Knowledge grows

granbanana by Yara

Panorama do mercado de banana no Brasil

19/03/2019

Mercado de banana nacional e internacional & tendências

Marcela Guastalli Barbieri

Pesquisadora do Hortifruti/Cepea

Rodolfo Hackmann

Analista do Hortifruti/Cepea

Hf Brasil hfbrasil.org.br

@revistahortifrutibrasil

Hortifruti Brasil

@hfbrasil

19 99128.1144

Hortifruti Brasil

19 99128.1144

@revistahortifrutibrasil

@hfbrasil

O PROJETO HF BRASIL

@revistahortifrutibrasil
@hfbrasil
Hortifruti Brasil
19 99128.1144

Como as informações são captadas?

Nossos analistas entram em contato com colaboradores coletando preços e outras informações de mercado.

Os dados coletados são analisados quantitativa e estatisticamente pela equipe.

Os preços e as informações de mercado são divulgados no site e nas redes sociais, e também na revista Hortifruti Brasil.

Agenda

- **MERCADO & TENDÊNCIAS**

Cenário nacional e internacional da banana

- **CONSUMO & TENDÊNCIAS**

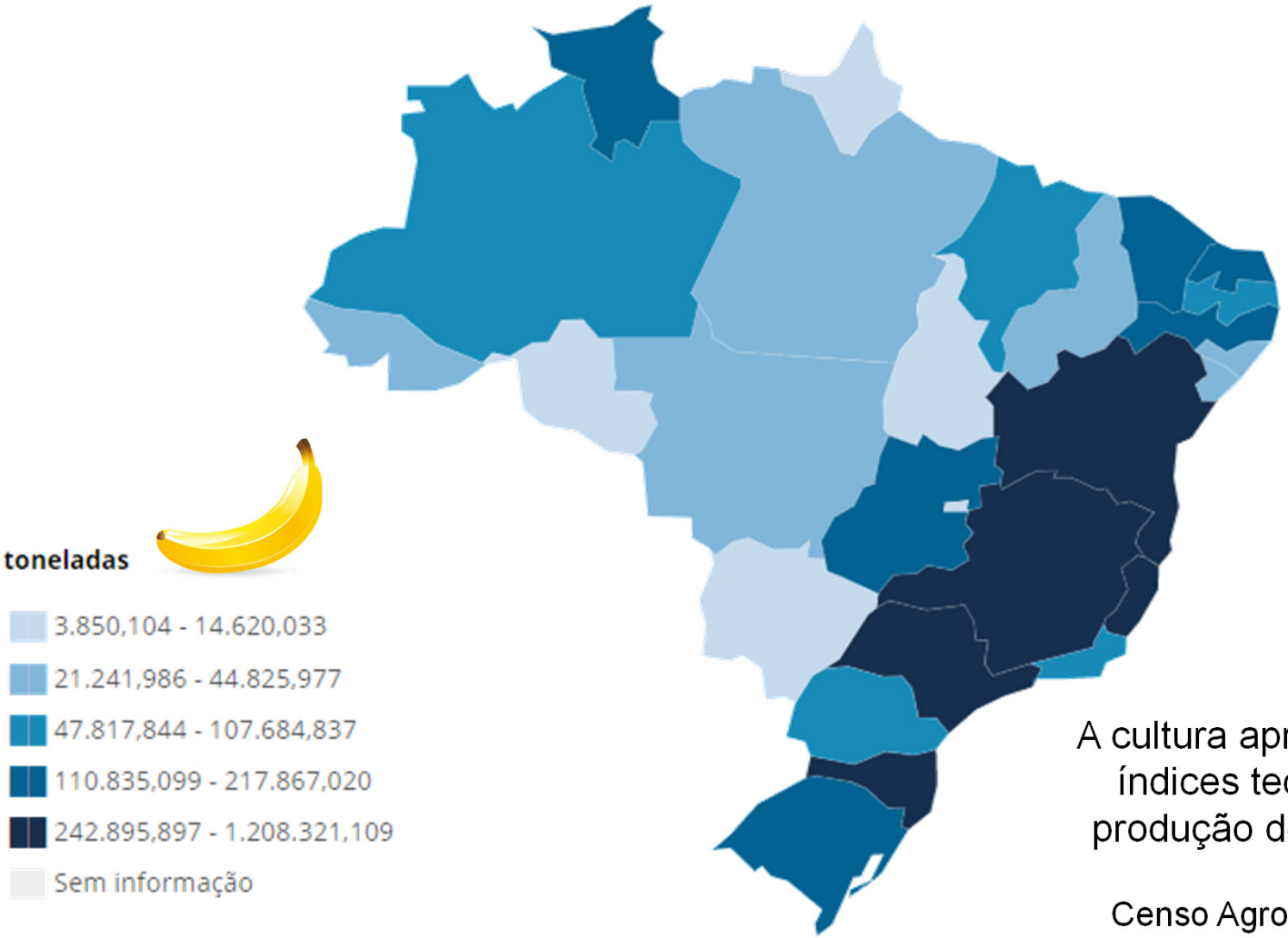
Consumo brasileiro de frutas

CENÁRIO NACIONAL

YARA

granbanana by Yara

Onde está a produção de BANANA no Brasil?



A cultura apresenta maiores índices tecnológicos na produção desses estados!

Censo Agropecuário (2017)

Regiões acompanhadas pelo Hortifruti/Cepea

Produções de
