

O Dia de Campo da
Agristar está vindo aí!



20 a 22
JULHO
ÀS 19H

lives
no:  

Confira a
programação
completa!

AGRISTAR

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**.

20/07 às 19h

Apresentação dos lançamentos e destaques na linha de Bulbos e Raízes e de Cucurbitáceas.

Matérias Especiais:

Melhoramento da cenoura tropical

Melhorias em sementes e o uso de super-polinizador

21/07 às 19h

Apresentação dos lançamentos e destaques na linha de Brássicas e Folhosas e na de produtos para o Cinturão Verde.

Matérias Especiais:

O mercado de processamento de Hortaliças e tendência de consumo

Melhoramento da cultura da alface buscando resistência ao míldio

22/07 às 19h

Apresentação dos lançamentos e destaques na Linha de Tomates e Pimentões.

Matérias Especiais:

Como produzir tomates com maior segurança no período chuvoso

Sintonize as lives pelo Facebook ou YouTube da Agristar.



f in AGRISTAR DO BRASIL

www.agristar.com.br

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

Hortifruti Brasil

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 20 - Nº 213 - Julho de 2021 - ISSN 1981-1837

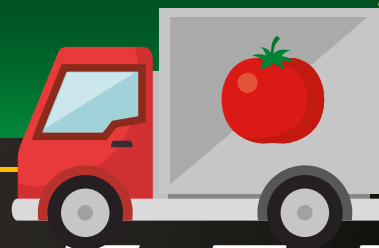
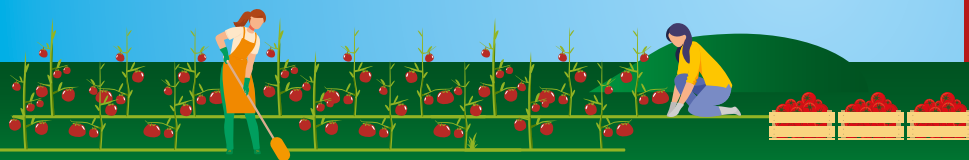
OS CAMINHOS DO TOMATE ATÉ O PRATO DO BRASILEIRO

Estudo inédito traz um diagnóstico completo da cadeia de tomate de mesa nacional



RECADASTRE-SE

e continue
recebendo a
revista!
Veja na pág. 9



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
EM VEÍCULO PESSOADA 2021

hfbrazil.org.br

O FUNGICIDA PROTETOR CONTRA MÍLDIO E REQUEIMA.

- Praticidade: formulação com dois ingredientes ativos
- Eficiência: amplo espectro no controle de doenças
- Residual: maior tempo de ação mesmo após chuvas

Revus® Opti. Controle de doenças tem nome e sobrenome.

c.a.s.a.
0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br

 **Revus® Opti**

syngenta.

PARA RESTRIÇÃO DE USO NOS ESTADOS, CONSULTE A BULA.

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

EDITORIAL



Margarete Boteon (à esq.), João Paulo Deleo e Marina Marangon participam do estudo em parceria com o Ibrahort/CNTM, publicado nesta edição.

PARCERIA IBRAHORT & CEPEA LANÇA UM BALANÇO COMPLETO SOBRE O TOMATE DE MESA NO BRASIL

O Ibrahort/CNTM (Instituto Brasileiro de Horticultura/Comissão Nacional do Tomate de Mesa) e a equipe Hortifruti/Cepea se lançaram, em março de 2020, a um grande desafio: reunir informações fidedignas da tomaticultura e avaliá-las, visando fortalecer a base produtiva do tomate de mesa no Brasil. O trabalho contou com o apoio da empresa UPL, atuante no segmento de proteção de plantas. O resumo das principais informações do estudo está nesta edição.

Com uma equipe comprometida de pesquisadores e alunos da Esalq e o apoio de agentes do setor tomaticultor, foi possível harmonizar muitas informações e ter um direcionamento sobre ações importantes para o avanço sustentável da cadeia. Assim, este editorial é um agradecimento a todos que nos auxiliaram diretamente na conclusão deste estudo.

Agradecemos a toda a equipe do Cepea que, muito comprometida, concluiu com êxito o estudo: ao João Paulo Bernardes Deleo, pesquisador de hortaliças e coordenador geral do estudo; à professora Margarete Boteon, coordenadora do projeto; às equipes executoras, em especial, a da Hortifruti/Cepea, capitaneada por Marina Marangon e Rogério Bosqueiro e à Laleska Moda, à Ana Raquel Mendes e ao Diego Rodrigues, pelo excelente trabalho de analisar o conteúdo de tomate nas redes sociais. Decifrar todos os dados coletados e entender o perfil de consumo de tomate no Brasil foram tarefas executadas pela equipe Macroeconomia do Cepea, com a professora Nicole Rennó e o pesquisador Rodrigo Peixoto da Silva.

E o nosso agradecimento especial vai para os produtores e compradores de tomate, amigos e parceiros deste trabalho: Nelson Mallmann, Lauro Andrade, Vanderlei Cesconetti e Edson Trebeschi, do CNTM, e Manuel de Oliveira e sua equipe do Ibrahort, que se organizaram com os produtores para que estes dialogassem com os pesquisadores do Cepea.

Procurando por uma pós-graduação

que reúne conhecimento **TEÓRICO E PRÁTICO**, além de **HABILIDADES SOCIOEMOCIONAIS?**



Conheça os
12 cursos do
MBAUSP
ESALQ

Inscrições abertas!

queroinfos@pecege.com
19. 3377 0937 - 19. 3377 0940

/mbauspesalq

EXPEDIENTE

www.hfbrasil.org.br

COORDENADORES CIENTÍFICOS

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros
Margarete Boteon

EDITORES ECONÔMICOS

João Paulo Bernardes Deleo, Fernanda Geraldini,
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, Alessandra da Paz,
Nádia Zanirato e Flávia Gutierrez

EQUIPE TÉCNICA

André Camarotti, Bárbara Rovina Castilha, Carolina Olivieri
Travaglini, Deborah Tiemi Kubo, Felipe Souza Wohnrath,
Isabela Camargo Gonçalves, Isabela Pegolo Alves,
João Victor Vicentin Diogo, Laleska Rossi Moda,
Larissa Milleer, Leonardo Caires de Oliveira,
Luana Chiminasso, Lucas de Mora Bezerra, Luisa Costa
Purchio, Samara Felipe e Wharthey de Cássia Nunes

APOIO

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz

LAYOUT SEÇÕES E MATÉRIA DE CAPA

Equipe Comunicação Cepea
Edson Figueroa

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Edson Figueroa
www.edsonfigueroa.com.br
@edsoufigueroa | 19 98171-3166
Fotos: Lau Polinésio/CitrusBR

IMPRESSÃO

Grafiar
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

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

ÍNDICE

| | |
|-----------|----------|
| <u>12</u> | TOMATE |
| <u>14</u> | ALFACE |
| <u>18</u> | CEBOLA |
| <u>20</u> | BATATA |
| <u>22</u> | CENOURA |
| <u>23</u> | MAMÃO |
| <u>24</u> | MAÇÃ |
| <u>25</u> | UVA |
| <u>26</u> | CITROS |
| <u>27</u> | BANANA |
| <u>28</u> | MELANCIA |
| <u>29</u> | MELÃO |
| <u>30</u> | MANGA |



CAPA 6

O Hortifruti/Cepea, em parceria com o Ibrahort/CNTM, fez um estudo inédito e mapeou a produção de tomate de mesa, traçou o perfil consumidor brasileiro e dimensionou a cadeia de comercialização no País. Confira!

HF BRASIL NA REDE



@revistahortifrutibrasil



@hfbrasil



Hortifruti Brasil



19 99128.1144



@hfbrasil

RETOME A DIREÇÃO DA SUA LAVOURA.

Controle todas as fases da requeima e do míldio com o fungicida curativo mais **COMPLETTO** do mercado.

impulsa

USE O LEITOR DE QR CODE DO SEU CELULAR

A DIREÇÃO CERTA PARA PROTEGER
A SUA LAVOURA. ACESSE O QR CODE
E SAIBA MAIS!



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.

Completo

IHARA
Agricultura
é a nossa vida

OS CAMINHOS DO TOMATE ATÉ O PRATO DO BRASILEIRO

Estudo inédito traz um diagnóstico completo da cadeia de tomate de mesa nacional

Por Margarete Boteon, João Paulo Bernardes Deleo e Marina Marangon Moreira

O Hortifruti/Cepea, em parceria com o Ibrahort/CNTM (Instituto Brasileiro de Horticultura/Comissão Nacional do Tomate de Mesa), mapeou a produção de tomate de mesa, traçou o perfil do consumidor brasileiro do fruto e dimensionou essa cadeia de comercialização no País. O estudo se iniciou em março de 2020 e foi concluído em junho de 2021.

O tomate é o protagonista em termos de produção e consumo de vegetais no Brasil – excetuando-se os tubérculos. É o mais consumido, e o estudo revelou em entrevista com representantes de supermercados que ele é o grande atrativo em termos de perecíveis na seção de FLV.

No entanto, há muitos desafios para que o tomate mantenha esse protagonismo. As vendas têm recuado ano a ano e o consumo por habitante também. A área cultivada com tomate de mesa também tem diminuído e inúmeros produtores saíram da atividade na última década. Mesmo com o aumento da tecnologia, que elevou a produtividade, o volume ofertado nos últimos anos foi menor que o de 2011 – a análise da Hortifruti/Cepea considera levantamentos de área feitos pela própria equipe desde 2008. Para 2021, é esperada a menor área cultivada com tomate de mesa de toda a série Hortifruti/Cepea.

Diante desse diagnóstico, os desafios da cadeia são manter o tomate “importante” perante o consumidor e, ao mesmo tempo, garantir renda ao produtor desse fruto. Para dar conta deste desafio, a equipe Hortifruti/Cepea defende que sejam analisados os agentes e suas práticas segundo a modalidade de comercialização que têm praticado – o estudo identificou quatro modalidades.

Em outras palavras, o diagnóstico da Hortifruti/Cepea mostra que: quem quer entender a cadeia do tomate de mesa precisa conhecer bem as características das transações que ocorrem entre produtores, intermediários, atacadistas e varejistas antes de definir estratégias/ações em prol do desenvolvimento do setor com um todo. As propostas deverão ser distintas de acordo com cada uma das quatro modalidades detalhadas.

O avanço da cadeia só será possível se for levado em conta que cada forma de comercialização tem suas especificidades, e que ações, ainda que distintas, devem ser coordenadas entre si no sentido de que, paulatinamente, toda a cadeia avance em qualidade do produto e nas relações com o ambiente e com as pessoas envolvidas.

DIAGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA DO TOMATE DE MESA

O Ibrahort/CNTM e a Hortifruti Brasil/Cepea se lançaram em março de 2020 a um grande desafio: reunir informações fidedignas do setor e avaliá-las visando fortalecer a base produtiva do tomate de mesa no Brasil. O estudo foi dividido em três eixos principais de análise: PRODUÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO e CONSUMO. O trabalho contou com o apoio da empresa UPL, atuante no segmento de proteção de plantas. O resumo das principais informações do estudo encontra-se nesta edição.

