

PANORAMA DE MERCADO da bananicultura no Brasil

Equipe Hortifruti Brasil:

Marcela Guastalli Barbieri - Pesquisadora

Leonardo Caires de Oliveira - Analista



Entre em contato conosco nas mais diversas plataformas!



@revistahortifrutibrasil



@hfbrasil



19 99128.1144



Hortifruti Brasil



@hfbrasil



Envie #LISTAHF para
receber as últimas
informações do
mercado, vídeos e a
revista **Hortifruti Brasil**
projetada para
WhatsApp.

Como o preço é formado?



Principais drivers formadores de preços





Oferta

Estimativa de calendário de colheita 2020													
Região	Variiedade	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 - ES	Prata												
	Nanica												
Delfinópolis - MG	Prata												
Obs.: As condições climáticas podem alterar o calendário de oferta.													

Oferta elevada

Oferta moderada/estável

Baixa oferta

Demanda



Frutas são produtos cujo consumo cresce após ter alcançado determinado nível de renda.

ALTO IMPACTO
A cada 1% de queda da renda, o consumo pode recuar na mesma proporção (-1%) para as seguintes frutas:

Abacaxi	Mamão
Limão	Pêra
Uva	Pêssego
Melão	Morango
Caqui	Ameixa

MÉDIO IMPACTO
A cada 1% de queda da renda, o consumo pode recuar 0,5% para os seguintes HFs:

Abacate	Manga
Melancia	Alface
Banana	Maçã
Cenoura	Tangerina
Laranja	

BAIXO IMPACTO
A cada 1% de queda na renda, o consumo pode recuar 0,33% para os seguintes produtos:

Cebola
Tomate
Batata-inglesa

Qualidade

Frutas não são *commodities*!

- A **diferenciação** por qualidade pode gerar melhor remuneração
- Tem que ser “bem trabalhada!”
- Mas para ser remunerado de acordo com a qualidade, deve haver uma **classificação e padronização**!

O SETOR DE HF AINDA TEM MUITO O QUE AVANÇAR NESSE PONTO BÁSICO DA
COMERCIALIZAÇÃO



Exportação

- Impacto direto na oferta de frutas no território brasileiro
- Se produtores **exportarem mais**: Reduz a oferta no mercado interno e conseqüentemente os preços podem se elevar no País
- Por outro lado, se **importamos mais** frutas: A oferta de frutas, em geral, aumenta, e a concorrência por preços mais atrativos também



Quais as perspectivas para 2020?

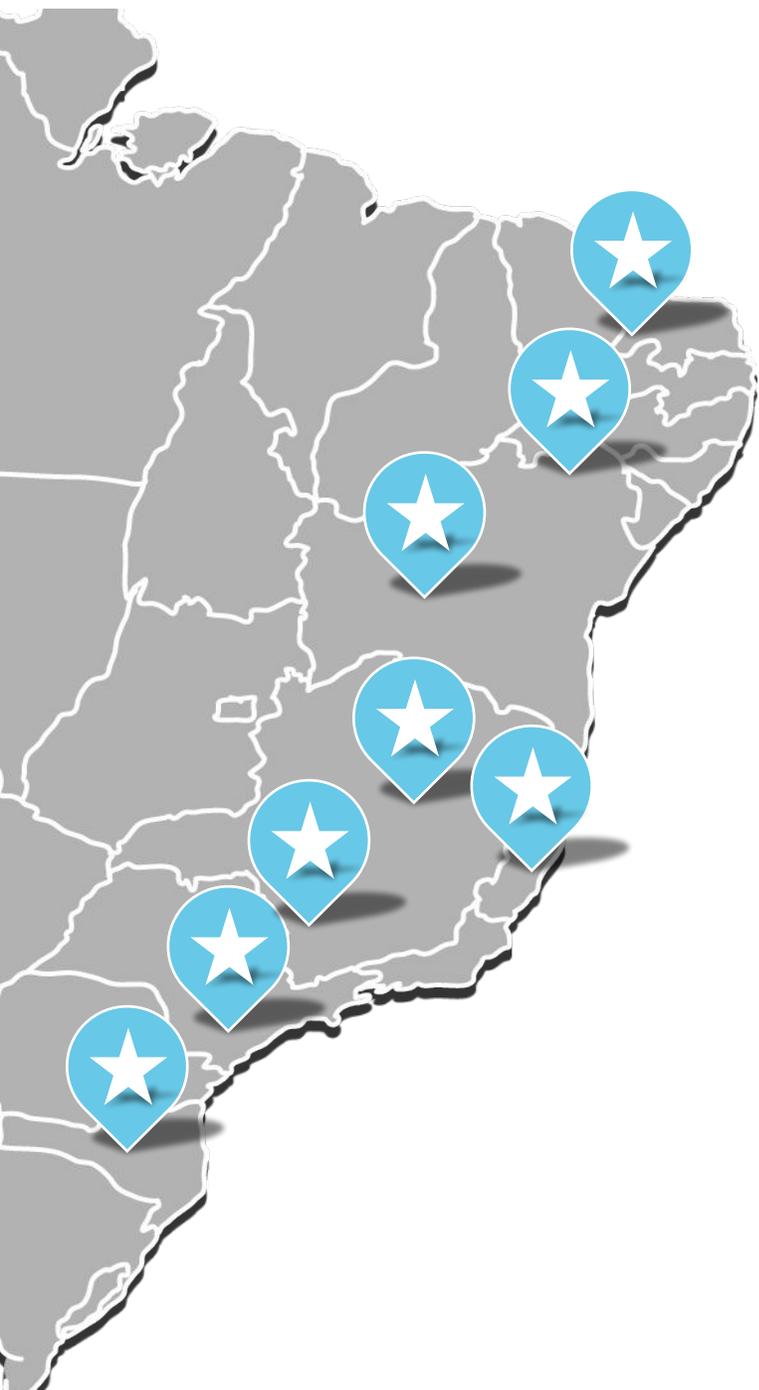


Quais as perspectivas para 2020?

Considerando as regiões com média/alta tecnologia de produção de banana, que hoje são responsáveis pela maior movimentação do mercado, temos que:



ÁREA DEVE SER QUASE ESTÁVEL!





