

**LIDERANÇA**  
**CASCA-GROSSA**



ABÓBORA  
**TAKAYAMA F1**

**TOPSEED**  
*Premium*  
TECNOLOGIA EM SEMENTES

Mala Direta Postal

**Básica**

0000/2012 - DR/XXXXY

Cliente

...CORREIOS...

**IMPRESSO**

**Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ**

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

Tel: 19 3429.8808 - @hfbrasil

E-mail: hfbrasil@cepea.org.br



Muito mais que uma publicação, a **Hortifruti Brasil** é o resultado de pesquisas de mercado desenvolvidas pela Equipe Hortifruti do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq/USP.

As informações são coletadas através do contato direto com aqueles que movimentam a hortifruticultura nacional: produtores, atacadistas, exportadores etc. Esses dados passam pelo criterioso exame de nossos pesquisadores, que elaboram as diversas análises da **Hortifruti Brasil**.

# ABÓBORA TAKAYAMA F1

A **Abóbora Takayama** é líder de mercado há muitos anos. É imbatível em rusticidade, produtividade, peso e pós-colheita.

- Frutos grandes e uniformes
- Alta produtividade
- Maior espessura de polpa
- Resistência: Foc\*

*Foc - Fusarium oxysporum f. sp. cucumerinum*



Acesse e confira o vídeo  
dessa cultivar imbatível!



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA  
— VENDA PROIBIDA —

hbrasil@ceg.br



## O CONSUMIDOR NO PÓS-PANDEMIA

Pandemia caminha para o fim, mas mudanças de consumo nos últimos dois anos devem ser permanentes

A VIDA NO CAMPO PEDE  
CONFIANÇA E RESULTADO.

RIDOMIL GOLD®  
A MELHOR PERFORMANCE  
CONTRA MÍLDIO E REQUEIMA,  
COM UMA NOVA FORMULAÇÃO.



Ridomil Gold® WG. Reconhecidamente o melhor.

c.a.s.a.  
0800 704 4304

[www.portalsyngenta.com.br](http://www.portalsyngenta.com.br)

PARA RESTRIÇÃO DE USO NOS ESTADOS, CONSULTE A BULA.



 **RidomilGold**®  
WG

syngenta.

**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



Carol Ribeiro (à esq.), Daiana Braga e Lucas Bezerra são os autores da matéria sobre o atual consumo na pandemia.

**MUDANÇAS DO CONSUMIDOR DEVEM SER PERMANENTES, MESMO COM O FIM DA PANDEMIA**

É consenso que o mundo se transformou sem precedentes após dois anos de pandemia de covid-19. Agora, a expectativa é grande para que a Organização Mundial da Saúde (OMS) finalmente declare, ainda em 2022, o fim do período pandêmico, mudando o status para endemia.

E, mesmo que a crise sanitária definitivamente se encerre, importantes consultorias globais já indicam que muitos comportamentos adquiridos por consumidores nos últimos dois anos devem persistir no pós-pandemia. Conforme mencionado no relatório "A Fresh Start?", da *Fruit Logistica*, a pandemia intensificou demandas de consumidores, que, na verdade, já estavam em jogo nos últimos tempos. Comércio *on-line* de alimentos, consumo de alimentos com apelo saudável, preocupação com a segurança do alimento e com questões ambientais e sustentáveis e preferência pelo mercado local são os principais comportamentos da população que devem ser permanentes nos próximos anos.

Desde o início da pandemia, em março de 2020, a **Hortifruti Brasil** tem realizado a cobertura dos impactos da covid-19 sobre o consumo e o consumidor, além das novas modalidades de negócio no setor hortifrutícola e as principais tendências. Assim, agora, é possível analisar quais foram as mudanças nos hábitos de consumo da população, levando-se em conta análises dos períodos de pré-pandemia e projeções do que se espera para 2022, com a possível volta ao "normal".

O grande desafio após a chegada da pandemia foi o de repensar a experiência do cliente em diferentes canais de compra (sejam físicos ou virtuais), atrelando as demandas deste consumidor, cada vez mais informado e conectado, a um mercado bastante exigente em termos de sustentabilidade. Cabe ao setor de HF estar preparado para atender a estas diferentes necessidades, pensando em seu público de forma cada vez mais personalizada.