PARCEIROS

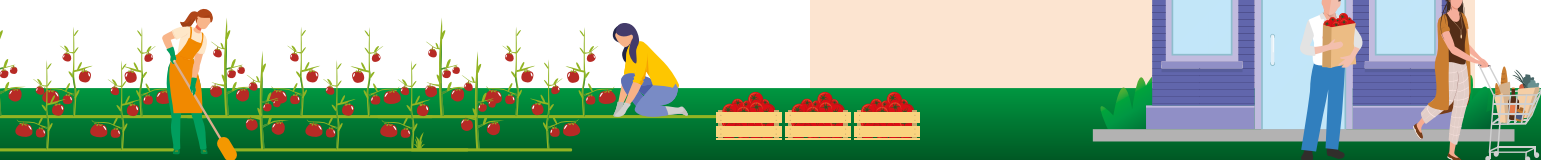


O Ibrahort representa nacionalmente o produtor de hortaliças, com atuação nos âmbitos técnico e institucional. Com o apoio de profissionais qualificados, o Instituto é dirigido por produtores rurais que conhecem os problemas do setor e o dia a dia no campo.

A Comissão Nacional do Tomate de Mesa (CNTM) é administrada pelo Ibrahort e composta por associados que são produtores de tomate de mesa. A Comissão visa conhecer, entender e auxiliar na resolução de demandas específicas deste setor.

A UPL é a empresa apoiadora do estudo desenvolvido pelo Ibrahort/CNTM e Cepea. A UPL adota como objetivo transformar a agricultura por meio do “OpenAg”, rede agrícola aberta que busca crescimento sustentável para todos os elos da cadeia de alimentos.

A equipe **Hortifruti Brasil**, do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea/Esalq-USP), foi contratada pelo Ibrahort/CNTM para fazer a “radiografia” e análise da tomaticultura de mesa nacional.



35 REGIÕES PRODUTORAS RELEVANTES NA PRODUÇÃO NACIONAL DE MESA

PRODUÇÃO

NÚMERO 1 EM VENDAS NO BRASIL

R\$ 12 bilhões/ano
Fonte: Euromonitor (2020)



63%
da produção brasileira é para consumo fresco

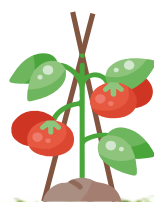
NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS DE TOMATE DE MESA

48,7 MIL
ESTABELECIMENTOS
Sistemas tutorado e rasteiro

80% Gerenciados por Produtores Familiares
Cerca de 40% da produção nacional

20% Gestão Empresarial
Cerca de 60% da produção nacional

Fonte: Censo Agropecuário do IBGE (2017).



4 mil

municípios produzem tomate de mesa no BR



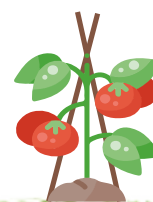
200

municípios concentram 80% da produção comercial

Agregados em **35** Regiões produtoras



Totalizam uma área de **24 Mil ha** (2019)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

O tomate de mesa é muito importante no País, presente em 48,7 mil estabelecimentos rurais com gestão familiar ou empresarial. Esses empreendedores precisam gerir muitos recursos (físicos e financeiros) e um elevado contingente de mão de obra. Estima-se, em média, que duas pessoas sejam ocupadas (empregadas ou da família) por hectare no sistema tutorado. Isso torna a tomaticultura um setor de destaque tanto pelo valor gerado na comercialização do fruto quanto pela distribuição de renda para famílias envolvidas na produção.

O tomate é cultivado em todas as regiões do País, o que ajuda a explicar as tantas diferenças nos sistemas de produção e de comercialização. Esse “perfil heterogêneo” do setor, sinaliza que são muitos os desafios para a coordenações de ações integradas de boas práticas agrícolas nacionalmente.

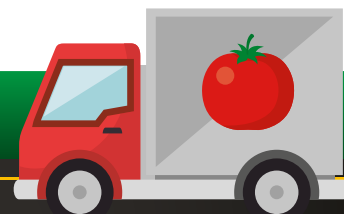
Qualquer política que se proponha para o setor deve pôr em destaque a rentabilidade do produtor, com vistas a não agravar a tendência de redução no número de propriedades e área dedicadas ao tomate de mesa. Há de ser levado em conta também que tem aumentado o investimento em tecnologia no campo. Estimativas do Hortifruti/Cepea indicam aumento de produtividade em torno de 10% entre 2011 e 2020, porém a queda de área, no País, foi muito maior: recuo em torno de 30% no mesmo período. Os ganhos de produtividade no sistema tutorado também não foram suficientes para redu-

zir o custo médio unitário do tomate de mesa no País e nem assegurar um aumento da oferta nacional.

Nas temporadas de inverno 2020 e de verão 2020/21, a estimativa é que, nas 35 principais regiões produtoras de tomate de mesa, a área tenha recuado para o menor patamar desde 2008, início dos levantamentos de área pela equipe Hortifruti/Cepea, totalizando 21.617 hectares. Em 2019, as mesmas regiões (as principais produtoras) haviam cultivado cerca de 24 mil hectares de tomate de mesa (tutorado e rasteiro).

A razão para essa queda entre 2020 e 2019 foram as incertezas dos produtores em investir no período da pandemia. A demanda arrefeceu e os custos aumentaram em função do câmbio. Mas, independentemente da pandemia, a previsão já era de queda de área, por conta do alto endividamento em temporadas anteriores de parte dos tomaticultores e também pela dificuldade em encontrar área para arrendamento, dada a concorrência com outras culturas de maior rentabilidade (sobretudo grãos). Em 2021, persiste a tendência de redução da área nessas regiões, ainda devido às incertezas quanto à demanda doméstica e aos altos custos de produção.

Além das 35 principais regiões produtoras consideradas pela Hortifruti/Cepea, há outros polos dispersos no País, geridos por pequenos agricultores e com produção de menor escala. A estimativa é que, juntas, essas regiões totalizem em torno de 7 mil hectares (tanto em 2019 quanto em 2020).



DESAFIO DE MANTER O TOMATE COMO NÚMERO 1 EM CONSUMO

O tomate é a hortaliça mais consumida no País e ocupa posição de destaque nas vendas globais do fruto: o Brasil é 4º no ranking de vendas que considera os principais países americanos, europeus e asiáticos (não inclui o Oriente Médio), segundo a consultoria *Euromonitor*. Esse posicionamento traz também muitos desafios.

No Brasil, o consumo *per capita* de tomate fresco nos domicílios (principal local de consumo) e as vendas totais (varejo e mercado institucional) vêm recuando. Vários fatores pesam para essa retração: consolidação do consumo, queda do PIB *per capita*, mudanças de hábitos alimentares e concorrência com outros vegetais.

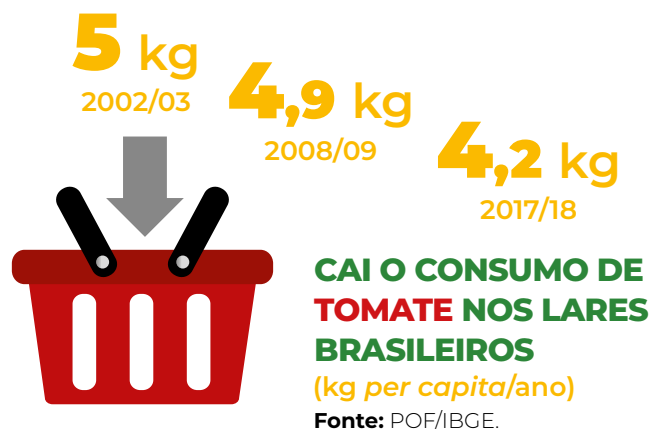
O enfraquecimento da economia no Brasil e ao mesmo tempo o aumento do custo (e preço) do tomate pesaram para a redução do poder de compra do fruto pelo brasileiro, principalmente nas classes de menor poder aquisitivo.

Estimativas com base na última POF (Pesquisa de Orçamento Familiar) do IBGE, de 2017-18, sinalizam que a demanda por tomate está mais sensível às variações de renda – principalmente nos grupos de baixa e média renda – quando comparada à situação de 2008-09. Essa conclusão toma como base cálculos de elasticidade de demanda por grupo de classe de renda entre as POF's. Uma queda de renda atualmente pode impactar mais negativamente no consumo de tomate do que há 10 anos. Os grupos mais sensíveis são as classes de menor poder aquisitivo. Já nas classes mais altas, a variação da renda tem pouco impacto na demanda por tomate.

Outra pesquisa importante que corrobora a tendência de queda do consumo do tomate no País é a "Vigitel", realizada anualmente pela Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS) do Ministério da Saúde. A pesquisa anualmente avalia o consumo de hortaliças cruas, que inclui o tomate, além da alface, couve, cenoura, chuchu, berinjela e abobrinha. Desse grupo, o tomate é o mais consumido.

Essa pesquisa mostra que, desde 2016, a frequência das pessoas que regularmente consomem hortaliças cruas (em 5 ou mais dias na semana) tem recuado (para 1 a 5 dias na semana). Outro dado importante é que aqueles que consomem hortaliças com maior frequência são também os mais assíduos no consumo de frutas (5 ou mais). No mesmo sentido, são os que declararam um bom estado de saúde e prática de exercícios físicos. Por outro lado, há relação negativa, embora fraca, entre consumo de hortaliças, tabagismo e obesidade. No geral, as mulheres consomem hortaliças com mais frequência que os homens. Esse perfil revelado na pesquisa reforça a importância de serem promovidos hábitos saudáveis, incluindo a necessidade de consumo diário de hortaliças cruas.

O desafio para se recuperar o patamar de consumo/vendas havido no passado engloba um conjunto de ações. São necessárias medidas para o aumento da eficiência na cadeia, visando reduzir o custo unitário do fruto, diversificação de cultivares para agregar valor às saladas e *marketing* para fazer visíveis ao consumidor os benefícios e sabor do tomate. As saladas frescas são cada vez mais destacadas como prato principal em restaurantes no Brasil e em vários países. Para ampliar a participação do tomate nas saladas, o sabor e a qualidade do fruto são importantes atributos que devem ser levados em conta.



HIPÓTESES PARA A QUEDA DE CONSUMO - 2017/18 x 2008

1 Limitação da oferta

Produtores limitaram a expansão de área (aumento dos custos) dado o aumento nos custos de produção. Mesmo com os ganhos em produtividade, a redução dos investimentos em área impactou na menor oferta disponível de tomate fresco desde 2011.

2 PIB em queda

A queda do poder de compra do brasileiro principalmente a partir de 2017/18 contribuiu para a redução da demanda por tomate, principalmente para as classes de menor poder aquisitivo.

3 Mudança de hábitos

Mudança de hábitos

A procura por alimentos mais práticos (congelados, semi ou processados) e o consumo fora do lar reduziu as refeições nos lares e, conseqüentemente, diminuiu a frequência de consumo das hortaliças e do tomate.

4 Tomate perde espaço para outros legumes

Tomate perde espaço para outros legumes

Nesse período, houve um aumento das opções de outras hortaliças e um aumento na oferta de alimentos mais práticos no preparo das refeições. Isso aumentou a disputa do tomate com outros alimentos no prato do brasileiro.

POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DEVEM SER PERSONALIZADAS DE ACORDO COM A FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO

Os caminhos que o tomate percorre da roça até o consumidor são variados. O estudo da equipe Hortifruti/Cepea identificou quatro modalidades principais de comercialização do tomate consumido *in natura*. O dimensionamento e a caracterização dessas quatro formas são importantes para a definição de políticas e ações de acordo com o nível de organização da cadeia.

A **MODALIDADE 1** representa a comercialização direta com o varejo ou com o consumidor, realizada por produtores de pequena escala, os quais, muitas vezes, produzem também outras hortaliças. São encontrados principalmente nos arredores de grandes centros urbanos, como Brasília e Nova Friburgo-RJ. Esse grupo não chega a figurar entre os prioritários quando se trata de ações para o desenvolvimento da cadeia do tomate de mesa, mas tem grande relevância no âmbito da agricultura familiar e deve ser foco de programas de incentivo ao consumo da produção local – via merenda escolar e feiras de produtor.

A **MODALIDADE 2** é a maior em termos de volume comercializado e está presente em todas as regiões produtoras. Esse sistema caracteriza-se pela elevada informalidade entre os elos da cadeia, dificultando protocolos que atestem a segurança e padronização do fruto. Faltam regras claras de comercialização, nem sempre sendo respeitadas as condições e preços acordados verbalmente. Há insegurança para produtores e atacadistas. É onde ainda persiste a maior presença de intermediários/corretores locais para organização da venda do produtor para os atacadistas. Esta é a modalidade que mais requer atenção dos interessados em modernizar a cadeia do tomate de mesa. Há necessidade de que órgãos públicos e entidades de classe trabalhem juntos para reduzir a informalidade dos negócios. Nas regiões onde predominam sistemas informais – como a modalidade 2 –, mais produtores têm sido “expulsos” da atividade – havendo redução significativa da área cultivada –, dado o maior risco da comercialização.

Live da HF Brasil sobre o mapa do tomate será no dia 29 de julho, programe-se!

No dia 29 deste mês, a HF Brasil realizará mais uma live, cujo tema é a matéria de capa desta edição, com convidados do Ibrahort/CNTM, parceiros deste estudo. A transmissão será no Facebook e YouTube da HF Brasil, fique de olho!

ÚLTIMA CHANCE de continuar recebendo REVISTA HORTIFRUTI BRASIL EM 2021!

ENCONTRE O SEU CÓDIGO

Quando receber a revista em sua casa, busque pelo código do assinante (até 9 dígitos), está próximo ao seu nome.

XXXXXXXXX
Nome completo
Endereço
Cidade/Estado - CEP

1

CONTINUE RECEBENDO A REVISTA

Com o recadastramento, você continua recebendo a revista **Hortifruti Brasil**

2

hfbrasil.org.br/
portalthorti/
recadastro

3

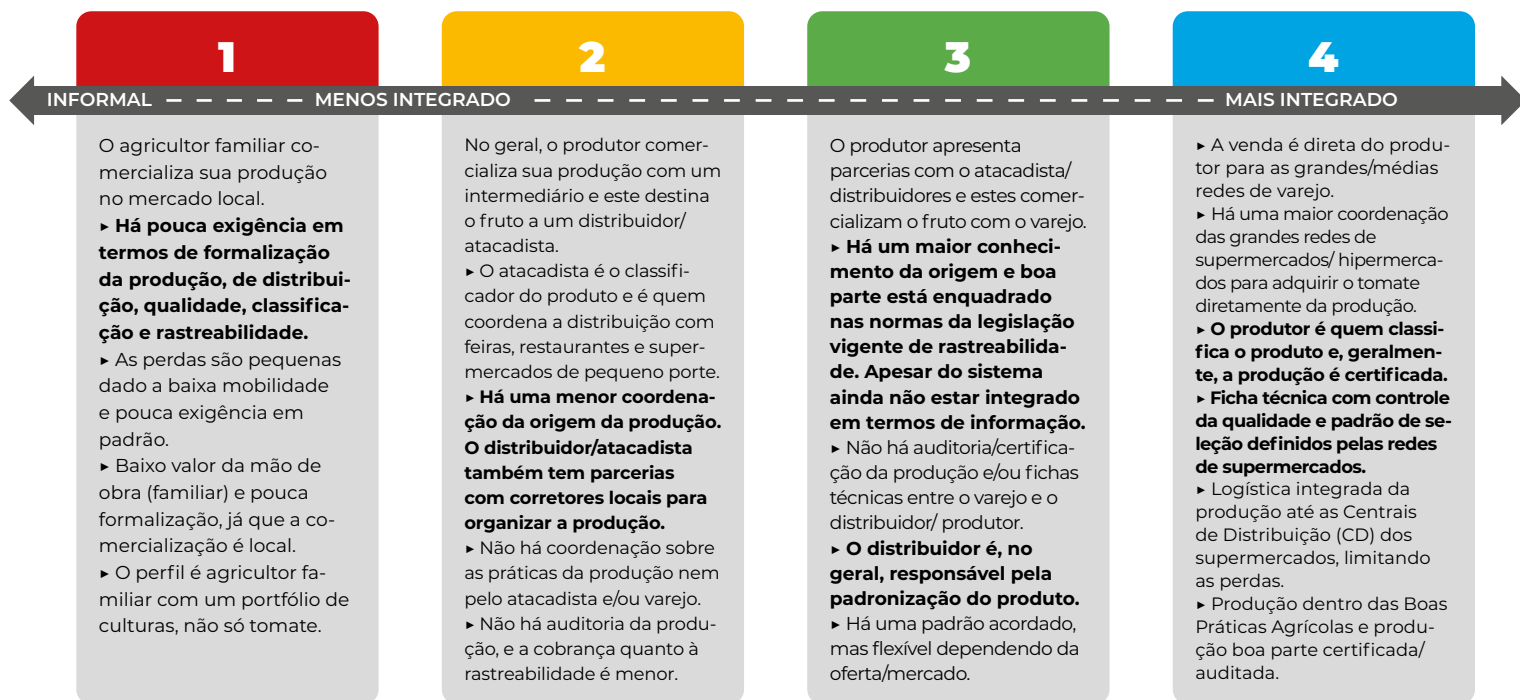
FAÇA O RECADASTRO NO SITE

Acesse hfbrasil.org.br/portalthorti/recadastro, digite seu código e atualize seu endereço.

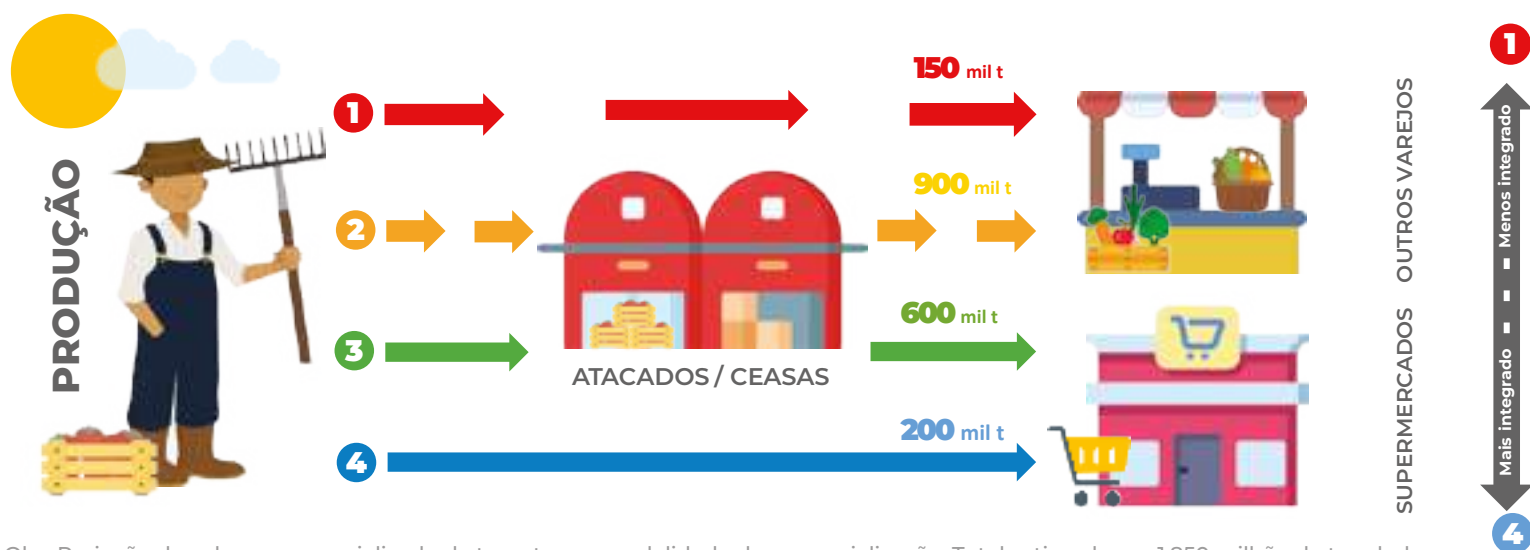
CONTINUE RECEBENDO
prazo final para recadastro da
REVISTA HORTIFRUTI BRASIL

CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO: 4 MODALIDADES

RESULTADO: Quanto mais integrado é a produção com o varejo (principalmente os hipermercados e supermercados), mais organizado é o módulo (e vice-versa).



DIMENSIONAMENTO DA CADEIA POR MÓDULO – TOMATE DE MESA



Módulos

- | | | | | | | | |
|---------------|--|---------------|--|---------------|---|---------------|---|
| 1 ➔ | MERCADO LOCAL Produção > Varejo local: produtores/intermediários comercializam diretamente para o mercado local. | 2 ➔ | CEASAS I Produção > Pequeno varejo: produtores comercializam com uma rede de intermediários e, estes, com as Ceasas para o pequeno varejo. | 3 ➔ | CEASAS II Produção > Varejo: produtores comercializam diretamente com as Ceasas e, estas, com o varejo. | 4 ➔ | DIRETO Produção > Varejo: produtores/classificadores vendem direto para as grandes e médias redes de supermercados. |
|---------------|--|---------------|--|---------------|---|---------------|---|

É PRECISO ENTENDER AS DIFERENTES FORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO PARA DESENVOLVER A CADEIA DE TOMATE DE MESA

As medidas recomendadas para a **MODALIDADE 2** devem partir da realidade atual e avançar paulatinamente, sem exageros “top-down” que gerem rupturas e eventuais pioras. Pode-se pensar, por exemplo, na exigência de uma ficha técnica simples de padronização do fruto e em ações que elevem o cumprimento da Lei de Rastreabilidade e a formalização da mão de obra no campo. A padronização e a rastreabilidade aumentam a formalização das transações comerciais e tornam os agentes mais integrados.

