulo - R\$/cx de 20 kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Oferta

Colheitas de inverno  
avançam, aumentando  
a disponibilidade

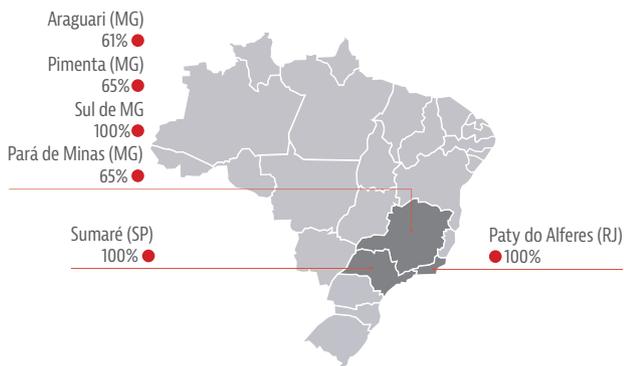


### Produtividade

Favorecido pelo tempo firme,  
rendimento aumenta, mas  
ainda fica abaixo da média  
histórica para o mês

A oferta de tomate aumentou em junho. As regiões produtoras intensificaram a colheita da safra de inverno, além do fato de que outras praças, como São José de Ubá (RJ), iniciaram a safra. Além disso, a produtividade, que estava abaixo do potencial desde o início da temporada, melhorou (ainda assim, está aquém do esperado). Esse cenário pressionou as cotações do fruto. Em julho, caso as temperaturas não caiam muito, é possível que as atividades de campo se intensifiquem ainda mais. Também há a possibilidade de entrada de tomate rasteiro no mercado de mesa.

## PATY DO ALFERES E SUMARÉ DEVEM FINALIZAR COLHEITA DE 1ª PARTE DE INVERNO EM JULHO



Safra de verão

1ª parte da safra de inverno

Estimativa (%) de área colhida das safras de verão  
(out/22 – jun/23) e de inverno (mar/23 – dez/23)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Oferta

Apesar do encerramento da safra de inverno em algumas praças, a oferta continuará elevada em julho, com outras regiões que intensificarão a safra. Também há a possibilidade da oferta de rasteiro.



### Qualidade

Devido à proximidade do final de colheita, a quantidade de ponteiros deve subir em algumas regiões.



### Colheita

Praças da primeira parte de inverno devem encerrar sua colheita em julho.



The  
Brazil  
Conference

7ª Feira Internacional da Indústria de Frutas, Flores,  
Legumes e Verdura

INTERNATIONAL  
FRESH PRODUCE ASSOCIATION

22 e 23  
AGOSTO 2023

8H ÀS 11H30 CONGRESSO - 11H30 ÀS 19H EXPOSIÇÃO  
EXPO CENTER NORTE | PAVILHÃO AMARELO

Faça parte do evento referência na indústria  
de **Frutas, Flores, Legumes e Verduras**



Ponto de encontro dos principais compradores de varejo, food service,  
executivos de produção de alto nível e líderes do setor FFLV



2 dias de  
congresso  
+ exposição



+100 expositores  
para você  
avaliar



Oportunidades de  
negócios e potenciais  
clientes



Programação  
com temas  
de mercado



Lançamentos  
tendências  
de consumo

IMPULSIONE SEU NEGÓCIO COM A **THE BRAZIL CONFERENCE & EXPO**

Formas de participação:

Experiência completa:

Café da Manhã | Congresso  
Exposição | Vip Lounge

Somente exposição

OPORTUNIDADE DO ANO PARA  
IMPULSIONAR SEUS NEGÓCIOS!  
**FAÇA JÁ SUA INSCRIÇÃO!**



**GARANTA SEU INGRESSO  
NO LOTE ATUAL**

[freshproduce.com.br](https://freshproduce.com.br)

É SÓ APONTAR CAMERA  
DO SEU CELULAR!

f in @

@ifpabrazil #freshproduce  
freshproduce.com.br

Realização | Organização

INTERNATIONAL  
**FRESH  
PRODUCE**  
ASSOCIATION

Patrocínio | Promotor

**Franca** Feiras



## R\$ 2,30/ unidade



Jun/23  
X  
Mai/23

Mesmo com saída limitada, preço da americana dispara em Ibiúna (SP), devido à baixa disponibilidade



### Oferta (Jun/23)

Menor ritmo de plantio e ciclo de desenvolvimento prolongado controlam oferta

## Apesar de baixa procura, oferta limitada sustenta preço em SP

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

## Área



Queda no consumo resulta em redução da área em Mogi das Cruzes e Ibiúna (SP)

## Rentabilidade

da americana em Mogi das Cruzes (SP)