média/alta tecnologia

Total: 82 mil hectares

Área das principais regiões produtoras (ha)

Média/alta tecnologia

Estado	Região	2017	Var 18 x 17	2018	Var 19 x 18	2019
SP	Vale do Ribeira	25.000	0%	25.000	0%	25.000
MG	Norte de Minas	12.900	0%	12.900	-10%	11.600
MG	Delfinópolis	2.710	22%	3.380	7%	3.540
SC	Norte de Santa Catarina	22.270	0%	22.270	0%	22.270
BA	Bom Jesus da Lapa	8.500	5%	9.000	0%	9.000
BA	Outros	2.515	0%	2.515	0%	2.515
ES	Linhares	2.000	0%	2.000	0%	2.000
RN/CE	Ipanguaçu e Limoeiro do Norte	2.000	-15%	1.500	23%	1.850
BA/PE	Vale do São Francisco	3.750	20%	4.500	0%	4.500
Área Total		81.645	2%	82.985	-1%	82.275

Fonte: Hortifruti/Cepea

(*) No Vale do Ribeira, a área amostrada é só de uma parcela do total produzido.

DESTAQUES

- **RN/CE:** maior disponibilidade de água faz com que produtores retomem as produções e os investimentos.
- **DELFINÓPOLIS (MG)**: investimentos devem continuar por conta disponibilidade de água, menor distância dos grandes centros consumidores e boa qualidade.
- **NORTE DE MG**: baixa rentabilidade da prata em 2018 restringe investimentos na região.
- **VALE DO RIBEIRA (SP)**: ventania pode afetar essa perspectiva e caso seja aprovado o projeto de lei que proíbe a pulverização aérea, o custo aumentará, diminuindo investimentos.