A **MODALIDADE 3** está neste caminho, mas precisa de uma maior coordenação para que sejam promovidas a segurança e a qualidade/padronização do tomate. Essa modalidade refere-se à comercialização feita por produtores de escalas média e grande, alguns já classificam o tomate, é o grupo que reúne mais condições de aderir a protocolos de rastreabilidade/certificação e negociam diretamente com os atacadistas. Parte desses produtores já negociam diretamente com grandes redes (Modalidade 4). Do lado comprador, representantes de supermercados tendem a dar preferência a atacadistas que têm relação comercial direta com esse tipo de produtor. Assim, sugere-se que ações hoje desenvolvidas no âmbito privado, entre grandes produtores/classificadores e grandes redes de varejo – caracterizam o que está sendo chamado de MODALIDADE 4 – sejam adaptadas de modo a se tornarem factíveis a um número maior de agentes (vendedores e compradores). A diferença é que, na Modalidade 3, os acordos sobre certificações e clas-

sificação seriam definidos de forma coletiva, entre associações de produtores e entidades de varejistas/supermercados – e não numa relação privada entre grandes produtores e grandes redes de supermercados, apenas.

A **MODALIDADE 4**, apesar de envolver volume ainda pequeno, é a que mais tem avançado em prol da modernização da cadeia. Trata-se de produtores mais estruturados que negociam diretamente com redes varejistas, atendendo critérios de qualidade combinados em contrato. No entanto, falta divulgação para o consumidor sobre a qualidade, variedade e segurança do tomate envolvido nessas transações. Uma exposição maior dessas informações nas gôndolas das lojas é vital para o aumento do volume comercializado nesta modalidade no Brasil. Atualmente, estima-se que somente 200 mil toneladas de tomate/ano são certificadas, frente a um volume total de vendas na ordem de 1,9 milhão de toneladas (volumes de 2019/2020).

As conclusões desse grande diagnóstico apontam que as diferentes “modalidades” de comercialização do tomate do produtor até o consumidor são o ponto central para a implementação de políticas condizentes com a realidade do setor. Ou seja, quem quer entender a cadeia do tomate de mesa precisa conhecer bem as características das transações que ocorrem entre produtores, intermediários, atacadistas e varejistas, antes de definir estratégias/ações em prol da modernização do setor como um todo. ■

AÇÕES PARA O AVANÇO DA CADEIA DE TOMATE (Módulos 2, 3 e 4)



DESAFIO

Padronização/Rastreabilidade

AÇÕES VIA INSTITUIÇÕES

- ▶ A padronização e a rastreabilidade tornam as transações comerciais formalizadas e os agentes, mais integrados.
- ▶ O Ibrahort deve fazer parcerias com outras instituições (Sindicatos, Sistema Senar/CNA e Ceasas) para ter maior capilaridade e acesso aos produtores/compradores.
- ▶ É vital a coordenação com assistências técnicas locais, empresas de defensivos, Ceasas, e outras institucionais governamentais para aprimorar a lei da rastreabilidade e a formalização da produção/comercialização.



DESAFIO

Ficha técnica (qualidade)/
Certificação

AÇÕES COLETIVAS

- ▶ É importante adaptar protocolos já existentes de rastreabilidade (como o RAMA).
- ▶ O Ibrahort teria um papel de protagonista em articular e dar mais visibilidade desses programas dentro do setor de tomate.
- ▶ Adaptar fichas técnicas já desenvolvidas para tomate pelas redes varejistas de maior porte para as de menor porte.
- ▶ Inserção dos produtores e atacadistas em programas de certificação/fichas técnicas para atender o varejo.



DESAFIO

Promoção do alimento seguro

AÇÕES DE ÂMBITO PRIVADO

- ▶ Inserção dos produtores e atacadistas em programas de certificação/fichas técnicas para atender o varejo.
- ▶ Essa maior divulgação poderia ocorrer via o desenvolvimento de marcas próprias ou coletivas de produtores que já possuem o tomate certificado/auditado.
- ▶ Parcerias com as grandes redes de supermercados é vital para expor os benefícios do tomate certificado.

-13,6%



Cotações do tomate salada longa vida 3A registram queda na Ceagesp em junho

+2,1%

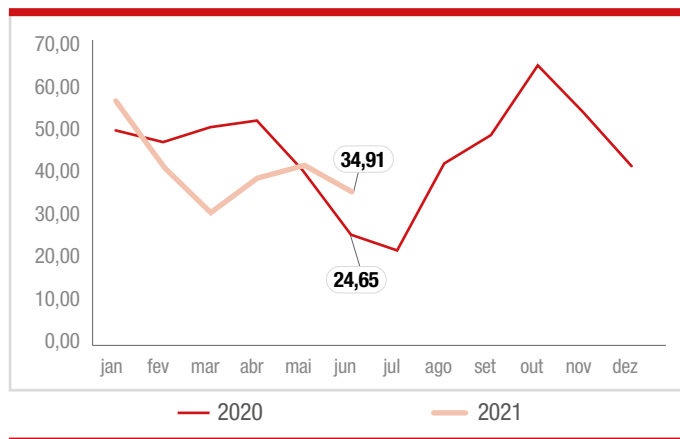


Produtividade

Clima ameno e seco propicia o segundo mês seguido de produtividade elevada

Com a intensificação da safra de inverno e a maturação concentrada, preços recuam

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/21)



Intensificação da safra de inverno e calor no início do mês elevam oferta



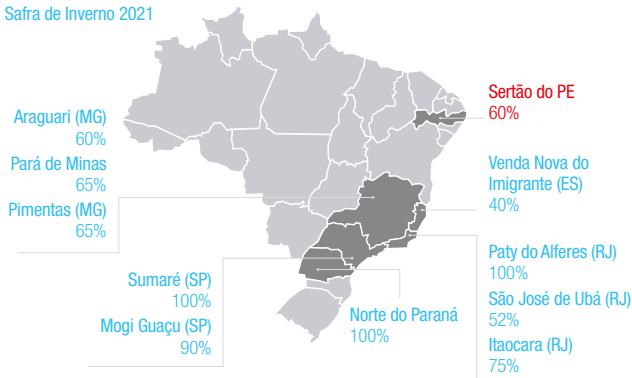
(Jun/21)

Com a queda das temperaturas e a maturação mais lenta, preços reagem no fim do mês

Na primeira quinzena de junho, os preços do tomate recuaram, refletindo a intensificação da safra de inverno e a elevação das temperaturas em alguns períodos do mês, que acelerou a maturação das lavouras que estavam com o ciclo atrasado devido ao clima ameno nas semanas anteriores. Já na segunda metade do mês, as temperaturas voltaram a cair, controlando novamente a maturação dos frutos, o que limitou a oferta, mas também a demanda e a recuperação das cotações. Na média de junho, o preço pago ao produtor foi de R\$ 31,55/caixa (valor ponderado pela classificação), 15% abaixo da média de maio, quando menos lavouras estavam sendo colhidas, e próximo às estimativas de custos de produção.

COLHEITA DEVE ALCANÇAR 77% DA PRIMEIRA PARTE DA SAFRA DE INVERNO EM JULHO

- Safra de Verão 2020/21
- Safra de Inverno 2021



Estimativa (%) de área colhida do total das safras de verão (out/20 – jul/21) e de inverno (abr/21 – jul/21)

Fonte: Hortifruti/Cepea. C

PERSPECTIVAS



Oferta

Redução da semeadura a partir de março e temperaturas mais baixas devem resultar em menor oferta em julho.



Fitossanidade

Com o tempo seco, incidência de traça e larva-alfinete deve continuar elevada neste mês.



Plantio

Segunda parte da safra de inverno deve ter 46% do plantio concluído até o fim do mês.



Knowledge grows

021


Com GranTomate é possível um incremento médio de **+380** caixas a mais por hectare.*

* Média de resultados entre 2015 a 2019.

Garanta grandes resultados com os fertilizantes
do Programa Nutricional GranTomate da Yara.



Benefícios:

-  Fruto com maior comercialização
-  Maior produtividade
-  Maior qualidade
-  Maior sanidade da cultura



grantomate 
by Yara

+19,4%



Com redução da área e da oferta, preços sobem em Teresópolis (RJ)

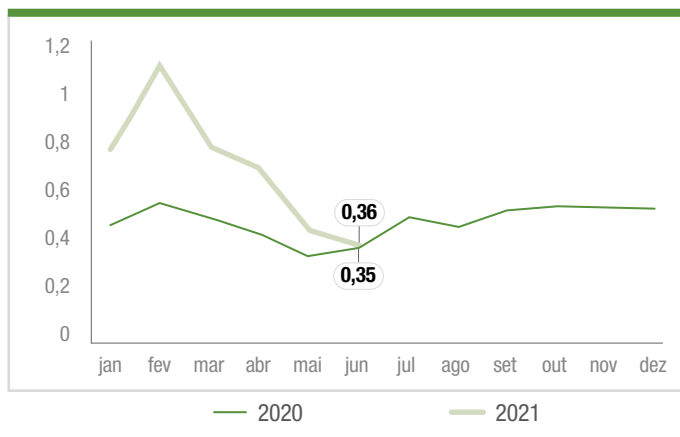


Demanda

Vendas diminuem na Ceagesp em junho, diante do frio e do atual baixo poder de compra do consumidor

Oferta controlada limita desvalorizações em junho

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Comercialização

Feirantes reduzem pedidos, limitando a comercialização em Mogi das Cruzes (SP) em junho

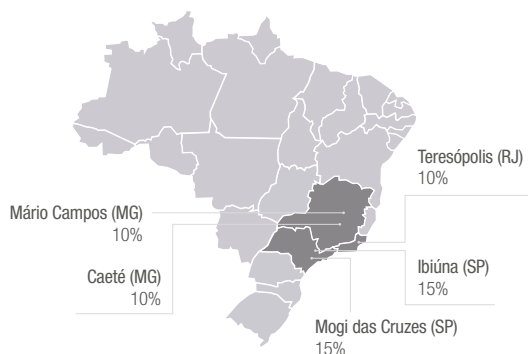


Colheita

Frio atrasa ciclo em Ibiúna (SP), e algumas lavouras têm quebra de produção

Com a queda expressiva do consumo em junho, diante das baixas temperaturas, os preços das alfaces recuaram nas principais regiões produtoras do estado de São Paulo. No entanto, as desvalorizações foram limitadas pela menor oferta da folhosa – também ocasionada pelo frio, que prolonga o ciclo de desenvolvimento – e pela redução da área de produtores. Em Mogi das Cruzes (SP), o preço médio da crespa em junho caiu 7,4% frente ao de maio, para R\$ 0,65/unidade. Em Ibiúna (SP), as cotações da americana recuaram 12,9%, na mesma comparação, a R\$ 0,84/unidade. Já em Teresópolis (RJ), os preços baixos dos últimos meses fizeram com que alguns produtores substituissem a produção de alface por outras culturas, reduzindo a oferta e impulsionando os valores. Assim, a crespa foi vendida a R\$ 8,38/cx com 24 unidades, em média, na praça fluminense, alta de 19,4% frente a maio.

TEMPORADA DE INVERNO AVANÇA EM JULHO



Estimativa (%) de área colhida da safra de inverno (jun - nov/21)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Semeadura

Baixo consumo de alface, causa maior procura por mudas de brássicas, em comparação ao inverno/20.



Custos

Com os altos custos de produção e rentabilidade restrita, produtores devem reduzir investimentos em insumos.



Área

Para controlar a oferta, produtores devem reduzir a área de plantio em julho.