**AGRICULTURA 4.0,**  
GERAÇÃO DE DADOS EM TEMPO  
REAL, USO DE EQUIPAMENTOS  
AUTÔNOMOS E MONITORAMENTO  
DE MÁQUINAS E DE  
EQUIPAMENTOS AGRÍCOLAS.



**Tudo isso e muito mais  
no MBA em Agronegócios  
USP/Esalq.**

*Saiba mais em*  
[www.mbauspesalq.com](http://www.mbauspesalq.com)

*Inscrições abertas!*

[queroinfos@pecege.com](mailto: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 Palmieri,  
Marina Marangon Moreira,  
Marcela Guastalli Barbieri e  
Margarete Boteon

## EDITORA EXECUTIVA

Daiana Braga Mtb: 50.081

## JORNALISTA RESPONSÁVEL

Alessandra da Paz Mtb: 49.148

## REVISÃO

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

## EQUIPE TÉCNICA

Deborah Tiemi Kubo, Isabela Camargo  
Gonçalves, Isabela Pegolo Alves, João Victor  
Vicentin Diogo, Júlia Perón Baroni,  
Laleska Rossi Moda, Larissa Costa Angeli,  
Laura Cestarioli, Leonardo Caires de Oliveira,  
Lucas de Mora Bezerra, Luisa Costa Purchio,  
Maíra Pereira Kanegae, Patrick Berquó,  
Samara Oliveira Felipe, Paula Nasato Benatti,  
Pedro Angelo Almeida Franco,  
Uriel Tiago Picinato de Assis, Vitor Provinciatto  
Gonçalves e Wharlhey de Cássia Nunes

## APOIO

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários  
Luiz de Queiroz

## CAPA E DIAGRAMAÇÃO

dBit Visual Arts  
11 95425.0560

## IMPRESSÃO

Grafilar  
19 3012.5700

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>14</u>	BATATA
	<u>18</u>	CENOURA
	<u>19</u>	CEBOLA
	<u>20</u>	TOMATE
	<u>21</u>	ALFACE
	<u>22</u>	MELANCIA
	<u>23</u>	MAÇÃ
	<u>24</u>	MAMÃO
	<u>25</u>	MELÃO
	<u>26</u>	UVA
	<u>28</u>	MANGA
	<u>29</u>	BANANA
	<u>30</u>	CITROS



## CAPA 08

A matéria de capa desta edição mostra as tendências de comportamento dos consumidores no pós-pandemia e analisa os reflexos no setor de frutas e hortaliças.

## HF BRASIL NA REDE



hfbrasil.org.br



@revistahortifrutibrasil



@hfbrasil



Hortifruti Brasil



19 99128.1144



@hfbrasil



**FMC**  
**TEM**  
*Soluções*

PROGRAMA

*Colha+*  
*Sustentabilidade*

SOLUÇÃO COMPLETA PARA SUA  
PRODUÇÃO CRESCER PROTEGIDA



\*Consulte a bula dos produtos para confirmar as culturas registradas.

AGORA, VOCÊ PODE CONTAR  
COM O PROGRAMA COLHA+  
SUSTENTABILIDADE DA FMC

A FMC, como uma empresa de pesquisa e desenvolvimento, está sempre buscando ferramentas para auxiliar o produtor de hortifrúti do momento do plantio até a colheita. Juntos, podemos unir nossa inovação a toda sua dedicação com o cultivo.

Inseticidas:

**VERIMARK®**

**BENEVIA®**

**PREMIO®**

**AVATAR®**

**TALSTAR®**

Fungicidas:

**ZIGNAL®**

**ROVRAL®**

**GALBEN®-M**

**REGALIA® MAXX**

**AUTHORITY®**

Nematicida Biológico:

**QUARTZO®**

Herbicida:

**REATOR®**

Biopotencializadores:

**SEED+™**

**CROP EVO®**



**FMC**

An Agricultural  
Sciences Company

[www.fmcagricola.com.br/hf](http://www.fmcagricola.com.br/hf)

Copyright © Outubro 2021 FMC. Todos os direitos reservados.