Participação das variedades na área total Hortifruti/Cepea

47%

Nanica

50%

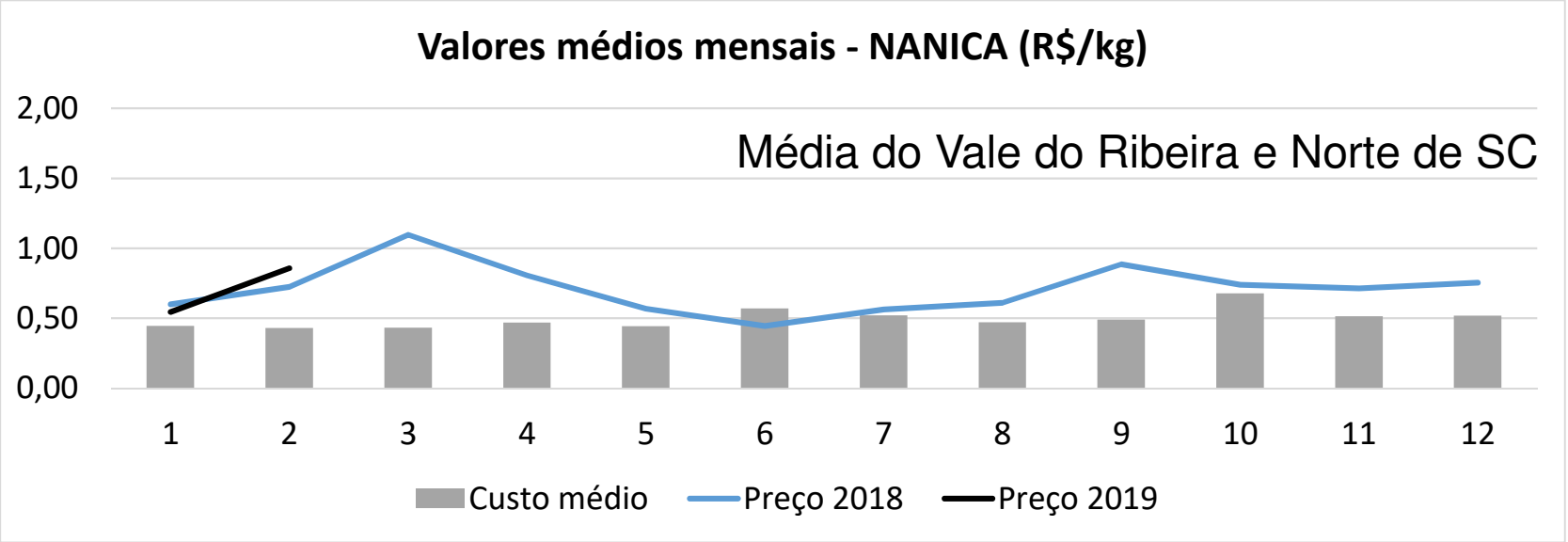
Prata

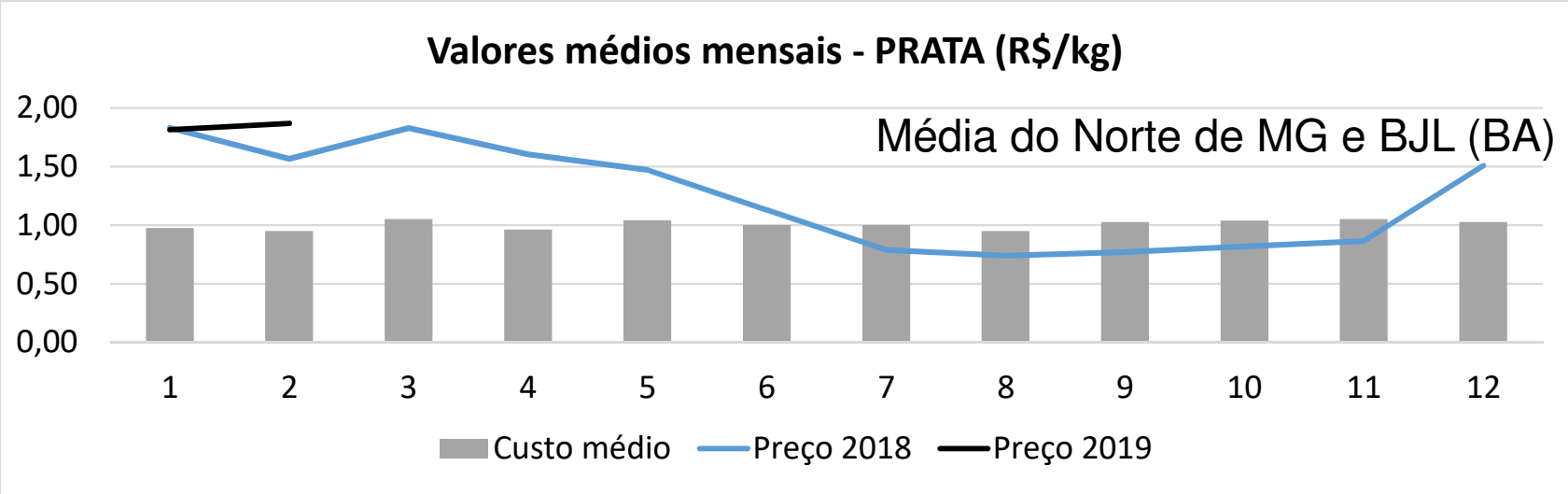
Outras variedades somam 3%

Aumento da participação da prata:

- Maior rentabilidade anterior
- Maior adaptação ao clima
- Além da demanda crescente

Preços médios recebidos pelos produtores





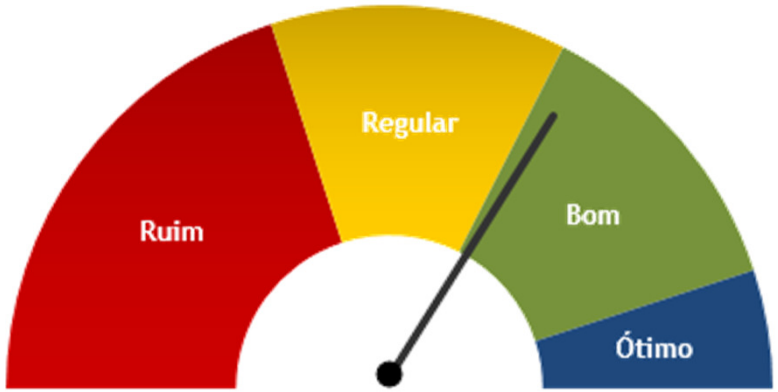
Perspectiva de rentabilidade - 2019

2019
x
2018

-1%

% de redução de área
nas principais regiões produtoras

Expectativa
de preços



Perspectiva de rentabilidade
em 2019

Vale do Ribeira (SP)

- Principal polo produtor – maior área de cultivo
- Variedades: **60% nanica** e **40% de prata**
- Área de média/alta tecnologia se mantendo (25.000 ha) nos últimos anos
- Ventanias recentes podem afetar este cenário
- Aprovação do projeto de lei que proíbe a **pulverização aérea** no estado também pode reduzir investimentos futuros

- Boa produtividade:

- Tratos culturais sendo realizados

- Custo elevado:

- Manutenção do dólar alto

Norte de Santa Catarina

- Segunda região mais importante em área cultivada
- Principal exportadora ao Mercosul (prox. Uruguai e Argentina)
- Topografia e a sucessão familiar são problemas limitantes
- Área se mantendo (22.270 ha)
- Variedades: **80% de nanica** e **20% de prata**
- Vendavais também ocorreram na região

- Boa produtividade:

- Tratos culturais sendo realizados

- Custo elevado:

- Manutenção do dólar alto

Norte de Minas Gerais

- Região de elevado investimento tecnológico
- Crise hídrica tem limitado área e investimentos
- Rentabilidade negativa da prata no 2º sem/18 também
- Área com possível queda (11.600 ha)
- Variedades: **70% de prata** e **30% de nanica**
  - Produtividade limitada

- Atraso na adubação
  - Custo elevado

- Dólar se mantendo alto

- Energia elétrica aumentando

Delfinópolis (MG)

- Região promissora:

- Crescendo em área (3.540 ha)
- Ótima disponibilidade de água
- Boa localização logística!
- Bom investimento tecnológico na cultura

- Com áreas ainda em formação:
- Baixa produtividade, mas com tendência de

- Variedade: + de **90% de prata**

Bom Jesus da Lapa (BA)

- Região de elevado investimento tecnológico
- Clima semiárido, assim como Norte de MG
- Concorrência forte com Norte de MG
- Variedade: + de **80% de prata**
- Área se mantendo (9.000 ha)
- Rentabilidade negativa no 2º sem/18 limitando investimentos
  - Produtividade limitada