SOLO IDEAL

A Alltech Crop Science oferece soluções para um melhor desenvolvimento radicular, redução de fatores estressantes e equilíbrio do solo. Tudo isso, naturalmente.



Alltech[®]
CROP SCIENCE

FUNGICIDA
BACTERICIDA

Kasumin[®]

CONTROLE EFETIVO. LAVOURA PROTEGIDA.

**AQUI AS BACTÉRIAS
NÃO AVANÇAM.**

EFEITO PREVENTIVO

Kasumin[®]

EFEITO PREVEN

EFEITO PREVEN

TIVO

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. UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL.



APROVADO

Registro para mais de 50 culturas*



AÇÃO SISTÊMICA

Rápida absorção. Excelente em épocas chuvosas



DUPLA AÇÃO

Bactericida e Fungicida com registro exclusivo agrícola



ORIGEM BIOLÓGICA

Streptomyces Rasugaensis

*Conforme data do produto.





CEBOLA

Analista de mercado: Larissa Miiller
Editora econômica: Marina Marangon Moreira
hfcebola@cepea.org.br

-13%



Jun/21
X
Mai/21

Preços recuam em Irecê (BA) diante da intensificação da safra no Cerrado

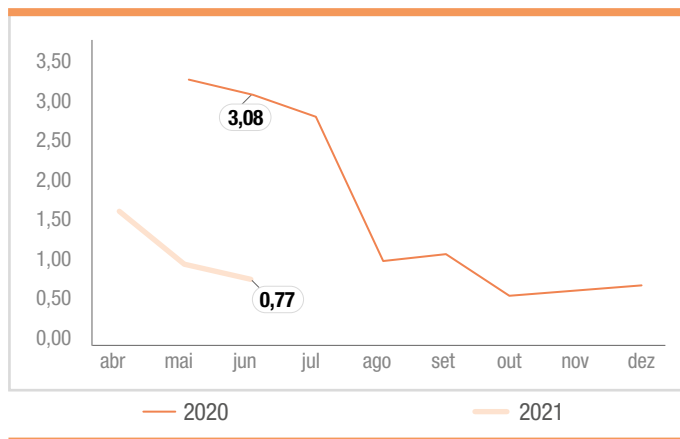


Qualidade

Produção nacional está com ótimas qualidade e produtividade

Cerrado é o principal fornecedor de bulbos em junho

Preços médios recebidos por produtores de Irecê (BA) pela cebola (R\$/kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Comercialização

Com o aumento das vendas, Cerrado (MG e GO) se torna o principal fornecedor em junho



Oferta do Nordeste (Jun/21)

Comercialização diminui significativamente no Nordeste

Apesar da significativa redução da oferta de Irecê (BA) e do Vale do São Francisco (BA/PE), os preços da cebola pagos ao produtor continuaram caindo no Nordeste em junho, fechando o mês com média de R\$ 0,67/kg. Esse cenário esteve atrelado ao aumento da oferta do Cerrado, que atraiu compradores à região e reduziu a procura no NE. Assim, em junho, o Cerrado foi o principal fornecedor de cebolas ao mercado nacional, e o valor médio pago ao produtor dessa praça foi de R\$ 0,96/sc de 20 kg. Já para julho, a tendência é de preços menores. Quanto às produções mineira e goiana, estão satisfatórias, apresentando boas qualidade e produtividade, uma vez que o cultivo espaçado facilitou o manejo. Nas regiões paulistas de Divinolândia e Piedade, o mercado mostrou-se desaquecido em junho, e os preços permaneceram estáveis – a previsão de finalização da safra nessas praças é para a primeira quinzena de julho.

SAFRA DE SÃO PAULO SE INICIA EM MEADOS DE JULHO

PERSPECTIVAS



Estimativa (%) de área colhida da safra 2021 do Cerrado (mai-jul/21), do Nordeste (abr-jul/21) e de bulbinhos em SP (mai-jul/21)

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Produtividade

Clima seco favorece produção no Cerrado e em São Paulo e pode aumentar a produtividade.



Oferta

Início da safra em Monte Alto e São José do Rio Pardo (SP) e a boa produção esperada devem elevar oferta nacional em julho.



Preço

Com o consumo reduzido, as cotações tendem a se manter em baixos patamares.

FMCAn Agricultural
Sciences Company**PROGRAMA***Colha+*
qualidade**SOLUÇÃO COMPLETA
PARA SUA PRODUÇÃO
CRESCER PROTEGIDA****AGORA, VOCÊ
PODE CONTAR COM
O PROGRAMA HF
COLHA+ DA FMC**

A FMC, uma empresa que investe em pesquisa e desenvolvimento, busca tecnologias para auxiliar o tomaticultor do momento do plantio até a colheita.

Juntos, podemos unir nossa inovação a toda sua dedicação com o cultivo de tomate.

Conte com o Programa HF Colha+ para proteger sua plantação.

| | |
|-------------------|----------------------|
| Inseticidas: | Fungicidas: |
| AVATAR® | ROVRAL® |
| BENEVIA® | SIGNAL® |
| PREMIO® | GALBEN® M |
| VERIMARK® | |
| MALATHION® | Fungicida Biológico: |
| TALSTAR® | REGALIA® MAXX |

Biopotencializadores:
SEED+®
CROP®

Nematicida Biológico:
QUARTZO®



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.

-35%

Jun/21
X
Mai/21

Preços da ágata especial têm queda nos atacados com aumento da oferta

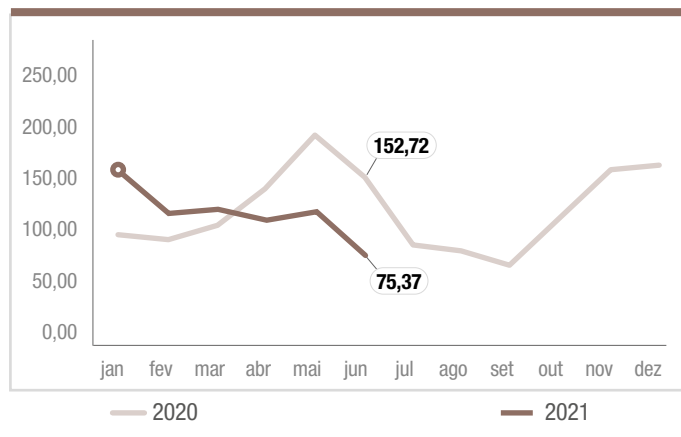


Demanda

Apesar da flexibilização da quarentena, procura segue enfraquecida em junho

Colheita da safra das secas se intensifica, e preço cai

Preços médios da batata padrão ágata especial no atacado paulistano - (R\$/sc de 50 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/21)



Oferta aumenta no PR e no Sul de MG, e colheita tem início no Sudoeste Paulista e em Cristalina (GO)

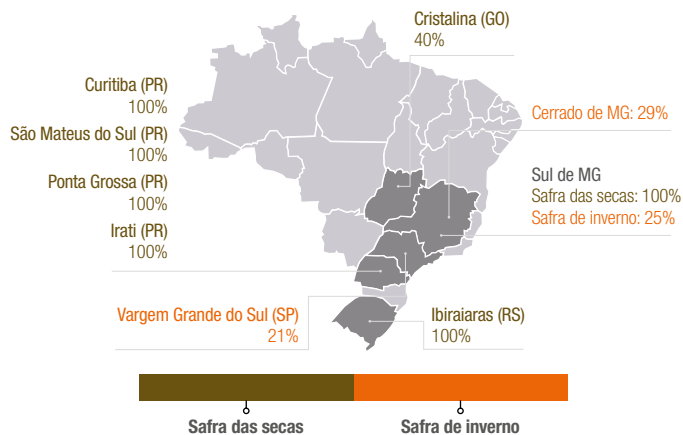


Produtividade

Clima ameno e seco favorece o bom desenvolvimento das lavouras

A queda nos preços em junho está atrelada à intensificação da colheita da safra das secas no Paraná (Curitiba, São Mateus do Sul, Irati e Ponta Grossa) e no Sul de Minas Gerais, além do início das atividades em Cristalina (GO), no Cerrado de MG e Sudoeste Paulista. No Sul de Minas, o bom volume de batata em junho se deve à concentração dos plantios em março, uma vez que as chuvas em janeiro e fevereiro impediram a atividade. Além disso, em junho, ainda havia oferta de Guarapuava (PR), devido ao atraso nos plantios de março. De acordo com colaboradores do Cepea, o clima ameno e seco nos últimos meses favoreceu o bom desenvolvimento das lavouras e o controle fitossanitário, de forma que a produtividade da safra das secas é satisfatória. Além da maior oferta, a demanda fraca em função da economia fragilizada, devido à pandemia, também refletiu na desvalorização do produto. Com isso, os preços em junho ficaram próximos aos custos de produção.

VARGEM GRANDE DO SUL INICIA COLHEITA DE INVERNO EM JULHO



Estimativa (%) de área colhida frente ao total da safra das secas (mai/20 – jul/21) e safra de inverno (jul/21)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

Com o início da safra de inverno em Vargem Grande do Sul (SP) e com outras regiões intensificando a colheita, a oferta deve aumentar em julho.



Produtividade

Clima ameno e seco foi favorável ao desenvolvimento das lavouras de Vargem Grande do Sul (SP), o que deve resultar em boa produtividade neste início de safra.



Preço

A intensificação da colheita, somada à boa produtividade, deve elevar a oferta em julho, em um cenário ainda de demanda fraca, pressionando os valores.

EM TERRA DE BATATA, QUEM USA AS MELHORES SOLUÇÕES É REI.

HOLSPRICKET



Um poderoso portfólio aliado à grandeza do produtor na missão de cultivar mais alimentos.

É por meio de um **poderoso portfólio**, com as melhores soluções em **fungicidas e inseticidas** para a cultura de batata, que a Corteva Agriscience investe em pesquisa e inovação, entregando **lavouras altamente produtivas** em todo o país e apoiando você na **missão de alimentar o Brasil**.

Participe desse movimento.

Conheça os produtos da Linha Batata e faça parte desse reinado.

#EuCultivoAlimentos

#FaçoParteDoReinado

PROTEÇÃO DE CULTIVOS

FUNGICIDAS

INSETICIDAS



Veja por que a Corteva tem as melhores soluções para a cultura da Batata.

O aumento de produtividade e rentabilidade foi observado nos campos experimentais, onde foram utilizados os produtos, seguindo corretamente as informações de dosagem e aplicação. O aumento de produtividade e rentabilidade depende também de outros fatores, como condições de clima, solo, manejo, estabilidade do mercado, entre outros.

ATENÇÃO

PRODUTO 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.