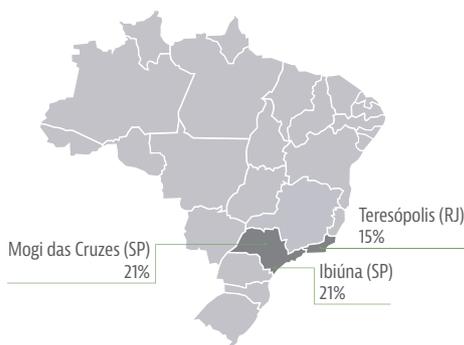
R\$ 2,21 (preço)  
-R\$ 1,66 (custo)

**+R\$ 0,55/un**

Em junho, mesmo com o frio desestimulando o consumo de alface, a baixa oferta controlou os valores. Produtores já esperavam a queda na demanda e reduziram a área, a fim de tentar controlar a disponibilidade da folhosa e a queda nos preços. Dessa forma, mesmo com baixa saída, as cotações foram favorecidas pela oferta controlada. Em Ibiúna (SP), a variedade crespa finalizou em R\$ 1,23/un, aumento de 6,74%. Em Teresópolis (RJ), embora os preços ainda estejam atrativos, o baixo consumo já resultam em baixa nas cotações: a crespa teve média de R\$ 1,29/un em junho (-13,09%), e a americana R\$ 1,17/un.

## SAFRA DE VERÃO TERMINA; PLANTIOS DE INVERNO AINDA DEVEM SER LENTOS EM JULHO

## PERSPECTIVAS



Estimativa (%) de área colhida de alface (até jul/23) da safra de inverno (de jul/23 a nov/23)

Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Demanda

Recesso escolar deve reduzir o consumo de folhosas em julho.



### Preço

Mesmo com oferta limitada, a baixa demanda do inverno pode pressionar as cotações.



### Produtividade

Chegada do inverno reduz perdas no campo e deve alavancar qualidade.

**+40%**



Preço da ágata especial sobe no atacado paulistano

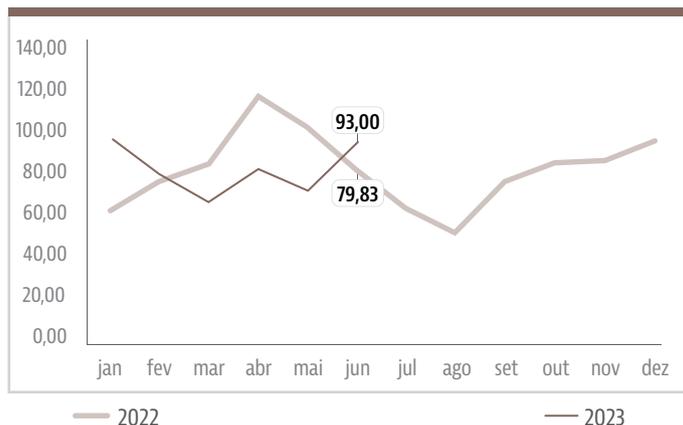


## Safra de inverno

Primeiras áreas de inverno são colhidas em junho

## Com baixa oferta das secas, preço tem alta expressiva em junho

Preços médios da batata padrão ágata especial no atacado paulistano - (R\$/sc de 25 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



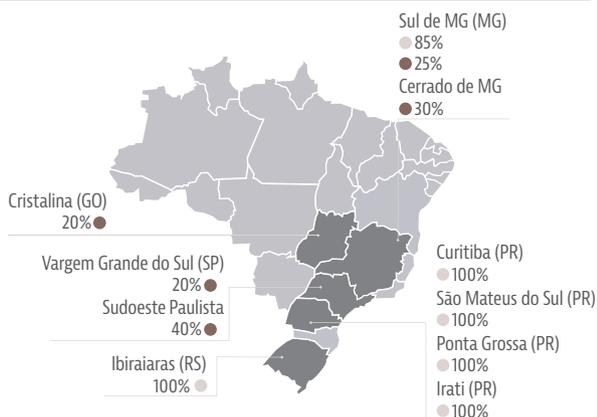
Em período entressafra, oferta está controlada



Devido às condições climáticas, primeiros talhões colhidos no PR apresentam baixa produtividade

Em junho, os preços da batata avançaram de forma significativa, devido à diminuição da oferta. Esse cenário está atribuído ao encerramento da safra das águas e ao volume ainda baixo das secas. O clima úmido durante os plantios seguido da seca no período de desenvolvimento das lavouras do Paraná prejudicou a fitossanidade e a produtividade das áreas colhidas em junho. Além disso, a safra das secas registrou ligeiro atraso. Embora algumas regiões tenham iniciado a colheita de inverno, como Vargem Grande do Sul (SP) e Cristalina (GO), o volume ainda não foi expressivo no mês, o que influenciou no aumento nas cotações. A Chapada Diamantina (BA) também reduziu o volume colhido em junho.

## EM JULHO, COLHEITA DAS SECAS ATINGE PICO, E A DE INVERNO GANHA RITMO



Safra das secas

Safra das águas

Estimativa (%) de área colhida de batata frente ao total da safra das secas (mai/23 – ago/23) e da de inverno (jul/23 – nov/23)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Oferta

Com o pico da colheita da safra das secas e o maior ritmo da de inverno, oferta tende a aumentar em julho.