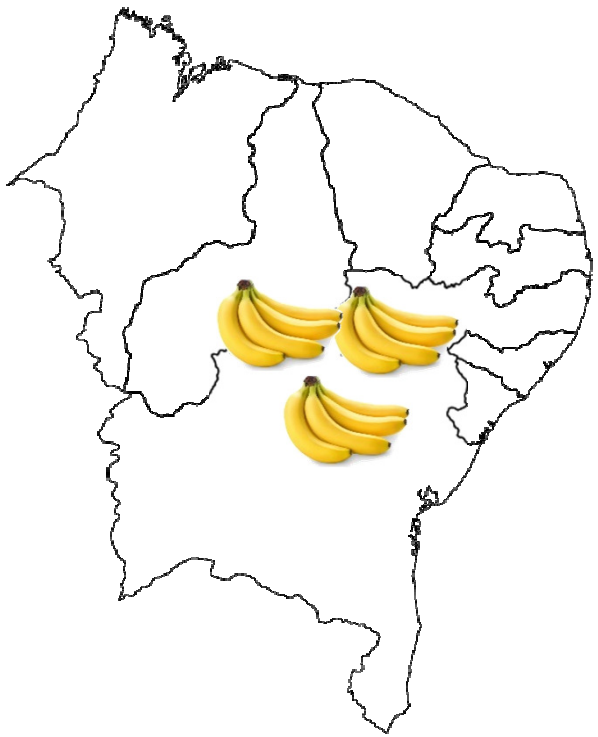
- Atraso na adubação
  - Custo elevado

- Dólar se mantendo alto

- Energia elétrica aumentando

Vale do São Francisco (BA/PE)

- Região de extrema importância para frutas
- Área ainda pequena para banana, mas:
- Aumentou em 2018 (4.500 ha)
- Deve se manter em 2019
- Troca de pacovã por prata
- Custo de produção mais baixo
- Preços competitivos



ESTIMATIVA DE CALENDÁRIO DE COLHEITA

Estimativa de calendário de oferta de BANANA - 2019													
		jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Norte de Minas Gerais	Prata												
	Nanica												
Vale do Ribeira - SP	Prata												
	Nanica												
Norte de Santa Catarina	Prata												
	Nanica												
Bom Jesus da Lapa - BA	Prata												
	Nanica												
Vale do São Francisco	Prata												
Linhares	Prata												
	Nanica												
Delfinópolis - MG	Prata												

Obs.: As condições climáticas podem alterar o calendário de oferta. As adubações se concentram no período das águas, sendo parcelada neste período em variação aplicações.