-25%

Jun/21
x
Mai/21
Cotações caem
novamente em junho

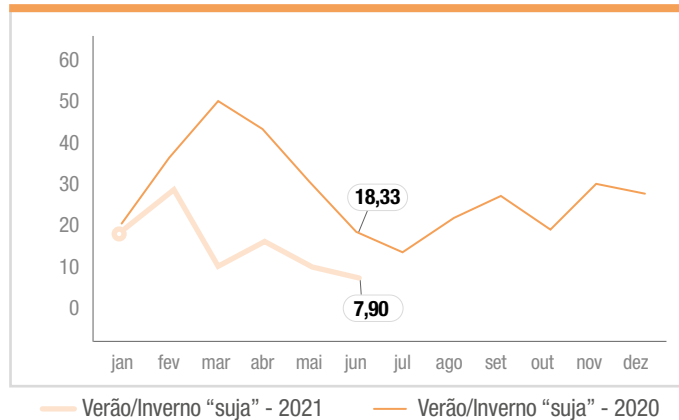


Área de inverno

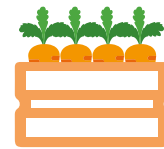
Plantio da safra de inverno é menor em 2021 frente a 2020

Oferta segue elevada em junho, e preços têm nova queda

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Colheita

Colheita da temporada de verão se encerra em julho em MG e GO



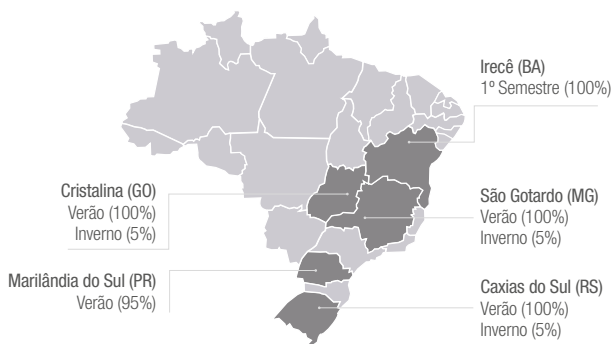
Demanda

Vendas se enfraquecem em junho por conta das restrições impostas pela pandemia em algumas regiões

Em junho, os preços da cenoura tiveram nova queda em relação a maio (com queda de 25%). Em São Gotardo (MG) e em Cristalina (GO), as principais regiões produtoras, a caixa de 29 kg de "suja" foi comercializada a R\$ 7,3 em junho. Esta média ficou abaixo dos custos de produção, devido, principalmente, à maior oferta nesses estados, reflexo do aumento da área e da produtividade (76 t/ha na média de junho). Vale ressaltar que esse cenário vem pressionando as cotações desde março. As vendas também foram limitadas pelas restrições de funcionamento de estabelecimentos em algumas localidades, uma vez em que o número de casos de covid-19 continua elevado. Na última semana do mês, os preços tiveram leve reação, já que alguns produtores estão deixando de colher para controlar a oferta, mas permaneceram baixos ao produtor. A expectativa é de que os valores voltem a subir com o encerramento da temporada de verão, a partir de julho.

COLHEITA DA SAFRA DE VERÃO SE ENCERRA EM JULHO EM QUASE TODO O PAÍS

PERSPECTIVAS



Estimativa (%) de área de verão colhida em relação ao total da safra (dez/20 – jul/21) e da área de inverno colhida em relação ao total da safra (jul/21 – dez/21)

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Colheita de inverno

Temporada de verão deve se encerrar nas principais regiões em julho. Enquanto isso, cenouras de inverno começam a ser colhidas.



Comércio

Com o avanço da vacinação contra a covid-19, vendas podem voltar a melhorar no segundo semestre.



Produtividade

Produtividade deve ser favorecida pelo clima, cenouras podem ter melhor rendimento.



MAMÃO

Analistas de mercado: *Wharley de Cássia Nunes*
Editora econômica: *Marcela Guastalli Barbieri*
hfmamao@cepea.org.br

Oferta (Jun/21)



Com clima mais ameno, oferta de havaí e formosa fica controlada na roça

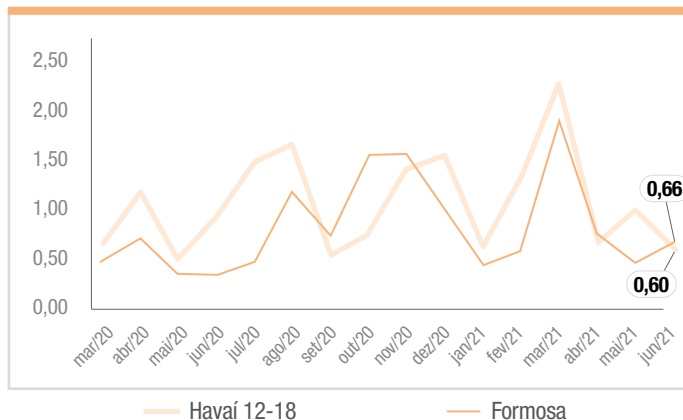
-38%



Preço do havaí recua no Sul da BA – mercado não aceita valores maiores que os do formosa

Preço do formosa sobe em junho, mas fica abaixo do esperado

Preço de mamão registrado na média das regiões produtoras (exceto RN/CE) - R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+69%



Cotação do formosa se eleva no Norte do ES



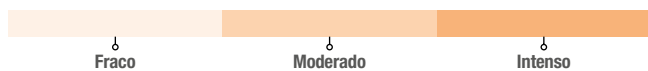
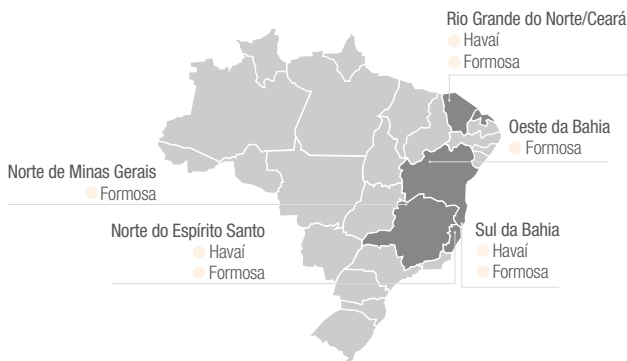
Demanda

Procura é baixa em junho, sobretudo para o havaí, que estava com preços maiores

A oferta dos mamões havaí e formosa diminuiu em junho, diante do clima mais ameno nas principais regiões produtoras. Porém, os preços do formosa não subiram como era esperado pelos produtores e ficaram, inclusive, próximos ao custo de produção estimado. Isso porque, após a valorização no início do mês, a procura pela fruta ficou reduzida. O clima mais frio e a crise econômica também impactaram a demanda. Este cenário, por sua vez, resultou em sobras da fruta em algumas propriedades perto do fim do mês.

INVERNO DEVE CONTROLAR OFERTA EM JULHO

PERSPECTIVAS



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

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta

Disponibilidade de ambas as variedades deve ser mais controlada em julho, devido ao clima mais frio nas regiões produtoras.



Preço

As cotações podem subir diante da redução constante da oferta. Contudo, produtores temem que a demanda enfraquecida restrinja as altas.



Demanda

Deve seguir enfraquecida pela crise econômica, devido à covid-19, e pelo clima mais frio nos centros consumidores.



MAÇÃ

Analistas de mercado:
Isabela Pegolo Alves e Ana Raquel Mendes
Editora econômica: Marcela Guastalli Barbieri
hfmaca@cepea.org.br

+11%



Preço da fuji 110 Cat 1 sobe após o fim da colheita nas regiões classificadoras

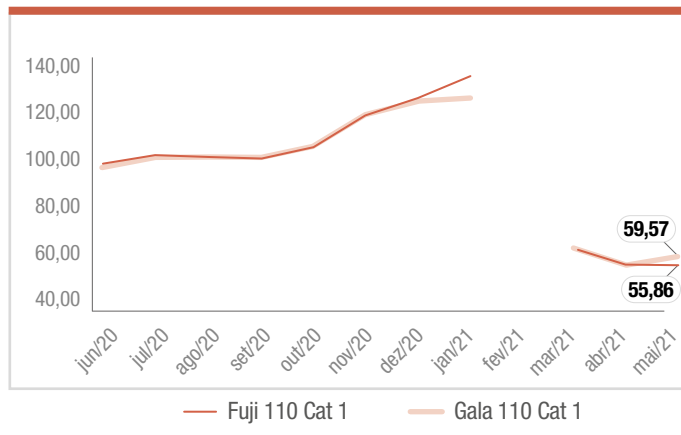


Safra 2020/21

Produção aumenta e pode chegar a 1,275 milhão de toneladas

Preço sobe, mas movimento de alta é limitado neste ano

Preços da gala e da fuji 110 Cat 1 na média das regiões classificadoras (R\$/cx de 18kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-36%



Com maior volume colhido, preço da fuji 110 Cat 1 fica bem abaixo do registrado no ano passado

R\$ 32,19/

cx de 18 kg (Jun/21)

Diante da crise econômica, demanda é maior para maçãs de preço mais “em conta”, como fuji 165 Cat 3

Os preços da maçã geralmente sobem em junho, após a finalização da colheita. Porém, neste ano, o movimento de alta esteve limitado, tendo em vista a demanda mais enfraquecida e o maior volume colhido na safra. Como grande parte da população brasileira está com o poder de compra fragilizado, diante do atual contexto econômico, muitos consumidores têm preferido adquirir frutas mais baratas ou de padrões inferiores. Com a maior oferta, os envios de maçã para a indústria de suco se mantiveram firmes em junho. Ressalta-se que, no balanço do primeiro semestre, as exportações de suco também cresceram.

EXPORTAÇÕES FECHAM 1º SEMESTRE EM ALTA

+US\$ 46,6 milhões

(janeiro a junho/21)
Balança comercial **positiva**



Fonte: Secex.

Importação

Volume: **23,6 mil** toneladas (-36%)
Gastos: US\$ **23,2** milhões (-23%)

Exportação

Volume: **92,9 mil** toneladas (+80%)
Receita: US\$ **69,8** milhões (+101%)

Fonte: Secex.

PERSPECTIVAS



Preços

Devem continuar subindo em julho, sobretudo os da gala, variedade que tem maior aceitação no mercado.



Inverno

Com tendência de ser mais intenso neste ano, inverno deve colaborar para o acúmulo de horas de frio necessário durante a dormência das macieiras no Sul do Brasil.



Indústria de suco

Com mais matéria prima para a indústria, processamento de suco e, conseqüentemente, as exportações, podem continuar crescendo nos próximos meses.