### Preços

Maior disponibilidade deve pressionar as cotações da batata.



### Produtividade e qualidade

Com o tempo mais firme, produtividade e qualidade dos tubérculos ofertados pelo PR tendem a aumentar em julho.



# CEBOLA

Analista de mercado: José Vitor de Sousa Kovac  
Editores econômicos: João Diogo e Marina Marangon Moreira  
hfcebola@cepea.org.br

**+9%**  
Jun/23  
X  
Mai/23

Oferta limitada eleva preços no Nordeste

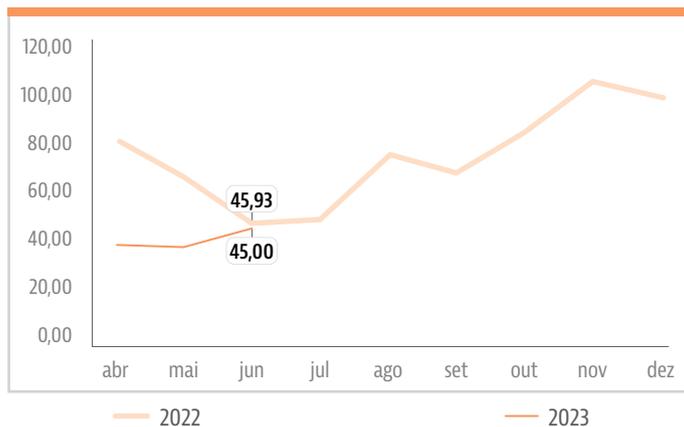


## Chuvas

Em Cristalina (GO) diminuem no início do inverno; cenário facilita trabalhos no campo

## Mesmo com baixa qualidade, oferta restrita eleva preços

Preços médios recebidos por produtores de Irecê (BA) pela cebola beneficiada tipo 3 (R\$/sc de 20 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Qualidade

Chuva em Minas Gerais e pragas no Nordeste afetam qualidade das cebolas



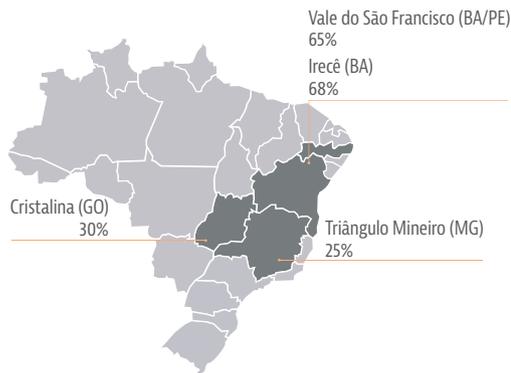
## Oferta



Colheita ainda está no início em Cristalina (GO) e no Triângulo Mineiro, limitando a disponibilidade

Em junho, a oferta de cebolas diminuiu, impulsionando as cotações. A cebola híbrida amarela tipo 3 foi vendida por R\$ 45,01/sc de 20 kg na média de Cristalina (GO), Triângulo Mineiro (MG) e Irecê (BA). Apesar da valorização, a qualidade está aquém do esperado, com problemas como camisa d'água no Cerrado, devido ao alto índice de fevereiro a maio, e, em Irecê (BA), com incidência de tripses, reduzindo a quantidade da caixa tipo 3. Apesar desses entraves, a procura aumentou em Cristalina, visto que, copluviométrico as chuvas menos intensas na região, a qualidade foi menos afetada.

## TRIÂNGULO MINEIRO E GOIÁS DEVEM INTENSIFICAR COLHEITA EM JULHO



Estimativa (%) de área comercializada da safra 2022/23 no Nordeste (de nov/22 a jul/23) e no Cerrado (de abr a out/23)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Oferta

Com a intensificação da colheita no Cerrado e o início das atividades em São Paulo, a oferta pode ser maior em julho.



### Colheita

São José do Rio Pardo (SP) deve iniciar aos poucos a colheita de cebolas.



### Qualidade

Cebolas que estavam com problemas devido às chuvas já foram vendidas em junho. Portanto, em julho, cebolas de melhor qualidade devem predominar.