ÁREA DEVE SER QUASE ESTÁVEL EM 2020

Estado	Região	2016	2017	2018	2019
SP	Vale do Ribeira	25.000	25.000	25.000	22.500
MG	Norte de Minas	12.900	12.900	12.900	12.255
MG	Delfinópolis	1.850	2.710	3.380	3.556
SC	Norte de Santa Catarina	22.270	22.270	22.270	22.270
BA	Bom Jesus da Lapa	8.500	8.500	9.000	9.000
BA	Outros	2.515	2.515	2.515	1.800
ES	Linhares *	-	2.000	2.000	2.000
RN/CE	Ipanguaçu e Limoeiro do Norte	3.500	2.000	1.500	3.000
BA/PE	Vale do São Francisco	3.000	3.750	4.500	4.500
Área Total		79.535	81.645	83.065	80.881

2020

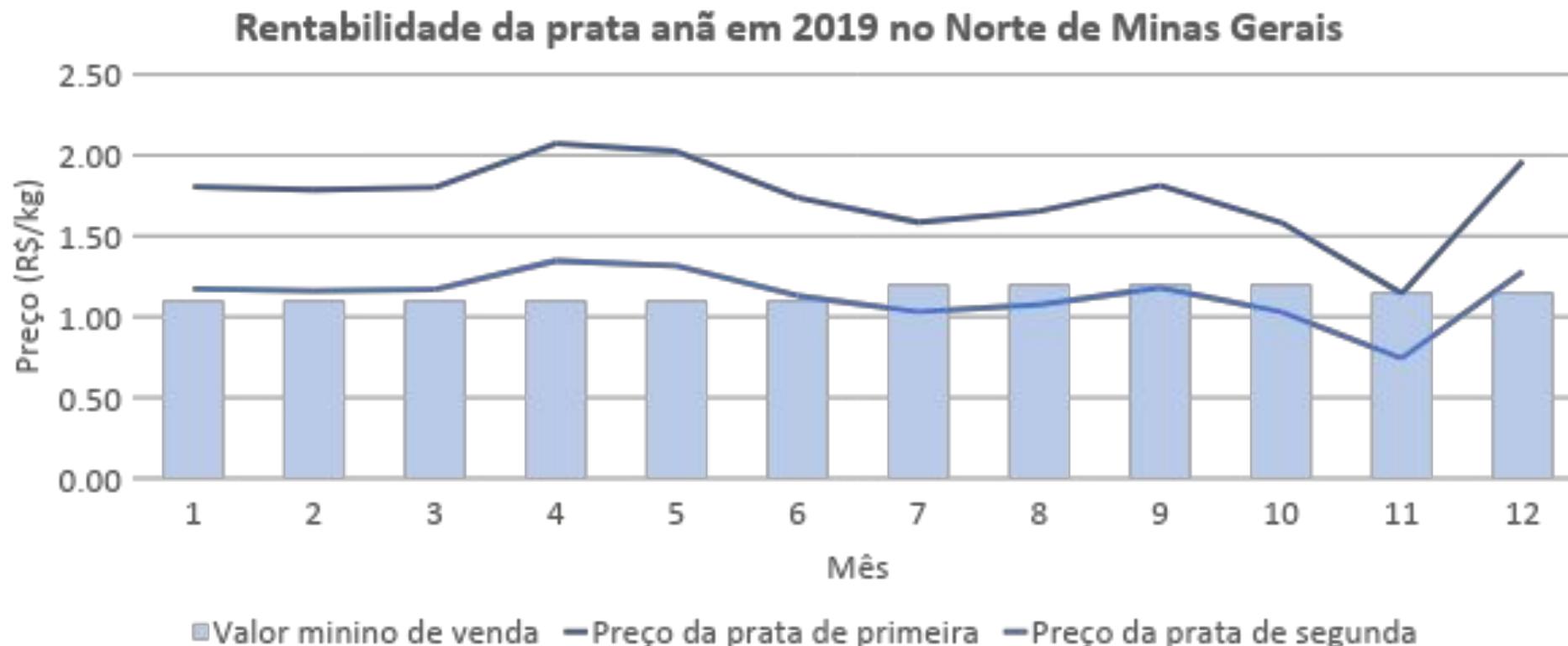
- ↑ Delfinópolis (MG)
- ↑ Vale do São Francisco (BA/PE)
- ↑ Rio Grande do Norte/Ceará
- ↓ Norte de Minas Gerais

*A região de Linhares (ES) foi adicionada a amostra em 2017.



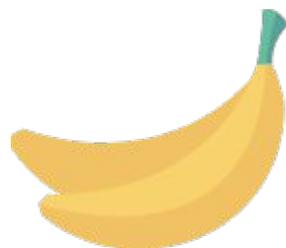
ÁREA DEVE SER QUASE ESTÁVEL EM 2020

- Preços até que aumentaram em 2019, mas muita fruta de segunda qualidade.
- Investimentos em área foram contidos, mas nos **tratos culturais se mantiveram**.