**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.



## Perdeu o recadastramento?

### Saiba como continuar a receber a revista Hortifruti Brasil!

A partir de março deste ano, a equipe Hortifruti/Cepea começou a enviar a revista somente aos leitores que se recadastraram em nossos canais, para garantir o recebimento em 2022. Mas caso você tenha perdido o prazo de recadastramento, saiba que ainda é possível voltar a receber a revista gratuita, todos os meses! Para isso, tenha o seu código de assinante (está no verso da revista, junto com seu nome e endereço), acesse o canal ainda disponível em nosso site (<https://www.hfbrasil.org.br/portalthorti/recadastro>) e garanta o seu recebimento. Mas se você quer se tornar um novo leitor da revista impressa, em breve teremos a abertura de novas cotas de assinantes nos próximos meses – será nosso presente para comemorar os 20 anos da revista. Fique de olho a partir da edição de abril, no site e nas redes sociais, que teremos muitas outras novidades para comemorar estes 20 anos de revista!



## Exportações mundiais de frutas podem ser afetadas pela guerra entre Rússia e Ucrânia?

Por Fernanda Geraldini

O fluxo de frutas no mercado internacional deve ser impactado pela guerra entre a Rússia e a Ucrânia, segundo notícias veiculadas no portal *Fresh Plaza*. Importadores foram notificados de que os contêineres destinados à Rússia seriam temporariamente bloqueados, já que as companhias de navegação estão cancelando suas rotas para o país. Assim, muitas frutas que seriam destinadas ao mercado russo podem começar a ser comercializadas em outros destinos, principalmente no continente europeu, o que pode resultar em excedente de oferta para algumas frutas. Por enquanto, agentes locais não relatam forte influência, mas não descartam reflexos. Por exemplo, a Rússia é um grande mercado para as uvas da Índia, e os contêineres que já estavam a caminho no início de março estão sendo aceitos pelos clientes. Porém, exportadores indianos não devem realizar novos carregamentos para os russos, devendo redirecionar sua produção para outros destinos.

**Fonte:** *Fresh Plaza*.

## A HF Brasil por aí

### Pesquisadora da HF Brasil realiza palestra de manga em Petrolina



A pesquisadora de frutas do Hortifruti/Cepea Fernanda Geraldini, esteve no dia 15 de março em Petrolina (PE), a convite da UPL. Na ocasião, Fernanda realizou palestra sobre perspectivas para o mercado de manga em 2022 para produtores e agentes do setor. No geral, a mangicultura vem registrando aumentos sucessivos de área na região. Até meados de 2020, as justificativas para os incrementos eram a boa rentabilidade e os envios internacionais positivos. Desde o ano passado, porém, a rentabilidade da cultura não foi suficiente para incentivar altas nos investimentos para o mercado doméstico, mas exportadores ainda continuam investindo, principalmente em variedades sem fibra, devido à boa demanda externa.



# Versatilidade para a sua lavoura, facilidade para você.

INVOSSCRICKET



## Delegate<sup>®</sup>

Jemvelva<sup>™</sup> active

**INSETICIDA**

### Agora, Delegate<sup>®</sup> protege mais de 70 culturas em hortifrúti.

O **inseticida multipremiado** da Corteva Agriscience é o seu aliado para **combater os danos** e os prejuízos causados pelas pragas de diferentes culturas. Só ele protege mais de **70 culturas** aprovadas em bula, assim, a rotação de ativos e o manejo de resistência das suas lavouras ficam ainda mais completos.