# CENOURA

**R\$ 61,00/**  
cx de 29 kg



(Jun/23  
X  
Mai/23)

Preço médio da cenoura "suja" em São Gotardo (MG) e Cristalina (GO)

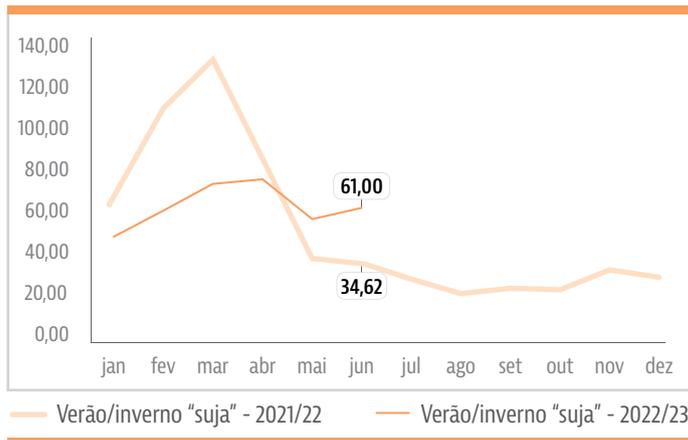


## Qualidade

Colheita de áreas atingidas pelas chuvas em jan-fev/23 termina, e qualidade melhora

## Clima mais frio limita oferta, e cotações sobem

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

## Safra de inverno



Variedades mais resistentes ao frio têm ótimo desenvolvimento em MG e GO



## Oferta

(Jun/23)



Baixas temperaturas restringem oferta de cenouras

A redução da oferta nas principais praças produtoras (Minas Gerais e Goiás) em junho refletiu em leve aumento dos preços da cenoura. A caixa de 29 kg registrou alta de 8% frente a maio, com média de R\$ 61,00. A menor disponibilidade está atrelada ao clima mais frio, que segura o desenvolvimento das cenouras e atrasa a colheita em algumas áreas. Na Bahia, com as menores temperaturas do inverno, a produtividade melhora significativamente, mas, como a referência é o mercado mineiro, os preços da cenoura baiana se sustentaram.

## SAFRA DE VERÃO CHEGA À RETA FINAL EM JULHO



Estimativa (%) de área colhida de cenoura (até jul/23) frente ao total da safra de verão (de dez/22 a jul/23)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Oferta

Com colheita da safra de inverno, oferta aumenta em julho.



### Preço

Valores podem cair devido ao aumento da disponibilidade de raízes.



### Qualidade

As condições climáticas favoráveis no plantio e no desenvolvimento da safra de inverno devem resultar em boa qualidade.

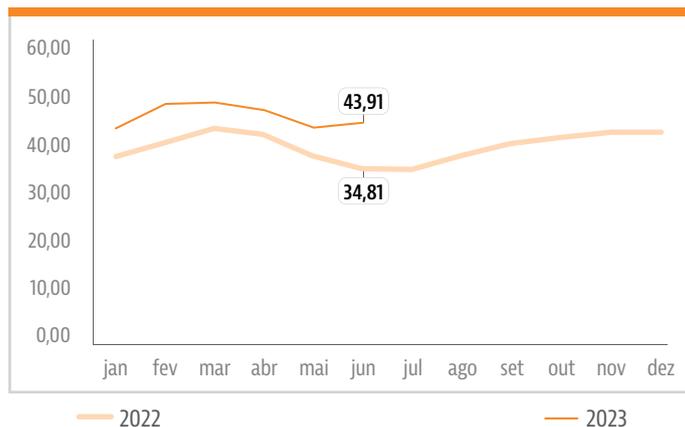
## 49%



Preço da laranja no mercado *spot* (indústria) sobe em junho e atinge patamares históricos

## Demanda industrial sustenta preço da laranja no mercado *in natura*

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Indústria

Processamento se intensifica em junho e contribui para controle da oferta de laranja no mercado de mesa



## Tangerina poncã

Variedade atinge pico de safra em SP, e preços são pressionados em junho

## R\$ 18,65/cx



27 kg colhida (Jun/23)

Oferta de lima ácida diminui, elevando preços em junho

Os preços da laranja no mercado *in natura* reagiram levemente em junho. Apesar do consumo limitado (diante das baixas temperaturas e da preferência pela tangerina poncã) e da oferta crescente, as cotações foram sustentadas pela alta absorção industrial. No caso da lima ácida tahiti, a oferta caiu ao longo do mês, cenário que elevou as cotações, que subiram 34% em relação a maio. Outros fatores que reforçaram o avanço nos valores da tahiti foram o maior ritmo das exportações da fruta (favorecidas pela proximidade do verão na Europa) e a melhora da qualidade.

## PRECOSES ATINGEM PICO DE SAFRA EM JULHO

## PERSPECTIVAS



### Lima ácida tahiti

Oferta pode seguir controlada em julho, cenário tende a sustentar as cotações no mês.



### Processamento

Moagem deve atingir pico em julho, controlando oferta de laranjas no mercado *in natura*.



### Colheita de poncã

Safra no estado de São Paulo deve se encerrar no final de julho/início de agosto.

Fraco

Moderado

Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de cítricos em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Conheça a solução  
da Yara para citros  
com mais qualidade.

# YaraLiva<sup>®</sup>

Maximize o potencial produtivo da sua cultura de citros e colha frutos de alta qualidade com a linha YaraLiva<sup>®</sup>, a solução da Yara que fornece nitrogênio nítrico, potássio, cálcio e boro 100% solúveis.