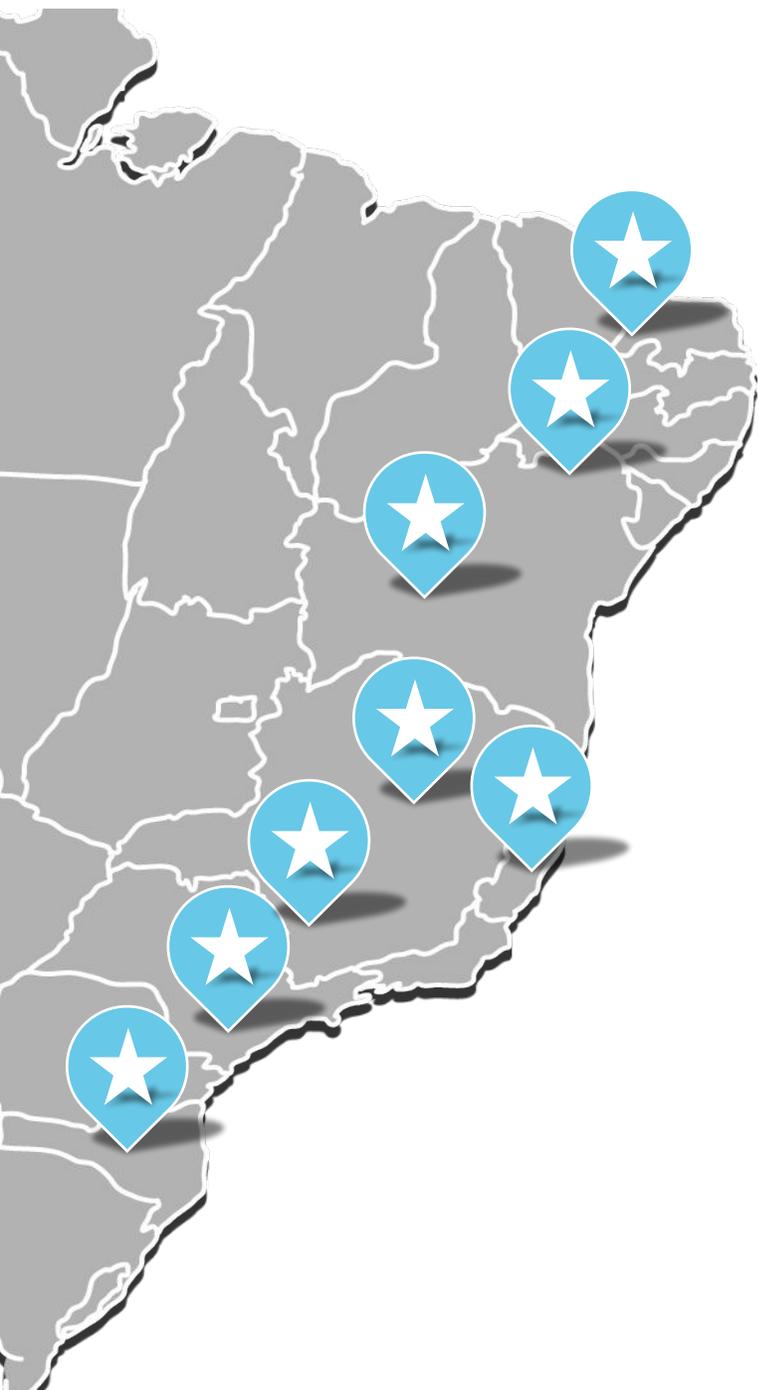


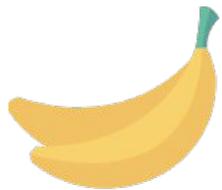
Quais as perspectivas para 2020?

Considerando as regiões com média/alta tecnologia de produção de banana, que hoje são responsáveis pela maior movimentação do mercado, temos que:



PRODUÇÃO DEVE AUMENTAR





PRODUÇÃO DEVE AUMENTAR EM 2020

- Deve-se observar **maiores investimentos nos tratos culturais**.
- Produtores estão visando a **boa produtividade e qualidade**.
- Sabe-se, porém, que o **clima** também impacta nestes quesitos.
- Por enquanto, a volta das chuvas tem favorecido o enchimento da banana, mas produtores já estão intensificando as pulverizações (em especial, contra a *Sigatoka*).

Pode reduzir a produtividade. Houve relatos também Mal do Panamá em algumas praças.

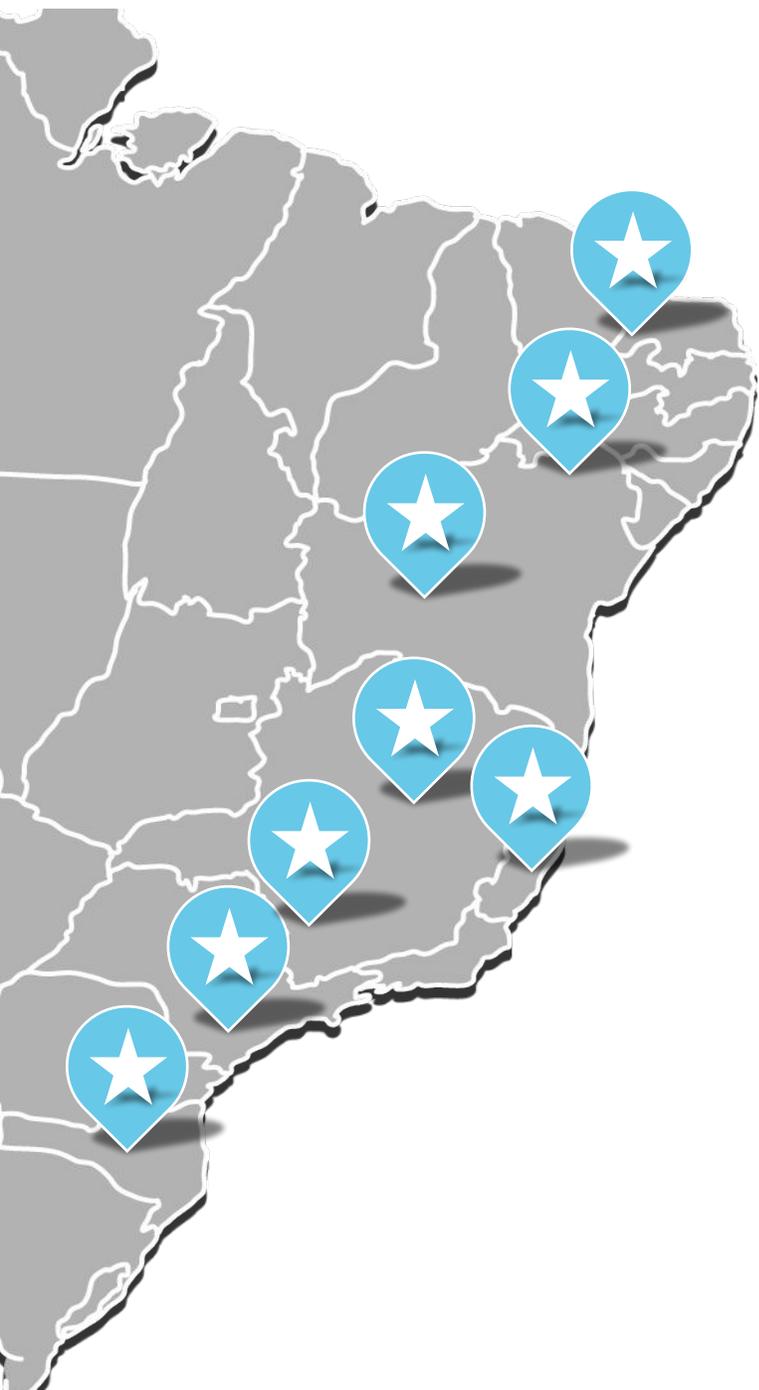


Quais as perspectivas para 2020?