Confira o portfólio  
completo da  
Linha Citros



Amplo espectro  
de ação



Poder  
de choque



Longo  
residual



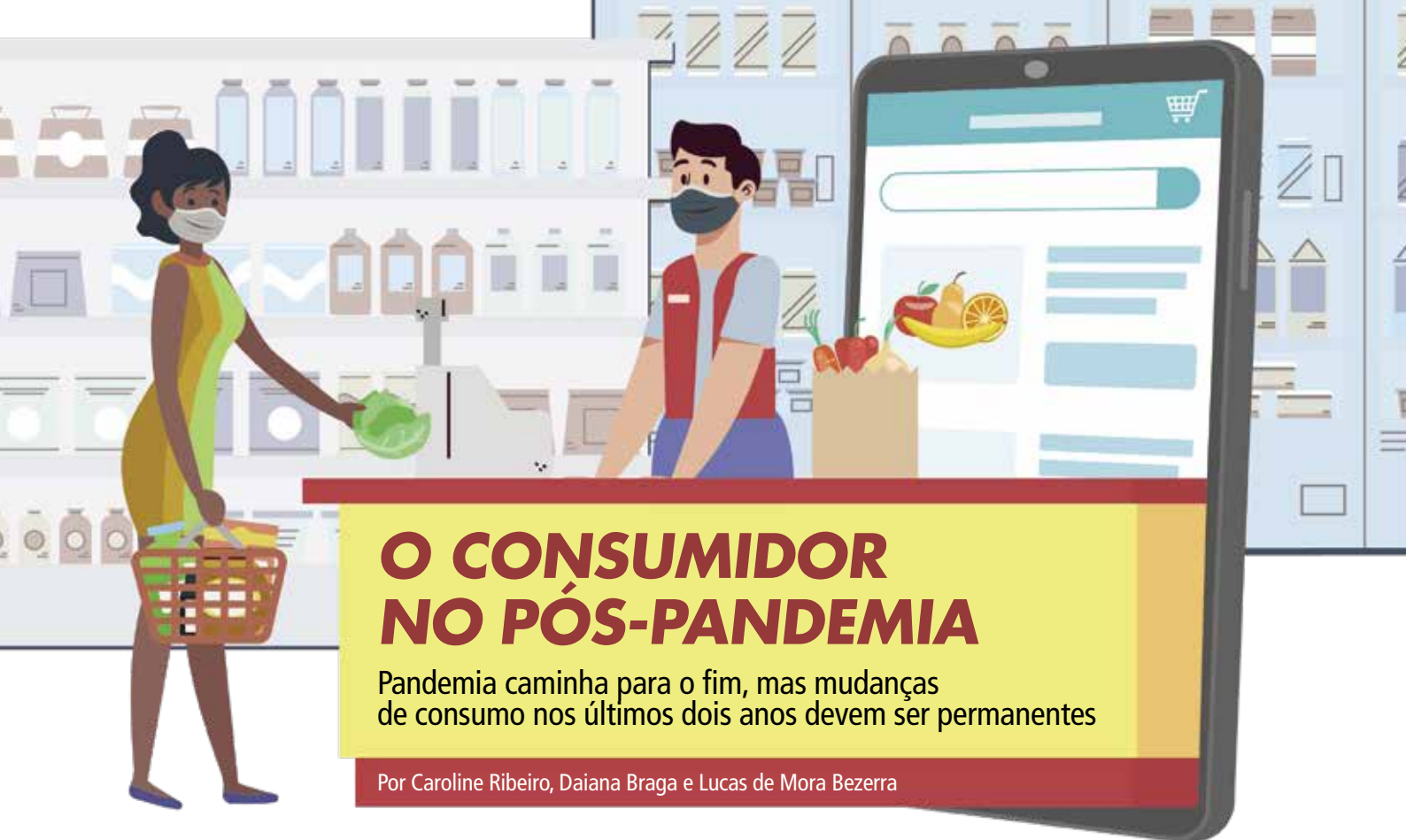
Exclusivo



Menor intervalo  
de segurança

## ATENÇÃO

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



# O CONSUMIDOR NO PÓS-PANDEMIA

Pandemia caminha para o fim, mas mudanças de consumo nos últimos dois anos devem ser permanentes






Por Caroline Ribeiro, Daiana Braga e Lucas de Mora Bezerra

A expectativa é grande para que a Organização Mundial da Saúde (OMS) declare o fim da pandemia de covid-19 em 2022 – provavelmente, o status da situação da doença deve ser alterado para endemia. E, mesmo que a crise sanitária definitivamente se encerre, importantes consultorias globais já indicam que

muitos comportamentos adquiridos por consumidores nos últimos dois anos devem persistir no pós-pandemia. Nesta edição da **Hortifruti Brasil**, a equipe da HF faz uma tradução das tendências de consumidores e esmiúça seus reflexos no setor nacional de frutas e hortaliças.