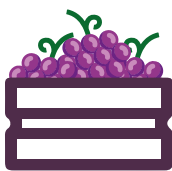
UVA

Analistas de mercado:
Bárbara Rovina Castilha e Samara Oliveira Felipe
Editora econômica: Fernanda Geraldini
hfuva@cepea.org.br

+33,9%



Devido às boas exportações e ao menor volume colhido em junho, oferta de uvas brancas sem semente recua, elevando os preços

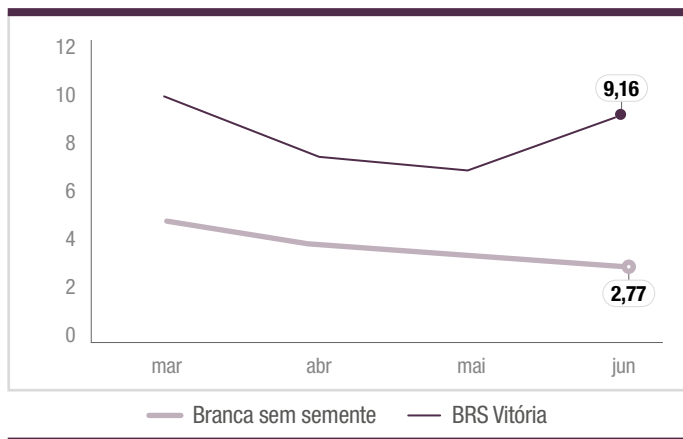


Colheita

Safr de niagara se inicia em Pirapora (MG), com expectativas de volume e qualidade satisfatórios

Com oferta mais controlada, brancas sem semente se valorizam

Preços médios da uva branca sem semente embalada e BRS vitória na roça, recebidos por produtores do Vale do São Francisco (PE/BA) (R\$/kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

R\$ 2,77/



kg (Jun/21)

Mesmo com leve redução na oferta, preços da BRS vitória no Vale do São Francisco (PE/BA) continuam baixos na roça



+98%
receita
+110,2%
volume

Exportações

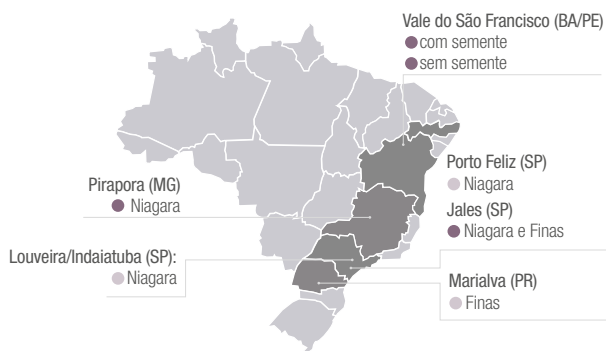
Sem restrições de volume e com boa qualidade, embarques são recordes no primeiro semestre

Fonte: Secex.

A oferta de uvas esteve um pouco mais controlada em junho. Neste cenário, os preços estiveram mais firmes, apesar de, para algumas variedades, ainda permanecerem abaixo do esperado (principalmente as com semente, além da BRS vitória e da BRS isis), devido ao mercado nacional lento. Em Pirapora (MG), onde a colheita se iniciou em junho, o volume de niagara foi baixo no início da temporada, mas a produtividade dos parreirais está satisfatória, já que o clima favoreceu o desenvolvimento dos cachos. Nas outras regiões produtoras de uva rústica - Louveira/Indaiatuba (SP) e Porto Feliz (SP) -, a safrinha já estava próxima do final em junho, o que controlou o volume, mesmo com a entrada das bagas de Pirapora.

OFERTA DEVE PERMANECER MODERADA EM JULHO

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de uva em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Exportações

A intensificação da safra europeia deve limitar os envios da uva brasileira até a abertura da janela de exportação, em setembro.



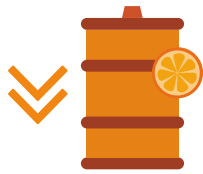
Área

Os plantios de uva, especialmente da BRS vitória e das brancas sem semente, devem continuar no Vale do São Francisco (PE/BA) em 2021.



Podas

Em meados de agosto, viticultores de Jales (SP) e Pirapora (SP) devem iniciar as podas de formação.



Processamento

Moagem se intensifica em junho, mas ainda é inferior à da temporada 2020/21

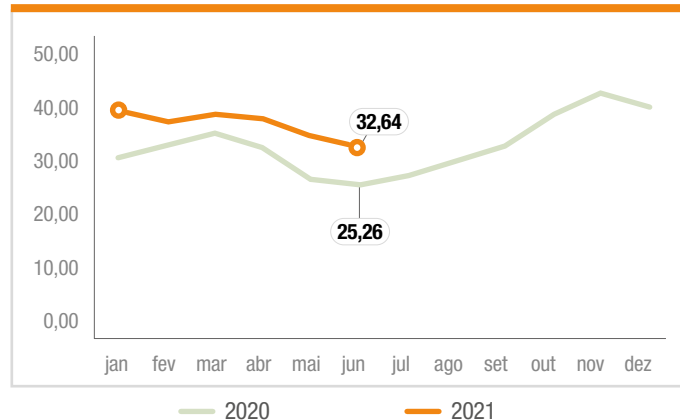


Mercado spot

Compras no *spot* estão entre R\$ 28,00 e R\$ 30,00/cx, colhida e posta em duas grandes fábricas de suco

Processamento lento mantém mercado de mesa desaquecido

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

R\$ 32,64/cx



(Jun/21)

Maior oferta, processamento lento e temperaturas mais baixas pressionam cotações da pera em SP

+46%



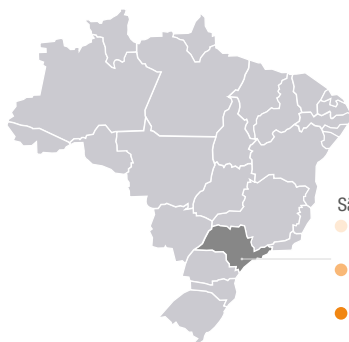
Jun/21
x
Mai/21

Com menor disponibilidade, preços da tahiti sobem mais de 6 Reais/cx no mês

Apesar da intensificação da moagem de laranja em junho, o ritmo ainda está abaixo do normal para a época, devido à temporada mais tardia. Neste cenário, as cotações da pera ainda não se elevaram no mercado doméstico. Apenas no fim do mês, quando praticamente todos os volumes disponíveis de precoces foram enviados à indústria, os preços começaram a reagir lentamente. A qualidade, por sua vez, também tem sido um entrave, devido às chuvas abaixo da média em SP. Para a lima ácida tahiti, a menor disponibilidade elevou as cotações em 46% em junho frente a maio. Quanto às exportações da tahiti, seguiram aquecidas em boa parte de junho, o que também contribuiu para a valorização da fruta no mercado nacional.

MOAGEM PODE CONTROLAR OFERTA DE LARANJA EM JULHO

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de cítricos em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Colheita

Oferta da pera deve aumentar em julho, mas intensificação do ritmo de processamento pode controlar o volume disponível.



Qualidade

As chuvas devem seguir escassas nas regiões produtoras em julho, prejudicando a qualidade e o desenvolvimento das frutas na temporada 2021/22.



Indústria

A moagem deve se intensificar em julho, com a maioria das fábricas em operação – a previsão é que 10 unidades das grandes indústrias operem nesta safra.



BANANA

Analista de mercado: *Leonardo Caires de Oliveira*
Editora econômica: *Marcela Guastalli Barbieri*
hfbanana@cepea.org.br

Oferta (Jun/21)



Ritmo de colheita da prata aumenta, sobretudo nas regiões mineiras

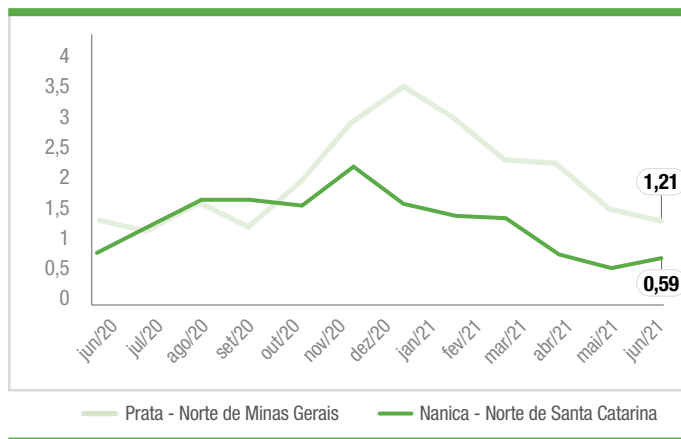


Frio

Baixas temperaturas atrasam desenvolvimento dos cachos de nanica em SP e SC

Oferta da prata começa a se elevar em junho

Preço médio da banana prata no Norte de Minas Gerais e da nanica no Norte de Santa Catarina - R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-15%



Preço da prata ano de primeira qualidade recua no Norte de MG

+21%

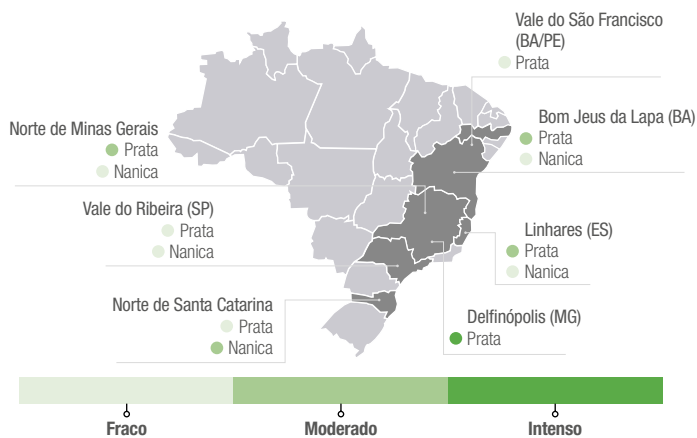


Com fim de "safra" no Vale do Ribeira (SP), cotação da nanica de primeira sobe

Com o ritmo de colheita da banana prata aumentando aos poucos, os preços recuaram nas regiões produtoras em junho. Em cenário oposto, a nanica se valorizou no mesmo período, diante do impacto das temperaturas mais baixas no Vale do Ribeira (SP) e no Norte de Santa Catarina, principais produtores da variedade. O clima frio atrasou o enchimento dos cachos e, conseqüentemente, reduziu a oferta. Apesar do aumento no preço da nanica, os retornos financeiros ainda não foram muito positivos aos produtores.

"SAFRA" DA PRATA SE INTENSIFICA EM JULHO

PERSPECTIVAS



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

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Prata

Em julho, o ritmo de colheita da prata deve seguir aumentando no Brasil, principalmente em MG, no ES e na BA.



Nanica

Com o clima mais frio em SP e SC, a qualidade pode diminuir em julho, com maior incidência de *chilling*.



Rentabilidade

Diante da maior oferta de prata e de problemas na qualidade da nanica, a rentabilidade de ambas as variedades pode ser limitada em julho.



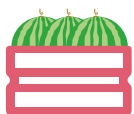
MELANCIA

Analista de mercado: *Lucas de Mora Bezerra*
Editora econômica: *Fernanda Geraldini*
hfmelancia@cepea.org.br

-15%

Jun/21
x
Mai/21

Aumento na oferta nacional pressiona cotações em GO

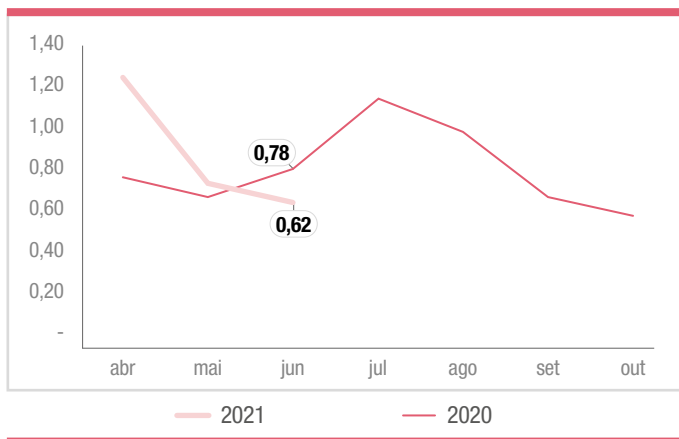


Colheita

Safra atinge pico em Goiás e se intensifica no Tocantins em junho

Preço cai, mas ainda supera os custos em junho

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Rentabilidade

da graúda (>12 kg) em Uruana (GO) em junho

0,62 (preço)
-0,35 (custo)

+R\$ 0,27/kg



Plantio

Preparo de solo para a safra principal 2021/22 se inicia em Marília/Oscar Bressane (SP)

A região de Uruana (GO) alcançou o pico de colheita de melancia em junho, ao mesmo tempo em que houve intensificação das atividades nas lavouras tocantinenses de Lagoa da Confusão e Formoso do Araguaia. Assim, a oferta nacional se elevou, pressionando os valores da fruta e limitando a rentabilidade do produtor – que, vale lembrar, foi elevada em maio. Ainda assim, as cotações da melancia estiveram acima dos custos de produção. Em Marília/Oscar Bressane (SP), produtores iniciaram os preparativos para a safra principal 2021/22, com procura por terras para arrendamento – nos casos onde a terra já estava garantida, agricultores realizaram atividades de correção de solo.