Considerando as regiões com média/alta tecnologia de produção de banana, que hoje são responsáveis pela maior movimentação do mercado, temos que:

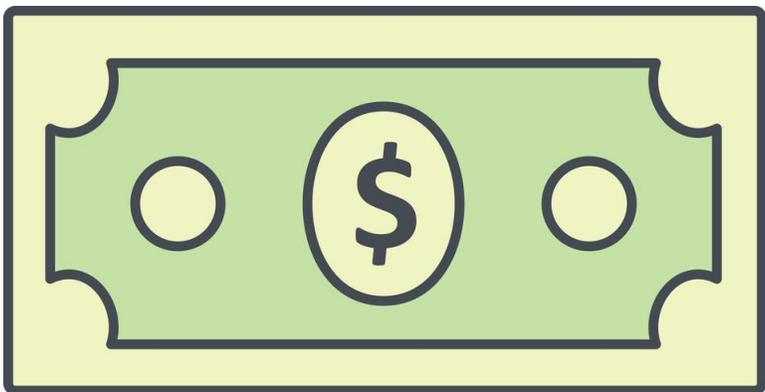
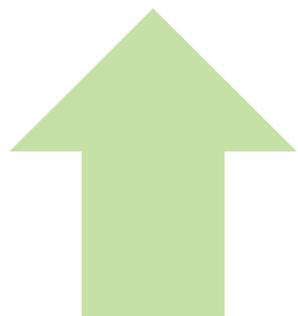


CUSTOS SEGUEM ELEVADOS





CUSTOS SEGUEM ELEVADOS EM 2020



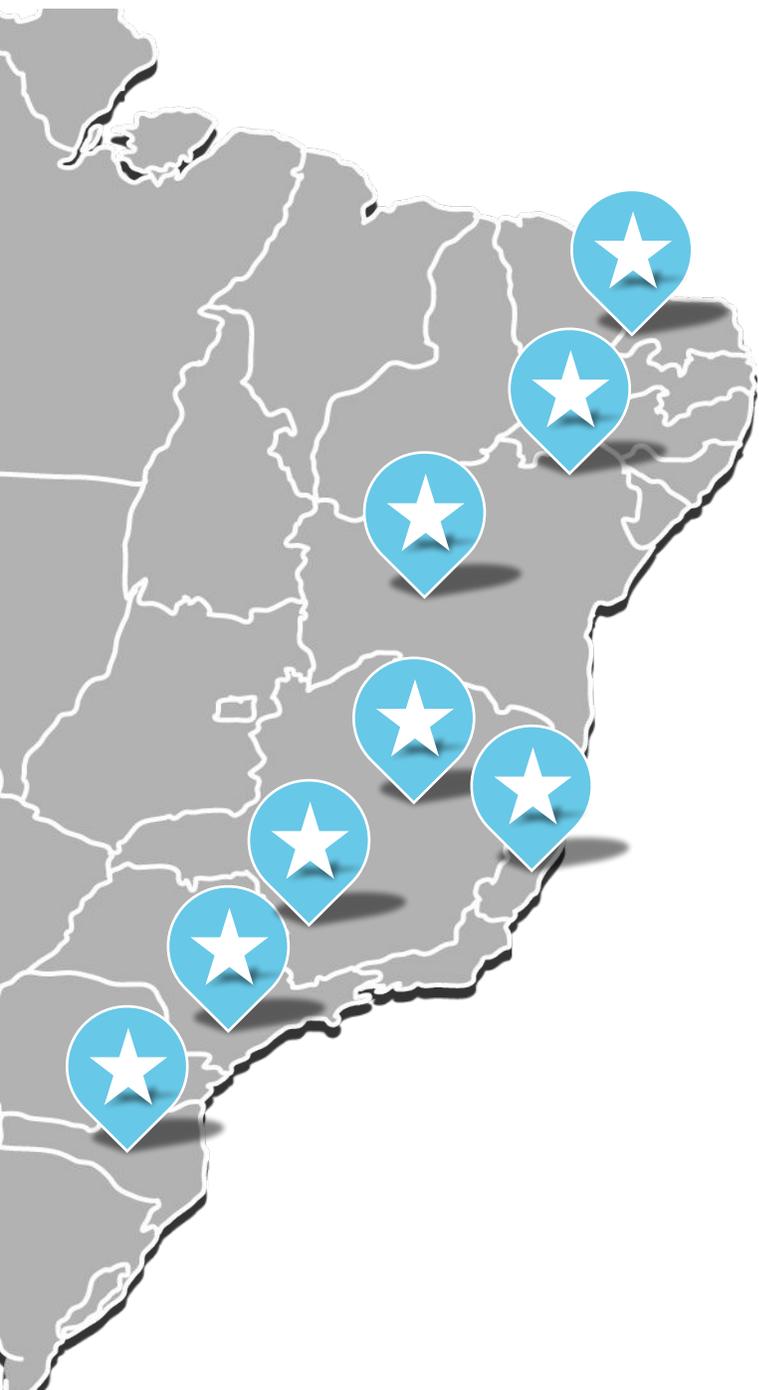
- Chuvas estão aumentando **gastos com pulverização**
- **Dólar segue elevado**, impactando nos principais insumos
- Dólar alto = bom para exportadores

Quais as perspectivas para 2020?

Considerando as regiões com média/alta tecnologia de produção de banana, que hoje são responsáveis pela maior movimentação do mercado, temos que:



**COTAÇÃO
PRESSIONADA**





COTAÇÃO PRESSIONADA EM 2020

- Com expectativa de **maior oferta**, cotações devem ser **pressionadas**
- Ano deve ser favorável para aqueles que investem em **qualidade**
- Rentabilidade deve fechar o ano **um pouco limitada**, porém ainda positiva



PANORAMA INTERNACIONAL



Panorama internacional

Perdendo apenas para Índia,
China e Indonésia.