Experimente YaraLiva<sup>®</sup>  
na sua cultura de citros.



Utilize o QR Code ao lado para saber mais ou acesse [yarabrasil.com.br](http://yarabrasil.com.br)

Acesse nossas redes sociais:





## +36,87%



Negra sem semente no contentor volta a se valorizar em junho no Vale do São Francisco, após queda na oferta

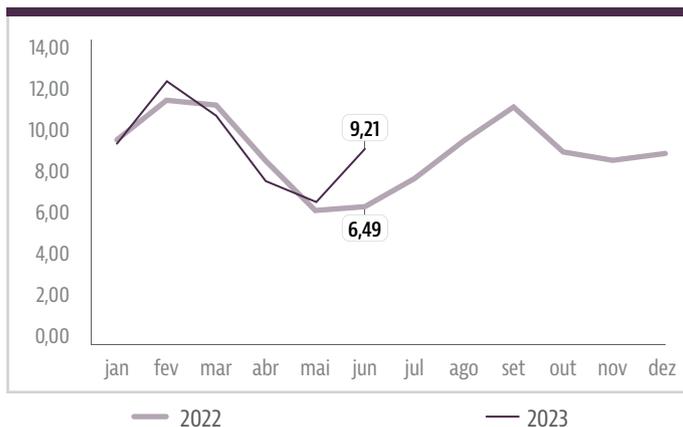


### Fitossanidade

Orvalho eleva ocorrência de doenças no Vale, como míldio e glomerella

## Baixa oferta volta a impulsionar preços da negra sem semente

Preços da negra sem semente embalada no Vale do São Francisco - R\$/kg

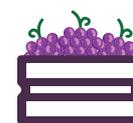


Fonte: Hortifruti/Cepea.

## R\$/kg



Preços da branca sem semente variam no Vale (PE/BA) ao longo do mês



Colheita de niagara se inicia em Pirapora (MG) e Jales (SP)

Os preços das uvas sem semente iniciaram junho em baixos patamares, mas, ao longo do mês, a oferta se reduziu de forma expressiva, o que acabou impulsionando as cotações. E esse cenário foi verificado tanto para as brancas quanto para as negras sem semente, gerando períodos de baixos estoques no Vale do São Francisco (PE/BA). Problemas fitossanitários (míldio e glomerella) continuaram frequentes, devido à umidade do orvalho, o que prejudicou a qualidade de parte das frutas. No Sudeste, a colheita de niagara foi iniciada em Pirapora (MG) e em Jales (SP).

### JULHO DEVE SER DE TRANSIÇÃO NAS REGIÕES DE NIAGARA



Fraco

Moderado

Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de uvas em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.

### PERSPECTIVAS



#### Oferta

Com safras de Louveira/Indaiatuba e Porto Feliz (SP) se aproximando do fim, oferta de niagara pode cair em julho.



#### Qualidade

Expectativa é de boa qualidade para a niagara de Jales (SP) e de Pirapora (MG), diante dos poucos problemas fitossanitários no início da safra.



#### Preços

Cotações devem continuar em altos patamares em julho no Vale do São Francisco (PE/BA), influenciadas pela baixa oferta.

**-11%**



Preço do formosa cai no Norte do ES

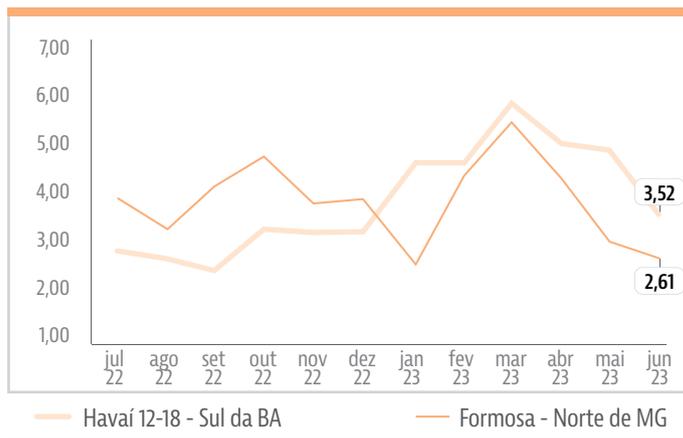


## Qualidade

Frutas mais verdesas (maturação mais lenta) entram no mercado, tendo baixa aceitabilidade

## Consumo é limitado por frio e festas juninas

Preço médio nas principais regiões produtoras - R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Colheita

De formosa aumenta um pouco no Oeste da BA e no Norte de MG

**-28%**



Preço do havaí 15-18 recua no Sul da BA

Os preços do mamão formosa recuaram em junho, devido ao consumo restrito (frio e festas juninas) e ao pequeno aumento da oferta em algumas regiões produtoras do semiárido. Para o havaí, apesar da disponibilidade controlada, os valores também caíram, influenciados pela baixa demanda por frutas ao longo do mês. Na roça, com as baixas temperaturas em junho, a maturação foi mais lenta, deixando o mamão com menor calibre e mais verdejo, fatores que não deixam a fruta atrativa.