Oferta elevada

Oferta moderada/estável

Baixa oferta

FUTURO
2027

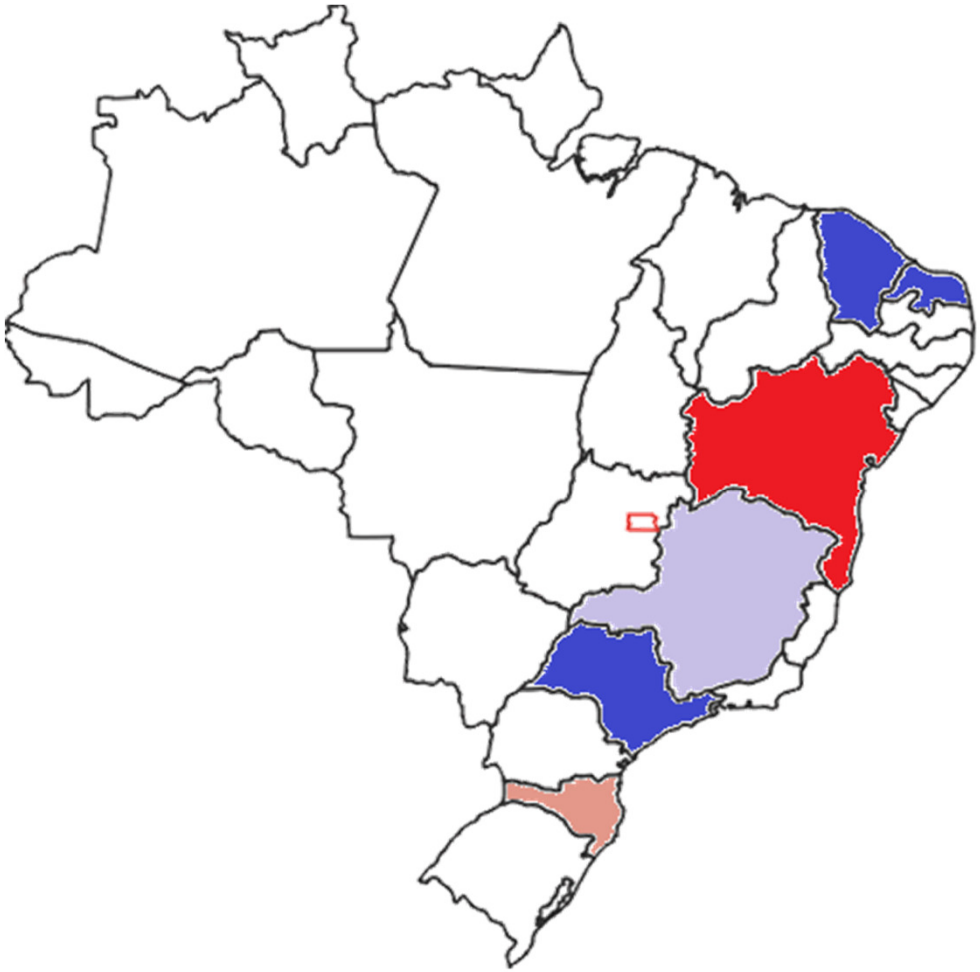
Expectativas 10 anos - Hortifruti/Cepea

Simulação 2027

Brasil Total
Área: LEVE ALTA
Produtividade: ALTA

Maior tecnificação

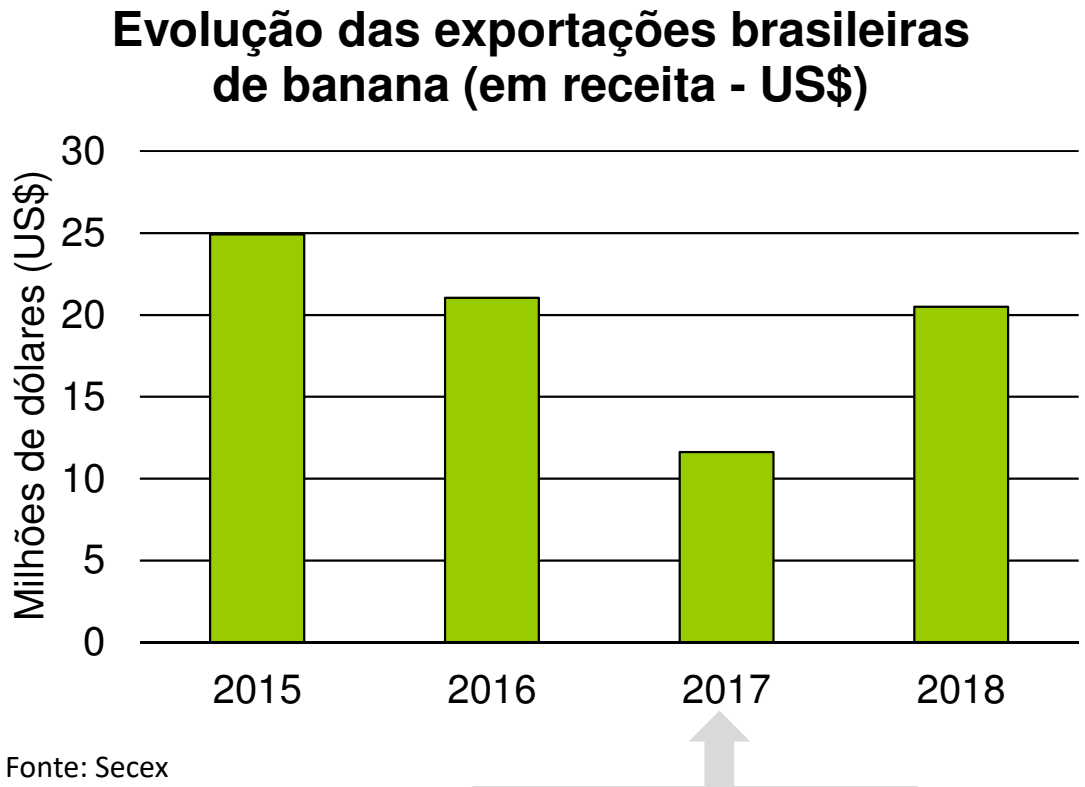
BA – redução em regiões menos tecnificadas em detrimento dos maiores produtores
MG – redução, mas com maior adensamento dos bananais
SC – redução devido à problemas de sucessão familiar e legislação ambiental



(*) A variação percentual é em relação a 2017. Projeção baseada nos dados do IBGE.