4º

Produtor mundial
(em volume)
Fonte: FAO

Equador, Costa Rica e
Filipinas são os maiores
exportadores.

34º

Exportador mundial
(em receita)
Fonte: FAO

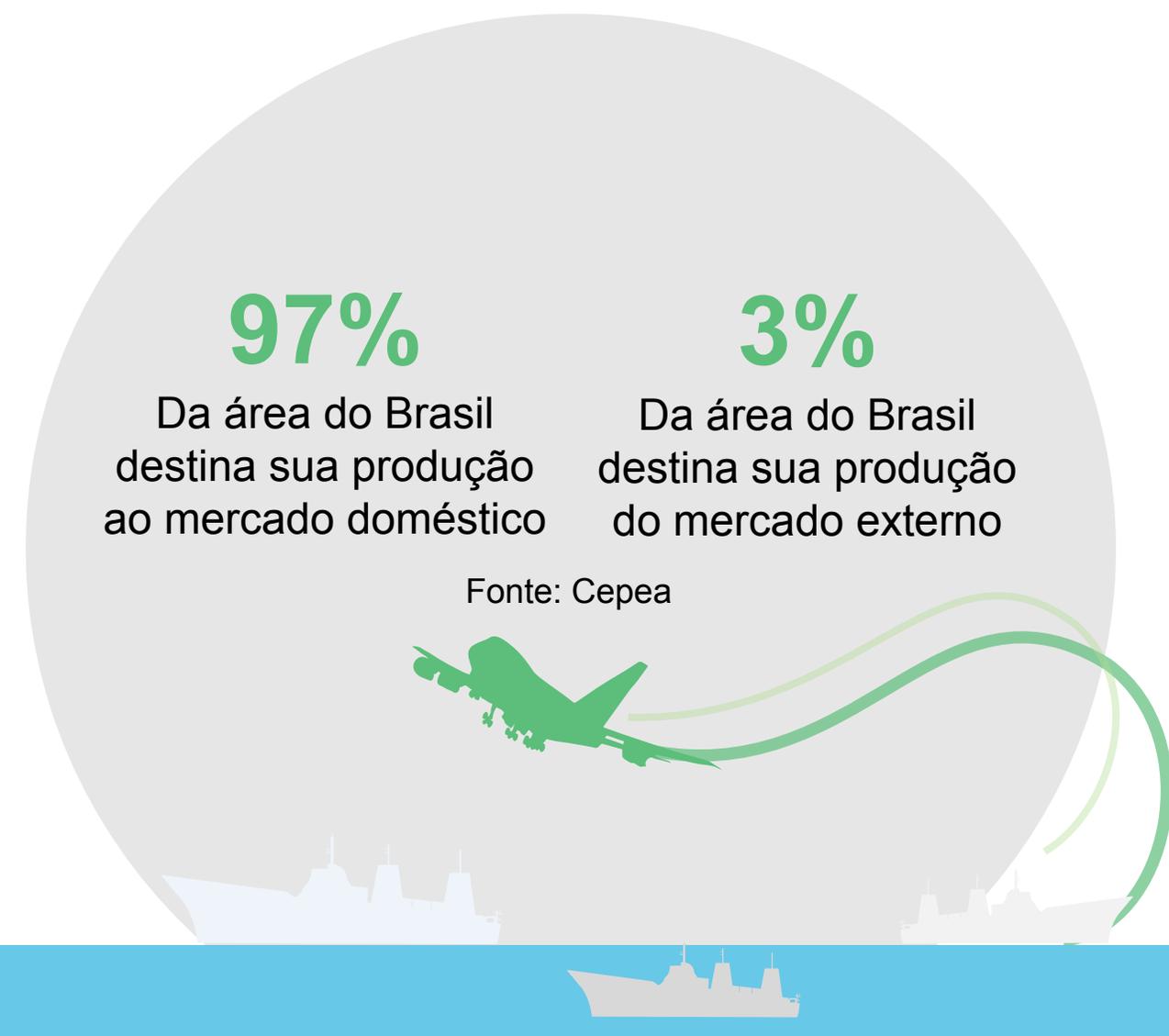
97%

Da área do Brasil
destina sua produção
ao mercado doméstico

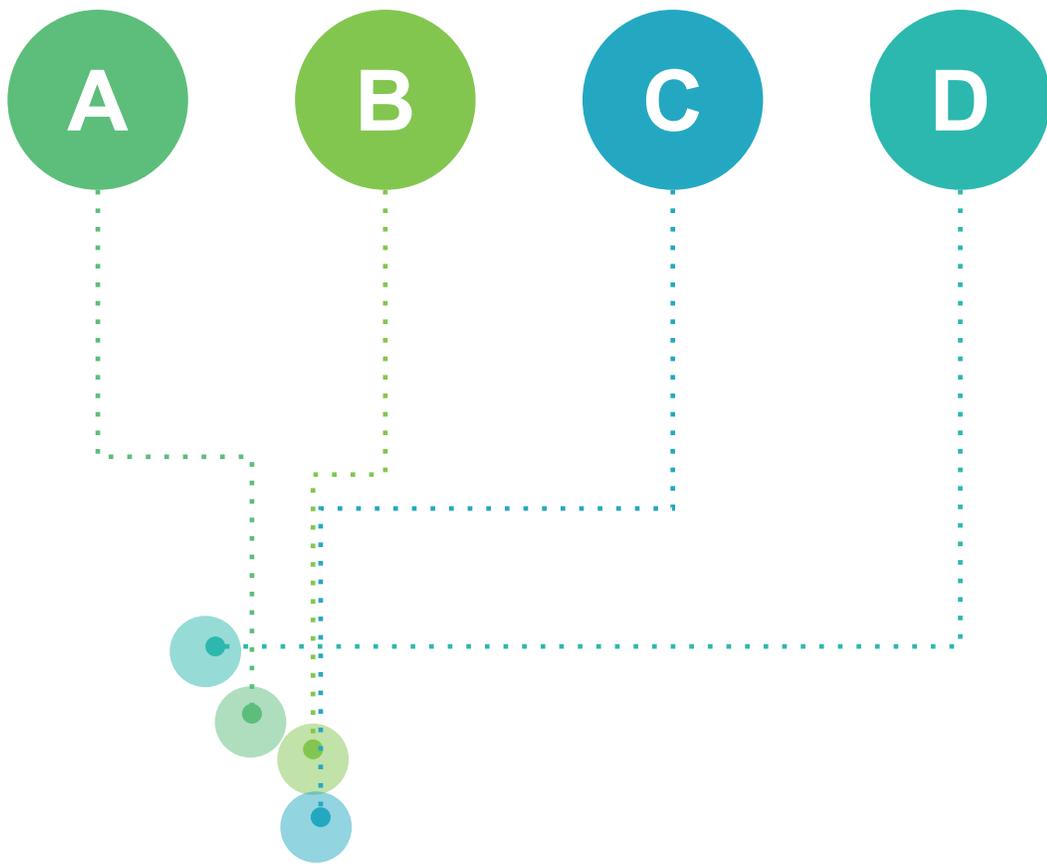
3%

Da área do Brasil
destina sua produção
do mercado externo

Fonte: Cepea



Concorrentes do Brasil



A **Equador**
1º exportador mundial

Principal concorrente pelo mercado do Mercosul e da União Europeia. Aqui, estão presentes os principais *players* do mercado mundial.

B **Bolívia**
18º exportador mundial

Apesar da pouca expressão a nível mundial, é um grande concorrente pelo Mercosul, principal consumidor brasileiro.

C **Costa Rica**
2º exportador mundial

Grande concorrente no mercado europeu e norte-americano. Neste país, estão presentes os principais *players* do mercado mundial.

D **Colômbia**
4º exportador mundial

Grande concorrente no mercado europeu, mas tem olhado para os países sul-americanos de outra forma – acirrando ainda mais sua competição com o Brasil.

Principais consumidores do Brasil



MERCOSUL (72% do total)

- Principal destino das exportações brasileiras