## OFERTA DE FORMOSA SOBE LIGEIRAMENTE NO SEMIÁRIDO

## PERSPECTIVAS



### Oferta

De formosa deve continuar crescendo, moderadamente, no Oeste da BA e no Norte de MG.



### Preço

A tendência é de queda em julho, devido ao frio, que reduz a qualidade e o consumo de fruta.



### Manchas

Incidência de manchas fisiológicas pode aumentar, em decorrência das maiores variações de temperatura do inverno.

Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de mamão em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



# MANGA

Analista de mercado: *Carolina Lagazzi Dreger*  
Editora econômica: *Fernanda Geraldini*  
hfmanga@cepea.org.br

## Oferta

(Jun/23)



Oferta de tomy cai na segunda quinzena de junho

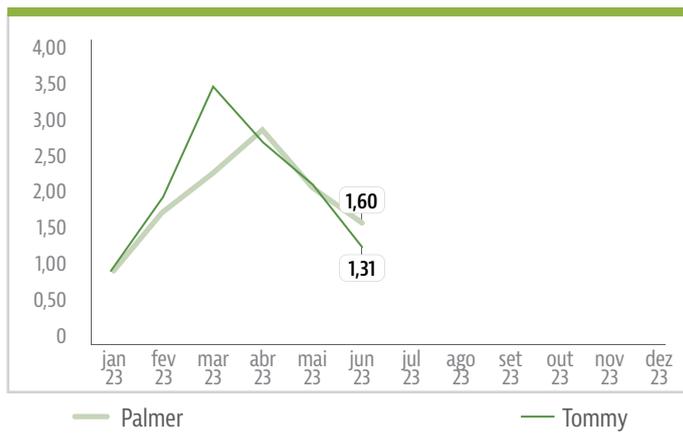


## Florada

Primeiras florações se abrem em Monte Alto/Taquaritinga (SP) em junho, favorecidas pelas menores temperaturas

## Demanda restrita resulta em nova desvalorização em junho

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

## R\$ 1,55/ Kg



(Jun/23)

Preços da Tommy no Vale do São Francisco (PE/BA)



## Exportações

**+41,2%**  
(Jun/22 X Jun/23)

Aumento dos embarques em relação ao ano anterior

Fonte: Secex.

A oferta de mangas continuou baixa em junho. Porém, a baixa demanda vinha limitando valorizações. Na segunda quinzena de junho, porém, houve melhora dos valores, visto que a disponibilidade caiu ainda mais, ficando inferior à demanda. Assim, os preços começaram a se recuperar, mas ainda ficaram abaixo dos de maio na média do mês. Em Monte Alto/Taquaritinga (SP), as baixas temperaturas favoreceram a abertura de floradas.

## OFERTA PODE AUMENTAR EM JULHO

## PERSPECTIVAS



Fraco

Moderado

Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de manga em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Florada

Aberturas podem ser generalizadas nos pomares de Monte Alto/Taquaritinga (SP) em julho, com colheita prevista para a partir de outubro.



## Exportações

Inspetores do USDA visitam exportadores do Vale do São Francisco em julho, para início da temporada de embarques aos EUA em agosto.



## Oferta

Volume de mangas aumenta gradualmente a partir de julho, com previsão de pico em setembro e outubro.



## +2%



Fuji 110 Cat 1 se valoriza na média das classificadoras



### Estoque

Apesar da maior colheita, estoques estão maiores, visando comércio no 2º semestre

## Valores avançam pouco, mas estão acima de 2022

Preços da gala 110 Cat 1 na média das regiões classificadoras em 2022 e 2023 - R\$/cx de 18 kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

## +9%



Preço da gala 110 Cat 1 está maior que no ano passado



### Demanda

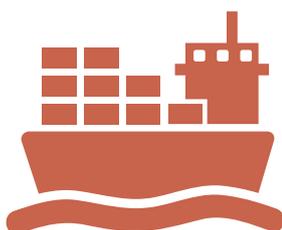
Frio e festas juninas limitam procura

Os preços da maçã subiram ligeiramente entre maio e junho nas regiões classificadoras e, na comparação com junho de 2022, a alta é mais expressiva. Isso porque, apesar da maior colheita na atual safra, classificadores têm controlado os estoques para ofertar boa parte das maçãs no segundo semestre, quando valores mais atrativos são praticados no mercado.

Quanto à demanda, uma frente fria que atingiu o País em junho, principalmente o Sul e o Sudeste, junto às festas juninas, afastaram consumidores do mercado de frutas, impedindo valorizações mais fortes.

### COM MAIOR IMPORTAÇÃO, BALANÇA SEGUE NEGATIVA

**-US\$ 26,85 milhões** Balança comercial negativa  
(de janeiro a junho/23)



Fonte: Secex.