CENÁRIO INTERNACIONAL

Evolução das exportações brasileiras



Fonte: Secex

Menor qualidade e dos preços elevados no mercado interno

Maior volume colhido = Mercosul (alta de 40% em receita) e União Europeia (alta de 208%)

DESTINOS:

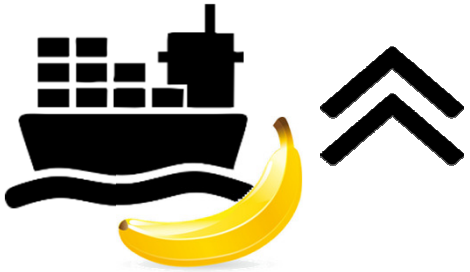
- **Uruguai**
- **Argentina**
- **Estados Unidos**
- **Reino Unido**

Juntos, estes países consumiram **86%** do total exportado em 2018.

Perspectiva das exportações brasileiras

MERCOSUL

Envios podem continuar crescendo em 2019, já que problemas afetam concorrentes



UNIÃO EUROPEIA

Envios podem se recuperar em 2019 devido à melhor situação hídrica no RN/CE

Equador permanece forte, mas Bolívia sofre com enchentes nas regiões produtoras – abrindo um espaço maior para o Brasil no Mercosul.

TENDÊNCIAS DE CONSUMO

YARA

granbanana by Yara

Edição de Março/19

Consumidor está mais consciente de suas escolhas!

Tendências de saudabilidade e de conveniência ainda se mantêm em alta.

A tecnologia está facilitando cada vez mais a compra e consumidor se tornando mais antenado.

Drivers que estão norteando o consumo!

Fonte: Deloitte e Euromonitor.

ASSIM... TENDÊNCIA É DE CRESCIMENTO DOS HFS!

Euromonitor aponta crescimento no consumo *per capita* de frutas e hortaliças *in natura* e processadas até 2022.

Vendas de frutas no Brasil

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	22x17
Volume (mil toneladas) - venda no varejo	13.331,6	13.513,0	13.741,2	13.976,6	14.218,1	14.470,3	**9%**
Valor (milhões de R$) - venda no varejo	83.419,9	84.501,2	85.850,5	87.223,6	88.594,8	90.021,7	**8%**

Frutas: Busca por saudabilidade segue impulsionando vendas

Vendas de frutas no Brasil (varejo) - por fruta, em mil toneladas

	2017	2022	2022x 2017
Banana	**6.338,5**	**7.035,9**	**11%**
Laranjas e tangerinas	2.791,5	3.011,1	**8%**
Limões e limas	542,9	582,0	**7%**
Maçã	839,7	886,6	**6%**
Uva	746,8	806,3	**8%**
Outras frutas	6.718,2	7.178,6	**7%**
Total	17.977,6	19.500,5	**8%**

Valor das vendas de frutas no varejo no Brasil - por fruta em mil reais

	2017	2022	2022x 2017
Banana	**24.818,3**	**27.627,3**	**11%**
Laranjas e tangerinas	6.160,0	6.611,3	**7%**
Limões e limas	2.559,1	2.738,4	**7%**
Maçã	3.658,3	3.856,3	**5%**
Uva	9.731,8	10.367,6	**7%**
Outras frutas	36.492,4	38.820,8	**6%**
Total	83.419,9	90.021,7	**8%**

Fonte: Euromonitor International

QUAIS AS TENDÊNCIAS DE CONSUMO PARA 2019 EM ALIMENTOS?*

SAUDABILIDADE – HF's protagonizam! –

Nunca se ouviu falar tanto em saudabilidade como nos últimos anos. Atualmente, o consumo de frutas e vegetais vem aumentando gradativamente. Um recente estudo da consultoria *Kantar Worldpanel* destaca o crescente avanço das dietas semi-vegetarianas, que acaba elevando a participação dos vegetais em detrimento da proteína animal na alimentação. Essa tendência objetiva um envelhecimento saudável e a preservação da saúde holística – sendo, inclusive, um fator que pode impulsionar o setor de HF's!

CONSUMO TECNOLÓGICO – tecnologia a favor do setor!