## 5 HÁBITOS QUE DEVEM PERSISTIR NO PÓS-PANDEMIA

Os principais hábitos de consumo que continuam após o encerramento da crise sanitária, segundo grandes consultorias, são:

- 1 Comércio *on-line* de alimentos.**  Consumo de alimentos frescos com apelo saudável, sobretudo dos que fortalecem o sistema imunológico.
- 2**  Consumo de alimentos frescos com apelo saudável, sobretudo dos que fortalecem o sistema imunológico.
- 3 Segurança do alimento.**  Segurança do alimento.
- 4 Mercado local e compra direta do produtor.**  Mercado local e compra direta do produtor.
- 5 Apelos ambiental e sustentável.**  Apelos ambiental e sustentável.



1

## COMÉRCIO *ON-LINE* DE ALIMENTOS



### IR ÀS COMPRAS É COISA DO PASSADO? CONSUMIDOR SE ADAPTA (E MUITO BEM!) AO COMÉRCIO VIRTUAL DE ALIMENTOS

O comércio digital de alimentos esteve em ritmo acelerado em 2020 – o que, inclusive, gerou muitas dificuldades aos agentes de mercado que ainda não estavam familiarizados com esta modalidade –, ganhou ainda mais força em 2021 e vem se consolidando em 2022, sendo já hábito de boa parte da população. Conforme o relatório “*A Fresh Start?*”, publicado pela *Fruit Logística* em junho de 2021, o *e-commerce* de alimentos figura entre os principais efeitos de longo prazo gerados pela pandemia sobre as vendas globais de produtos frescos.

Mesmo com o retorno dos trabalhadores aos escritórios e com a reabertura total do *food service*, pesquisas indicam que a população deve continuar realizando compras de forma virtual, em sites, aplicativos (como o WhatsApp), *delivery*, *take away* (compra antecipada para retirada no local) e serviços de assinatura – como é o caso dos produtos do *BeGreen*, um clube de assinaturas que entrega hortaliças frescas diretamente nas casas de seus clientes em diversas cidades brasileiras, de acordo com o pacote contratado (semanal ou quinzenal).

O estudo “Consumo Online no Brasil”, realizado em outubro de 2021 pela Edelman, agência global de comunicação, e encomendada pelo PayPal, aponta que um em cada quatro brasileiros pretende continuar fazendo compras *on-line* diariamente, mesmo após a pandemia. Antes do período de isolamento começar, em março de 2020, cerca de 35% dos brasileiros eram adeptos das compras *on-line* diárias ou semanais, número que saltou para 57% após 20 meses de pandemia e que deve se consolidar em 55% quando a crise sanitária se encerrar. E a categoria “alimentos e restaurantes” está no topo da lista destes consumidores, com 87,9%, seguida por “supermercados e farmácias”, com 72% dos respondentes afirmando que realizam aquisições nestes segmentos. Os motivos principais? A economia de tempo e a comodidade da experiência.

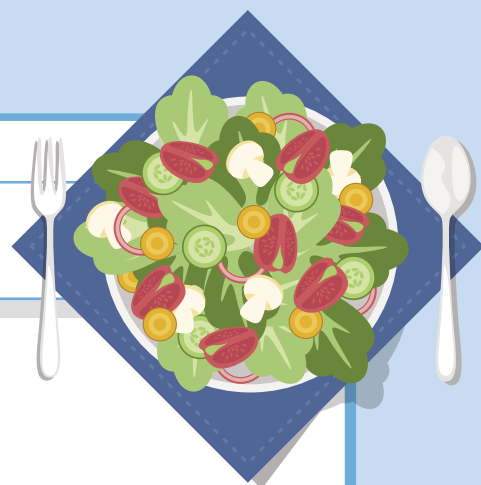
De acordo com o relatório global *Omnichannel*, da Kantar (atualizados até setembro/21), o desempenho do comércio eletrônico cresceu em 2021, mesmo com a maior flexibilização das medidas de isolamento. No Brasil, a penetração das vendas *on-line* saltou de 4% em 2019 para 13% em 2021, devido à conquista de mais clientes fiéis ao canal – pelo qual adquirem, também, alimentos e bebidas. Até mesmo consumidores mais idosos, segundo a pesquisa “Principais tendências globais de consumo 2022”, da *Euromonitor International*, se familiarizaram com esta modalidade de compra durante os períodos mais críticos de isolamento e, agora, sentem-se confortáveis para continuar utilizando estes serviços.