- Banana é enviada principalmente do Norte de Santa Catarina (devido à proximidade com Uruguai e Argentina).



UNIÃO EUROPEIA (24% do total)

- Segundo destino das exportações brasileiras
- Banana é enviada principalmente do RN/CE (devido à maior proximidade logística com o bloco).

2019

TOTAL

Volume: 78 mil toneladas (+21%)

Receita: US\$ 24 milhões (+19%)

MERCOSUL

Volume: 56 mil toneladas (+1%)

Receita: US\$ 15 milhões (+6%)

U. EUROPEIA

Volume: 19 mil toneladas (+116%)

Receita: US\$ 8 milhões (+107%)

2020?

- Devem continuar aumentando em 2020, visto à boa produção doméstica e demanda internacional
- Caso entraves continuem afetando a produção dos principais concorrentes, podemos continuar ganhando “espaço”

CONSUMO DE FRUTAS





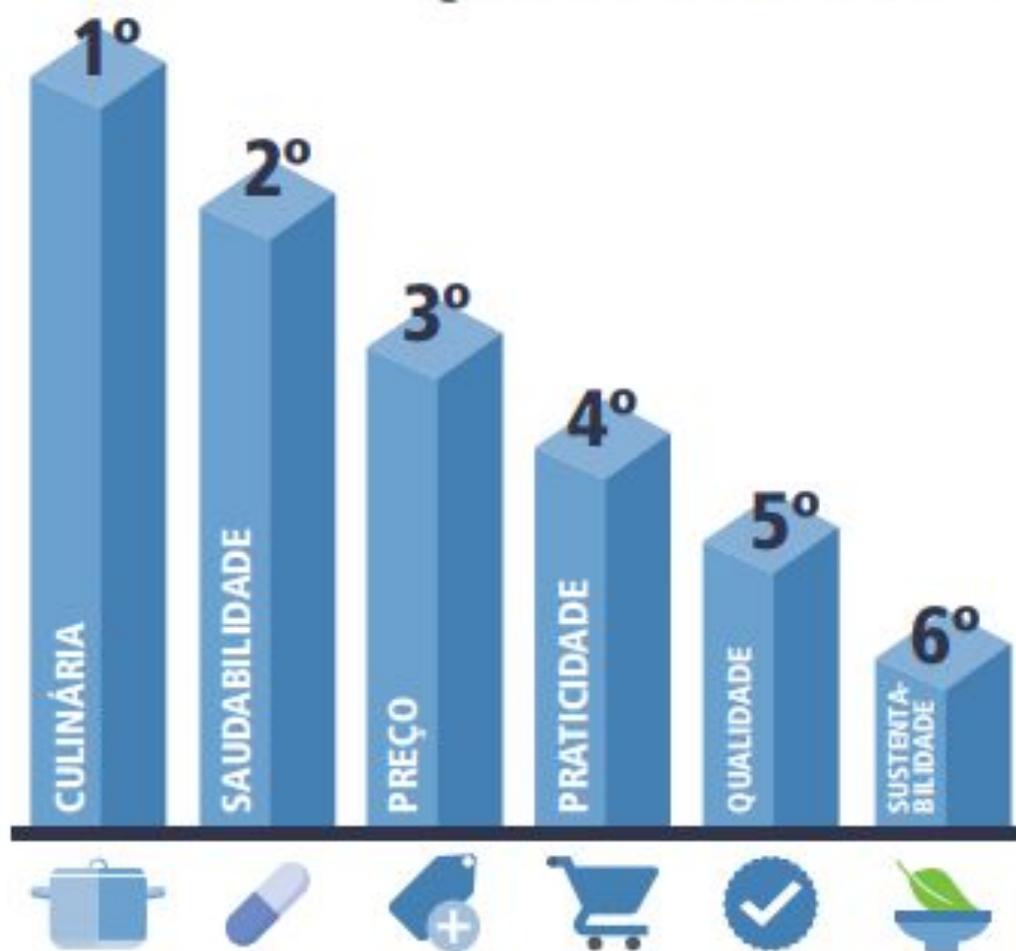
Consumo de frutas

- Mundialmente, o consumidor está mais **consciente de suas escolhas**
- Tendências de **saudabilidade, sustentabilidade e conveniência** em alta
- **Tecnologia** está facilitando a **troca de informações e a compra**

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



Seguir



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).

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.