O conceito de consumo tecnológico vai muito além de comercializar um produto pela internet. Muitas plataformas on-line têm se aprimorado para permitir a comunicação e a interação entre o vendedor e o seu cliente. A tecnologia também permite acesso à rastreabilidade de produtos. Por meio de um código de barras, é possível distinguir qual é a origem, a data de produção e todo o percurso de um determinado produto.

PRATICIDADE – para não perder tempo! A falta de tempo é considerada um entrave para se obter uma alimentação saudável. Atentas a esse contexto e ao número crescente de pessoas vivendo sozinhas, empresas têm desenvolvido produtos práticos e em porções individuais, que reduzem o tempo de preparação e/ou de consumo. Os "snacks saudáveis" são um exemplo, visto que oferecem lanches e especiarias de fácil consumo em porções pequenas. A consultoria *Kantar Worldpanel* indicou, em seu estudo de consumidor de 2019 – que, de fato, as pessoas estão comendo menos as refeições principais, as substituindo por petiscos ao longo do dia. É este é um nicho de mercado em potencial ao setor de frutas.

MENOS É MAIS – procura pelo básico! –

A busca por produtos naturais e locais começou a ganhar preferência do consumidor consciente, especialmente devido ao "frescor" que esses alimentos oferecem (por terem um caminho menor em relação aos convencionais). A tendência de valorização da produção local. A simplificação também é avaliada sob outro ângulo pela *Kantar Worldpanel*, que destaca as diminuições do tempo gasto no preparo de refeições, em especial o jantar, e da complexidade dos menus. A consultoria dá como exemplo a retirada das sobremesas nas refeições e o aumento dos petiscos ao longo do dia.

APELO VERDE – sustentabilidade em alta!

Ano a ano, a cadeia de produção de alimentos eleva o acúmulo de plásticos no meio ambiente, mas os consumidores, mais conscientes, têm ambicionado um mundo livre desses resíduos. Outra frente importante nesse sentido é a promoção de reduções de perdas na cadeia e nos desperdícios na ponta final. A indústria de alimentos, no geral, e a produção de frutas, em particular, vêm desenvolvendo propostas de sustentabilidade, que envolvem todo o ciclo de vida do produto, no intuito de minimizar impactos sobre o meio ambiente.

ALIMENTAÇÃO ALIADA AO CORPO – Alimentação x estética! –

Com certeza você já viu algum influenciador digital publicar receitas saudáveis, visando a promoção de uma boa saúde corporal e também mental. E essas iniciativas incentivam a população a incorporar frutas e hortaliças em suas dietas. Nesse sentido, verifica-se uma busca por alimentos com nutrientes que garantam, não só uma melhora estética, mas também no bem-estar pessoal, o que, por sua vez, auxilia na saúde mental.

SAINDO DA ZONA DE CONFORTO – sabores exóticos em alta!

A busca por uma alimentação exótica – mais aplicada fora do Brasil – tem feito com que empresas invistam em fusão de sabores, para que estas possam ofertar experiências gastronômicas únicas.

* A Hortifruti Brasil saiu em busca de novas e atuais tendências de consumo, especialmente no setor de frutas, com base nos principais relatórios de importantes consultorias e empresas internacionais de alimentos.

SNACKS SAUDÁVEIS

Oportunidade para o setor

- O consumo de snacks vem aumentando;
- É uma tendência comum global;
- De 4 refeições em casa, uma é snack (principalmente no jantar);
- Snack aumentando valor na cesta de compra (valorização);
- Não são todos os canais de venda que estão aproveitando.

Fonte: Kantar Worldpanel

Agora, para capturar essas novas tendências para o setor, o desafio é aprimorar 3 importantes ferramentas de gestão:

- **Da qualidade**
  - Atender às exigências de segurança do alimento por meio de boas práticas, rastreabilidade e certificações.

- **Da cadeia de suprimentos (em especial a logística)**
  - Setor trabalhando em conjunto (encurtamento da cadeia).
  - Necessário investir em modelos mais integrados de comercialização.

- **Do marketing**
  - Oferta de produtos personalizados.
  - Gerar identidade e reciprocidade.

19 99128.1144

@revistahortifrutibrasil

Hortifruti Brasil

@hfbrasil

19 99128.1144

Entre em contato:

marcela.barbieri@cepea.org.br

hfbanana@cepea.org.br

YARA
Knowledge grows