No entanto, a Kantar reforça que o consumo fora de casa já tem se recuperado, conforme a população recobra a sensação de segurança em voltar ao convívio social. Isto quer dizer que as empresas, tanto o varejo quanto os serviços de alimentação, devem repensar suas estratégias de vendas para este e para os próximos anos, direcionando-as conforme a evolução da crise sanitária e as necessidades de seus clientes, mantendo a qualidade do serviço oferecido presencial ou virtualmente.



# 2

## SAÚDE NO PRATO!



### ALIMENTOS NUTRITIVOS E FUNCIONAIS SEGUEM NAS LISTAS DE COMPRAS

Não é de hoje que se fala sobre a importância do fator saudabilidade para o bem-estar físico e mental da população. E, em tempos de covid-19, esse assunto ganhou ainda mais destaque, já que os hortifrúti são importantes aliados para o fortalecimento do sistema imunológico. Segundo a OMS, a recomendação é de ingestão diária de cinco porções variadas (400 gramas) de frutas e hortaliças. Embora não evitem doenças, de forma isolada, infectologistas apontam que a combinação de bons hábitos alimentares, exercícios físicos, redução de estresse e horas adequadas de sono são aspectos imprescindíveis para a prevenção de problemas de saúde e para a manutenção do equilíbrio do corpo.



No Brasil, dentre as três principais tendências gastronômicas para o mercado de *food service* em 2022, identificadas em pesquisa da *Galunion*, comida saudável e produtos feitos com ingredientes naturais lideram as preferências dos entrevistados, com 69% e 37%, respectivamente

– sendo as saladas os principais alimentos considerados saudáveis, por 96% dos respondentes.

Neste cenário, além do consumo de frutas e vegetais *in natura*, o uso de ingredientes nutritivos e funcionais em bebidas também deve estar em alta em 2022. Segundo relatório anual produzido pela rede de supermercados norte-americana *Whole Foods*, que comercializa produtos naturais, o hibisco, bastante utilizado em chás, devido às suas propriedades benéficas à saúde, agora tem sido incorporado a outros produtos, como iogurtes e geleias de frutas.

Assim, o mercado mundial tem buscado oferecer diversas características de ingredientes, incluindo diferenciação de fibras alimentares, intolerâncias à lactose e ao glúten, prebióticos e probióticos, a fim de atender este público. Esta tendência dos ingredientes funcionais também foi apontada pela *Euromonitor International*, a qual indica que as empresas têm investido em tecnologia para poder oferecer produtos personalizados às necessidades de consumidores.

# 4

## MERCADO LOCAL

### QUANTO MAIS PERTO, MELHOR: VALORIZAÇÃO DA PRODUÇÃO LOCAL E FAZENDAS URBANAS SE DESTACAM

Mesmo com o pleno funcionamento da cadeia de abastecimento de alimentos nas fases mais críticas de isolamento social, o mercado de hortifrúti foi prejudicado pela queda na demanda – já que, com a redução das idas da população às compras, os produtos menos perecíveis acabavam sendo prioridade. Foi neste cenário que o comércio local de alimentos ganhou espaço, tanto pela proximidade quanto pela possibilidade de se adquirir HF's frescos.

E, segundo projeções da *Fruit Logistica*, o fornecimento local deve continuar em alta em todo o mundo neste ano, abrindo espaço para produções dentro das cidades, em estufas tradicionais ou por meio da agricultura indoor (controlada por Inteligência Artificial). No Brasil, as primeiras folhosas produzidas em sistema CEA (*Controlled Environment Agriculture*), em parceria entre a Embrapa Hortaliças e