Valores aproximados(*)

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

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

**4**

PRATICIDADE

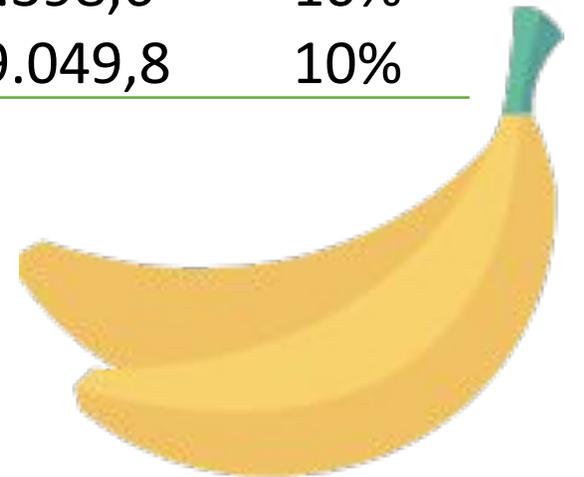
#FoodToGo

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.

EUROMONITOR APONTA CRESCIMENTO NO CONSUMO DE BANANA *IN NATURA* ATÉ 2023!

Expectativa de venda da banana no varejo - Brasil

	2018	2023	23x18
Volume (mil toneladas) - venda no varejo	5.835,0	6.398,6	10%
Valor (milhões de R\$) - venda no varejo	26.490,9	29.049,8	10%



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.



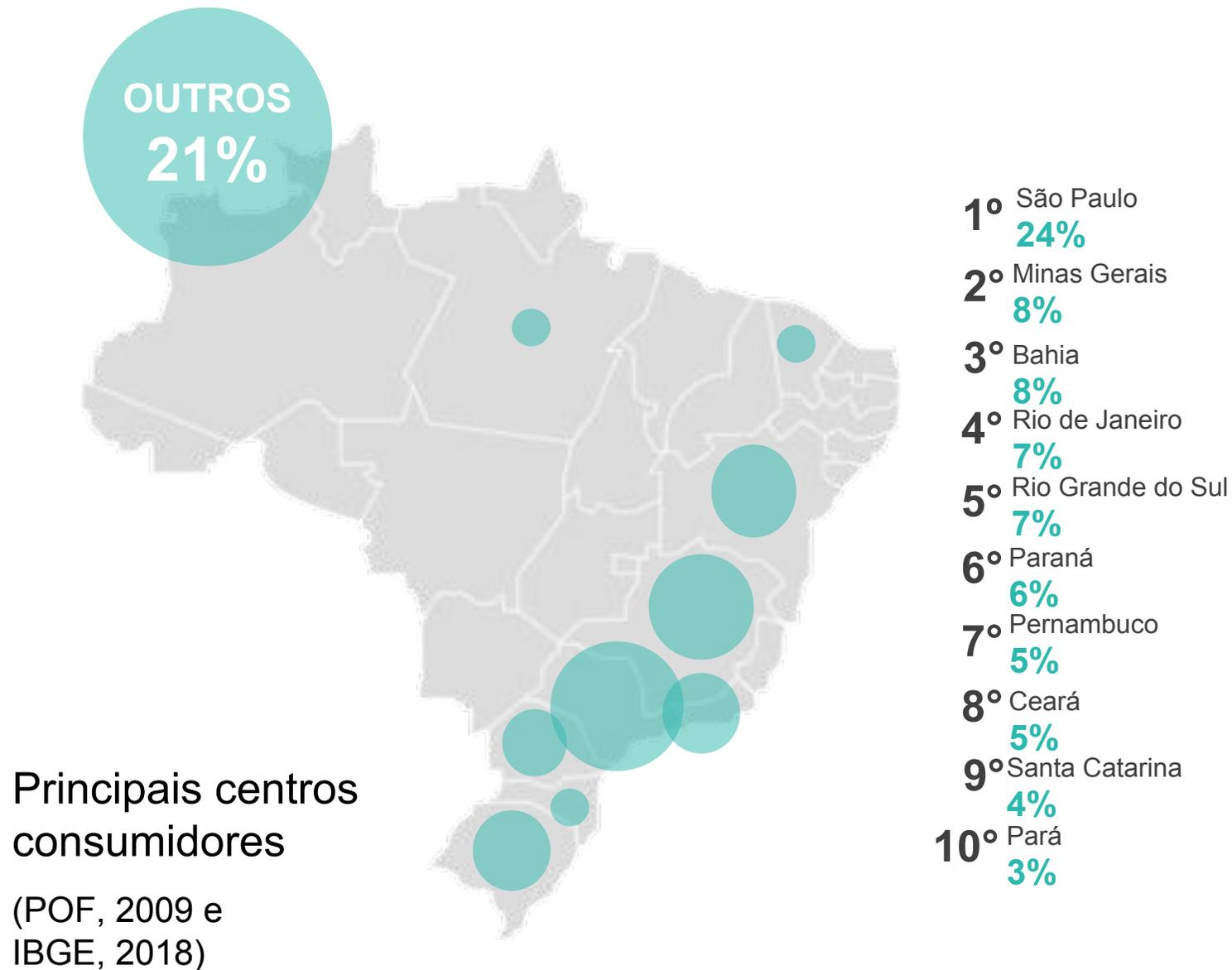
- **Do marketing**

- Oferta de produtos personalizados.
- Gerar identidade e reciprocidade.