#### Importação

Volume: 55,64 mil toneladas (+56%)  
Gastos: US\$ 56,30 milhões (+71%)

#### Exportação

Volume: 34,85 mil toneladas (+2%)  
Receita: US\$ 29,45 milhões (+24%)

### PERSPECTIVAS



#### Preços

Podem subir em julho, mas pouco, devido à baixa demanda, por conta das férias escolares.



#### Importações

Com maior controle da oferta no mercado doméstico, compras no front externo devem seguir crescendo em julho.



#### Clima

O inverno (com *El Niño*) terá mais chuvas e pouco frio em Santa Catarina, o que pode ser negativo para o período de dormência. Fonte: Ciram/Epagri.

## -13%

\$ Jun/23  
X  
Mai/23

Com menor demanda, preço do amarelo a granel recua no Vale



### Frio

Baixas temperaturas reduzem vendas de melão

## Preço recua, mas está similar ao do ano passado

Preço do amarelo a granel (R\$/kg) - Vale do São Francisco



Fonte: Hortifruti/Cepea.

## R\$ 2,25/



## Kg

(Jun/23)

Apesar da queda mensal, valor do amarelo a granel está similar ao do ano passado



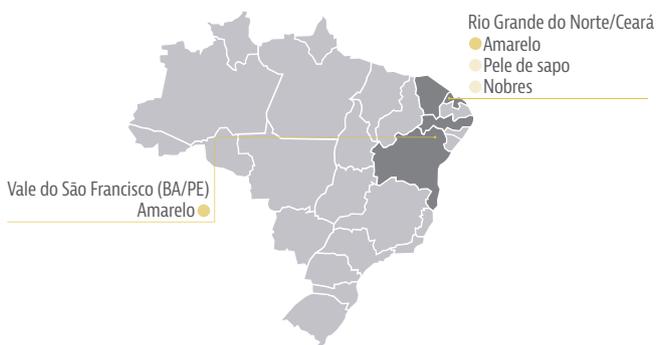
### Colheita

Após chuvas, disponibilidade segue controlada no Nordeste

As cotações do melão amarelo apresentaram baixa de maio para junho. Apesar da oferta controlada no período, as frentes frias e as festividades juninas reduziram a procura pela fruta. Apesar da baixa, esses valores estão similares aos observados em junho do ano passado, visto que as chuvas no Nordeste nos primeiros meses de 2023 diminuíram a oferta, assim como no ano anterior.

### SAFRA DO VALE ESTÁ EM FASE FINAL

### PERSPECTIVAS



### Safra do Vale

Temporada se aproxima do fim em julho, abrindo espaço para a entrada do produto do RN/CE no mercado.



### RN/CE

A safra deve se iniciar aos poucos em julho, com intensificação em agosto.



### Custo

Preços dos insumos, sobretudo dos fertilizantes, podem continuar caindo nos próximos meses.

Fraco

Moderado

Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melão em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



**Imbatível**

contra nematoides  
em hortifrúti.

**VERANGO**<sup>®</sup>  
PRIME



**ATENÇÃO** ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE; USO AGRÍCOLA; VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO; CONSULTE 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.

**Verango<sup>®</sup> Prime.**  
O resultado que você quer ver.

[www.agro.bayer.com.br](http://www.agro.bayer.com.br)



Se é Bayer, é bom



# BANANA

Analista de mercado: *Guilherme Alves Duarte*  
Editora econômica: *Marcela Guastalli Barbieri*  
hfbanana@cepea.org.br

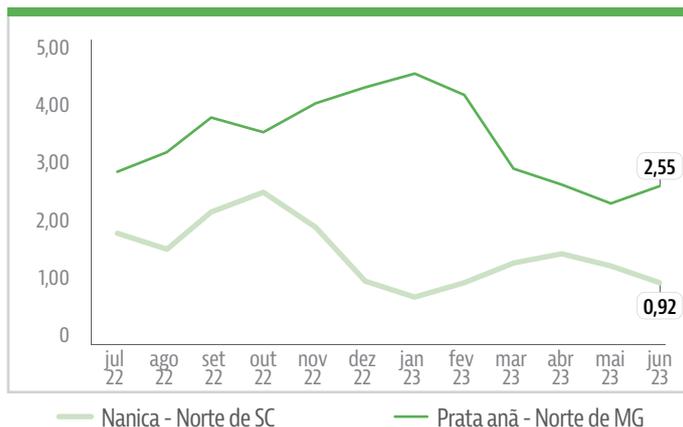
## +11%



Valor da prata anã de primeira qualidade sobe em Delfinópolis

## Mesmo com "safra" em Delfinópolis (MG), preço da prata anã aumenta

Preço médio da banana de primeira qualidade na roça - R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Colheita

Apesar do período de "safra" em Delfinópolis (MG), demais regiões produtoras estão com baixa oferta

## -24%



Cotações da nanica de primeira, por outro lado, recuam no Vale do Ribeira



## Qualidade

Clima mais frio em SC e SP reduz qualidade da nanica

O preço da banana prata anã subiu em junho, apesar da "safra" de Delfinópolis (MG). A alta esteve atrelada à menor oferta nacional e à boa qualidade frente à nanica – essa variedade vem enfrentando baixas temperaturas no Sul e no Sudeste, principais regiões produtoras. Por sua vez, a cotação da nanica recuou no mês. No geral, a demanda pela fruta esteve modesta pelo clima ameno e pela concorrência com poncã.