OFERTA DEVE CONTINUAR ELEVADA EM JULHO

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melancia em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Plantio

Atividade deve se iniciar em Arroio dos Ratos (RS) em julho, com as primeiras frutas previstas para serem colhidas em novembro.



Calendário

Falta de sementes em junho pode impactar no calendário de colheita em Uruana (GO).



Produtividade

Áreas irrigadas no Tocantins devem apresentar boas sanidade e produtividade”.

+3%



Mesmo diante do clima mais frio, que reduz a procura, preço do amarelo tipo 6 e 7 tem leve aumento no Vale

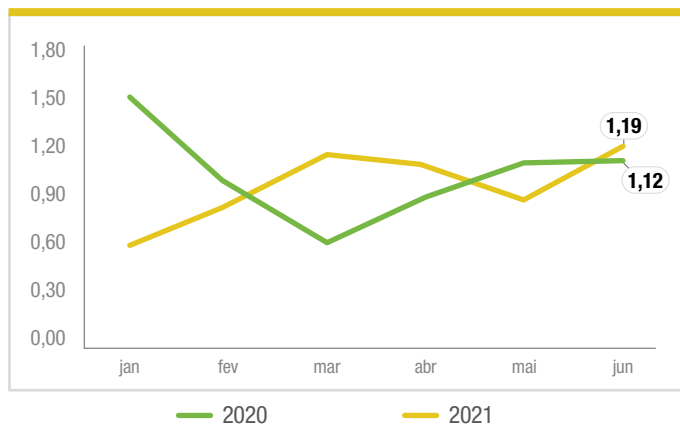
-12%



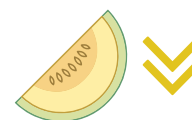
Com maior oferta de calibres menores, preço do amarelo tipo 11 e 12 recua na Ceagesp

Clima ameno controla um pouco a oferta

Preços médios do amarelo vendido a granel no Vale (BA/PE) - R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Calibre

Temperaturas amenas diminuem o ganho de tamanho da fruta nas principais regiões produtoras



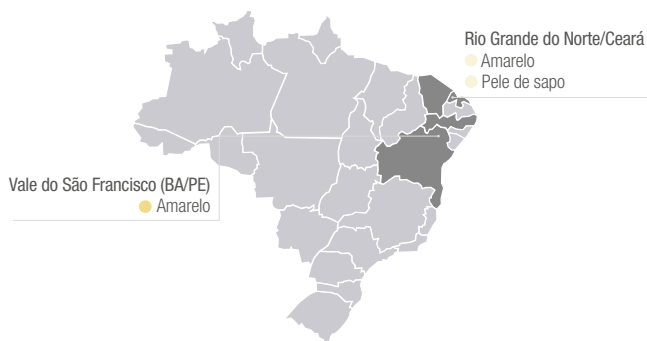
Plantio no RN/CE

A maioria dos produtores tem plantado para colher entre agosto/setembro

Em junho, os preços do melão amarelo subiram um pouco nas regiões produtoras. Isso porque houve uma ligeira queda na oferta, diante do clima mais ameno, sobretudo à noite. Porém, a comercialização lenta da fruta continuou impedindo valorizações mais expressivas, devido à crise econômica e ao frio, que afeta o consumo. Vale destacar que houve dificuldades nas vendas das frutas miúdas, por conta da maior oferta e por não serem as preferidas no mercado. Em junho, a maioria dos produtores do Rio Grande do Norte/Ceará já estava plantando para a safra 2021/22. Até o momento, as expectativas de produção estão semelhantes às da temporada passada.

OFERTA DEVE DIMINUIR EM JULHO

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita do melão no Nordeste em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Safra do Vale

Oferta começa a se reduzir gradualmente no Vale em julho, devido ao clima frio, que “segura” a maturação, e à chegada da safra do RN/CE.



Menores calibres

O clima mais frio deve continuar limitando o ganho de tamanho da fruta em julho, o que deve manter a oferta de miúdas elevada.



Safra do RN/CE

Poucos produtores podem colher no fim do mês, e a safra 2021/22 deve começar efetivamente em agosto na região.



Oferta

Ritmo de colheita da tommy diminui no Nordeste, mantendo os preços acima dos custos, mas com margens apertadas



+48%
Receita
+47%
Volume

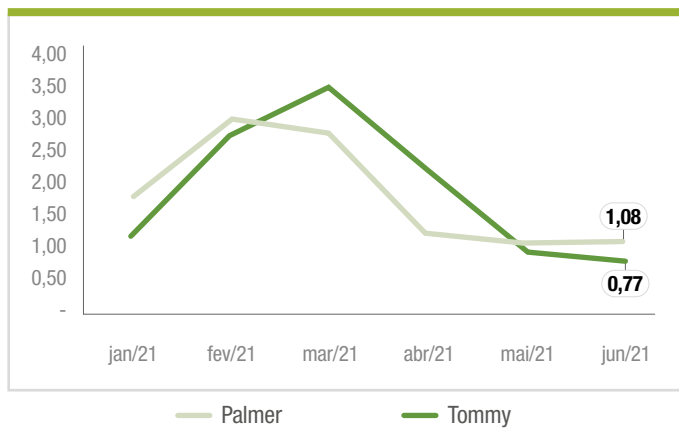
Exportações

Envios são recordes no primeiro semestre

Fonte: Secex.

Palmer continua em movimento de queda em junho

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-28,6%
 Jun/21
 x
 Mai/21

Maior oferta de palmer pressiona cotações no Vale do São Francisco (PE/BA)



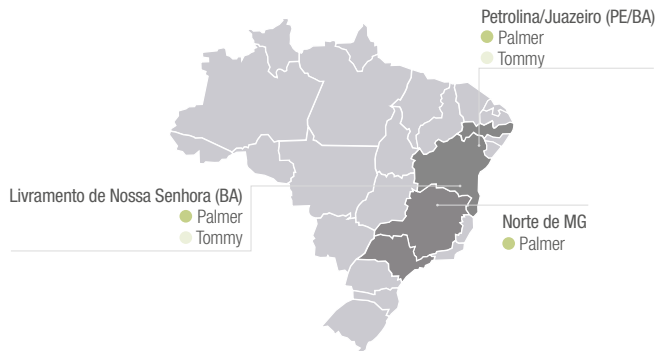
Florada

Geadas atingem pomares de Monte Alto/Taquaritinga no fim de junho; danos ainda não foram dimensionados

Mesmo com as condições climáticas mais favoráveis em 2021, os custos de produção de manga estão em alta no Vale do São Francisco (PE/BA), devido à influência do dólar sobre os valores dos insumos. Quanto aos preços, pesam negativamente a oferta nacional elevada e a redução da procura (em decorrência da crise econômica enfrentada pelo País, das temperaturas mais baixas e da maior diversidade de frutas a preços mais atrativos no mercado), o que deixou a rentabilidade da palmer negativa e as cotações da tommy muito próximas dos custos. Na região de Monte Alto/Taquaritinga (SP), os pomares já estavam floridos em junho – neste ano, as primeiras flores surgiram mais cedo, devido à queda das temperaturas médias na região antes do esperado.

OFERTA DE PALMER DEVE CONTINUAR ELEVADA EM JULHO

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de manga em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Área

Apesar dos preços baixos nos últimos meses, investimentos em novos plantios devem continuar no Nordeste no 2º semestre.



Exportações aos EUA

Com a proximidade do início da temporada de exportações aos EUA, inspetores do USDA devem vir ao Brasil em julho.



Colheita

Colheita de palmer deve se intensificar no semiárido em julho, com o pico previsto para a partir de setembro.



SIVANTO[®]

prime 200 SL

**Para controlar a mosca
branca e obter bons
resultados na colheita,
só unindo forças.**

Com a união do Sivanto[®] Prime, o novo inseticida da Bayer que controla mosca branca, e do portfólio de tomates Seminis, a lavoura fica protegida e, ainda, apresenta a uniformidade, a firmeza, o vigor e as resistências dos híbridos que se adaptam às diversas regiões.

ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Uso agrícola. Venda sob receituário agrônômico. Consulte sempre um agrônomo. Informe-se e realize o manejo integrado de pragas. Descarte corretamente as embalagens e os restos dos produtos. Leia atentamente e siga as instruções contidas no rótulo, na bula e receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual.




**Tomate
Coronel**



**Tomate
Compack**



www.seminis.com.br



PROTEÇÃO E INOVAÇÃO QUE EVOLUEM.

Agora você conta com o **Orkestra® SC** também para proteção dos tubérculos em aplicação no sulco de plantio de batata. Confira as soluções BASF no sulco da batata e conte com nosso portfólio completo:

FUNGICIDA

Orkestra® SC

Alvo: *Mancha de asfalto (Rhizoctonia solani)*

- . Alta eficiência no controle da *Rhizoctonia solani*;
- . Duplo mecanismo de ação para o melhor controle e manejo da resistência;
- . Efeito fisiológico positivo: maior produtividade, qualidade e rentabilidade da lavoura.

Biológico (Organismo Biológico)

Alvo: *Fungos*

Duravel®

- . Resíduo "zero";
- . Contribui para o manejo de resistência dos fungos;
- . Melhor produtividade, qualidade e rentabilidade da produção.

Inseticidas

Alvo: *Larva-alfinete (Diabrotica speciosa)*

Regent® Duo

- . Duplo mecanismo de ação: choque e residual;
- . Altamente seletivo para o cultivo;
- . Atua em diferentes fases do desenvolvimento das pragas e reduz a infestação;
- . Excelente no manejo de resistência.

Regent® 800 WG

- . Utilizado desde o preparo do solo;
- . Efetivo no controle da *Diabrotica speciosa*;
- . Altamente seletivo para o cultivo;
- . Contribui para um melhor estande da lavoura.



☎ | © 0800 0192 500

📘 BASF.AgroBrasil

🌐 BASF Agricultural Solutions

▶ BASF.AgroBrasilOficial

🌐 agriculture.basf.com/br/pt.html

🏠 blogagro.basf.com.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 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. UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL. REGISTRO MAPA: ORKESTRA® SC Nº 08813, DURAVEL® Nº 22718, REGENT® 800 WG Nº 005794 E RÉGENT® DUO Nº 12411.