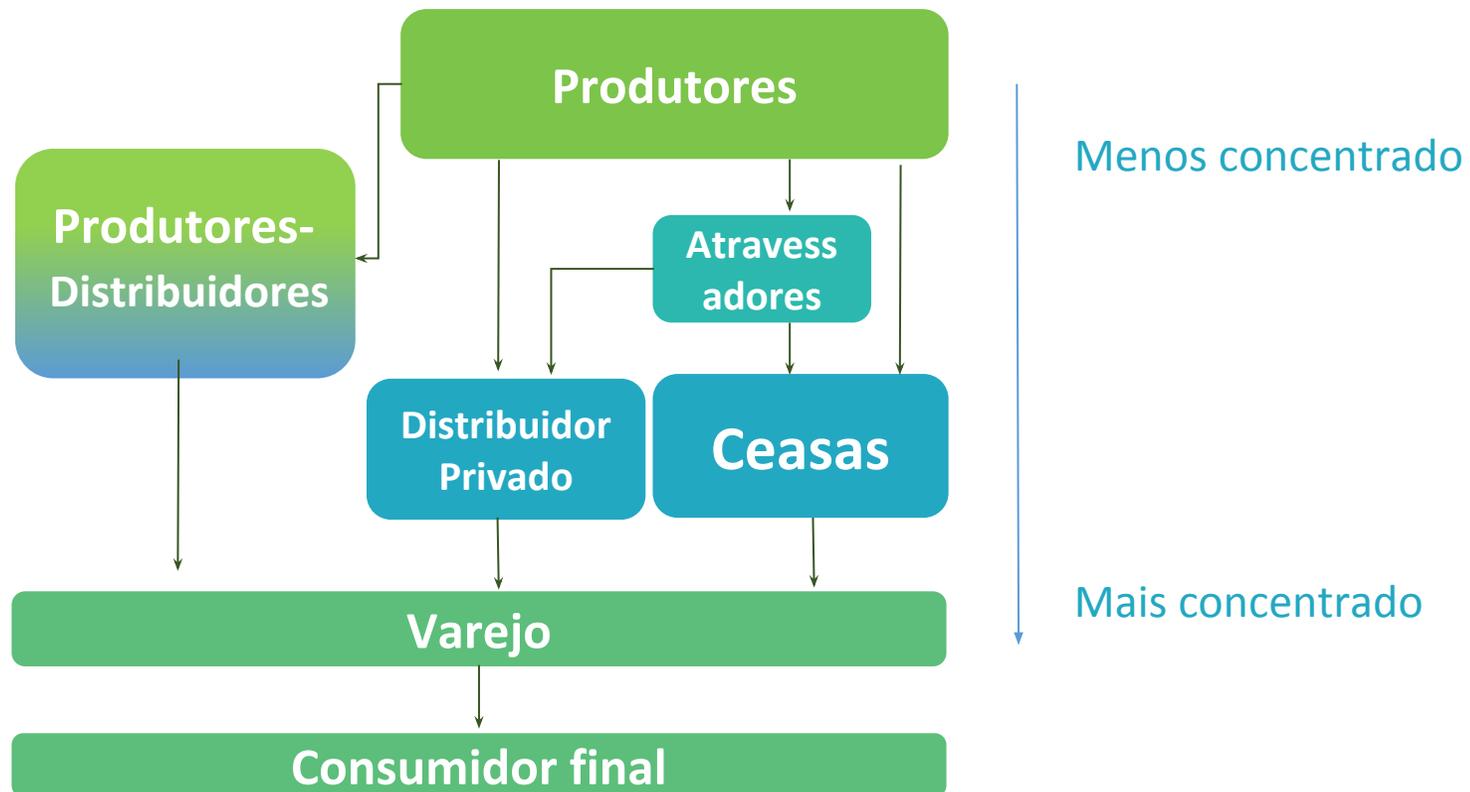
VISÃO GERAL DA CADEIA



Principais centros consumidores no Brasil

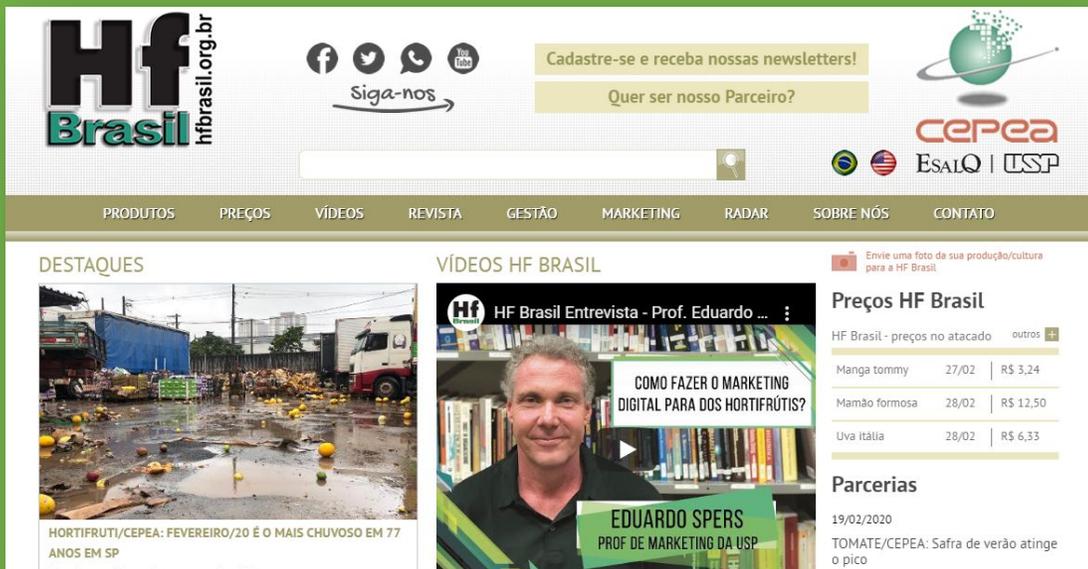


Distribuição física no mercado interno



Fonte: Cepea

Para saber mais, entre em:



The screenshot shows the Hf Brasil website interface. At the top left is the logo 'Hf Brasil hfbrasil.org.br'. To its right are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube, with the text 'Siga-nos'. Further right is a registration box: 'Cadastre-se e receba nossas newsletters!' and 'Quer ser nosso Parceiro?'. Below this is a search bar. The top navigation menu includes: PRODUTOS, PREÇOS, VÍDEOS, REVISTA, GESTÃO, MARKETING, RADAR, SOBRE NÓS, and CONTATO. The main content area is divided into three sections: 'DESTAQUES' with a photo of a market stall; 'VÍDEOS HF BRASIL' featuring an interview with Prof. Eduardo Spers titled 'COMO FAZER O MARKETING DIGITAL PARA DOS HORTIFRUTÍSTAS?'; and 'Preços HF Brasil' with a table of market prices.

Preços HF Brasil		
HF Brasil - preços no atacado		
		outros
Manga tomy	27/02	R\$ 3,24
Mamão formosa	28/02	R\$ 12,50
Uva Itália	28/02	R\$ 6,33



@revistahortifrutibrasil

hfbrasil.org.br

E-mails para contato:
marcela.barbieri@cepea.org.br
hfbanana@cepea.org.br



19 99128.1144