### OFERTA DE PRATA ESTÁ AUMENTANDO

### PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de banana em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Oferta

Da prata anã deve seguir aumentando levemente nas principais regiões produtoras em julho.



### Preços

Da nanica continuam em baixa, em razão da diminuição da procura causada pelas férias escolares, visto que não há compras para as merendas.



### Exportação

Ao Mercosul será lenta, o que pode elevar o volume de nanica no mercado doméstico.



# MELANCIA

Analista de mercado: *Thomas Brigato*  
Editora econômica: *Fernanda Geraldini*  
hfmelancia@cepea.org.br

## -35,4%



Preço da graúda (>12 kg) tem baixa expressiva em Uruana (GO) em junho

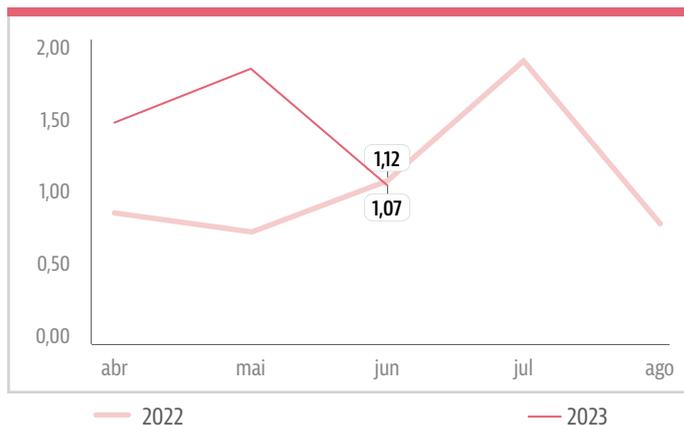


### Frio

Queda nas temperaturas restringe demanda no mês

## Preços recuam e ficam abaixo dos de 2022 pela primeira vez no ano

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Início da safra no TO e intensificação em GO elevam disponibilidade em junho



### Colheita

Colheita se inicia em ritmo lento em Lagoa da Confusão (TO)

O mercado de melancia esteve em ritmo lento em junho, com as cotações pressionadas pela redução da demanda, devido ao clima frio. Além disso, a abertura de mais lavouras, principalmente em Lagoa da Confusão (TO), aumentou a oferta da fruta – mesmo que muitas melancias tocantinenses estejam sendo negociadas no mercado regional –, pressionando ainda mais os valores. As temperaturas mais baixas também resultaram em perda de qualidade – a melancia não amadurece bem e fica com cascas mais grossas. Por outro lado, essa situação climática é mais favorável para evitar pragas e doenças.

## COLHEITA DEVE SE INTENSIFICAR EM JULHO

## PERSPECTIVAS



### Oferta

A intensificação da colheita em Lagoa da Confusão (TO) deve elevar a disponibilidade da fruta.



### Preço

Com a oferta aumentando gradativamente, os preços devem continuar em queda.



### Rentabilidade

A demanda lenta e a oferta elevada podem manter as baixas nas cotações, pressionando as margens.

Fraco

Moderado

Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melancia em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



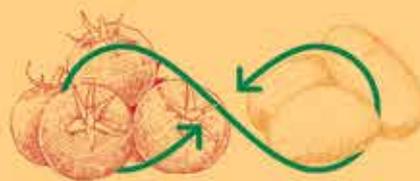


## NOVO FUNGICIDA **Zampro®**

# PARA UM CICLO COMPLETO DE PROSPERIDADE.

UMA SOLUÇÃO ÚNICA  
PARA A HORTICULTURA.

Conheça todo o potencial do novo parceiro no manejo de controle das doenças que geram graves prejuízos, como a **Requeima** na batata e tomate. O **Zampro®** é um Fungicida **multiculturas** que proporciona maior **flexibilidade** e **praticidade** de uso em **todo o ciclo do cultivo**.



☎ | © 0800 0192 500  
f BASF.AgroBrasil  
BASF Agricultural Solutions  
BASF.AgroBrasilOficial  
a agriculture.basf.com/br/pt.html  
b blogagro.basf.com.br  
f fazenda-agro.basf.com  
@basf\_agro\_br

**BASF na Agricultura.**  
**Juntos pelo seu Legado.**

**BASF**  
We create chemistry

**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. UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL. REGISTRO MAPA: ZAMPRO® N° 02722.