# 3

## SEGURANÇA DO ALIMENTO

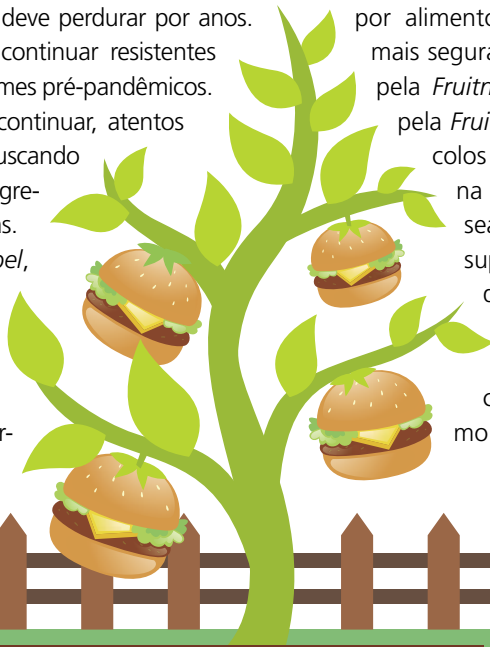


### MUNDO É MAIS EXIGENTE COM A PROCEDÊNCIA E SEGURANÇA DO ALIMENTO QUE ESTÁ CONSUMINDO

Ainda que a OMS possa alterar ainda em 2022 o status da crise sanitária – de possivelmente pandemia para endemia –, a doença deve perdurar por anos. Assim, muitas pessoas devem continuar resistentes em voltar plenamente aos costumes pré-pandêmicos. Estes consumidores tendem a continuar, atentos aos alimentos que adquirem, buscando informações sobre fontes de ingredientes de produtos, entre outras.

O movimento *clean label*, ou rótulo limpo (referente a produtos que praticamente não contêm ingredientes desconhecidos ao consumidor, como corantes e conser-

vantes), bastante conhecido lá fora, começa a evoluir no Brasil. Nesse sentido, a preferência aumenta por alimentos frescos embalados, que passam mais segurança aos consumidores. Estudo feito pela *Fruitnet Media International* e publicado pela *Fruit Logistica* detecta que novos protocolos de segurança levaram a mudanças na forma como os produtos são manuseados em cada estágio da cadeia de suprimentos – desde a produção até a distribuição, venda e consumo. Além disso, preocupações quanto à imunidade tendem a manter firme o consumo de alimentos saudáveis, como as frutas e hortaliças.



a empresa 100% Livre (varejista de hortifrúteis), chegaram ao mercado paulistano no início de 2021, com hortaliças e condimentares cultivados, em sistemas de fazenda vertical e *plant factory*, em uma unidade próxima ao centro da cidade de São Paulo. De acordo com a Embrapa, este modelo permite o cultivo de espécies vegetais em locais fechados e dentro de centros urbanos, mostrando-se como mais uma alternativa de produção – sem o objetivo de substituir os sistemas convencionais ou orgânicos, mas, sim, aproveitando espaços subutilizados nas grandes cidades, reduzindo gastos com logística e, especialmente, combatendo as perdas por transporte

ou perecibilidade dos alimentos.

Uma grande rede varejista do Reino Unido, a *Marks and Spencer* (M&S), em parceria com a plataforma agrícola urbana *Infarm*, oferta aos clientes folhosas e ervas frescas cultivadas e colhidas na própria loja. De acordo com o cofundador da *Infarm*, este projeto, além de oferecer produtos com melhores sabor, qualidade e frescor, colabora com soluções mais sustentáveis à agricultura.

Esta tendência também é apontada pelo *Whole Foods* como grande aposta para 2022, já que a produção de alimentos dentro das cidades tem a logística facilitada, favorece a oferta ao varejo de alimentos frescos (reduzindo desperdícios) e, ainda, reduz a emissão de carbono. Segundo a *Euromonitor*, jardins em terraços ou o reaproveitamento de locais que possam ser transformados em “espaços verdes” são alternativas para a oferta de produtos de origem local aos residentes das grandes cidades.



# 5

## SUSTENTABILIDADE



### SUSTENTABILIDADE E SAUDABILIDADE DEVEM CONTINUAR NO TOPO DO RADAR NOS PRÓXIMOS ANOS

A crise sanitária desde 2020 tem despertado no consumidor uma atenção maior em saúde e sustentabilidade. Nesse sentido, muitas pessoas passaram a buscar produtos que sejam melhores à saúde, mas também ao meio ambiente.

Pesquisa da Kantar evidencia que consumidores têm optado cada vez mais por embalagens e produtos sustentáveis e combatido o desperdício. Até o final de 2021, estes consumidores representavam apenas 8% da população brasileira, mas esta participação vem crescendo desde 2019, devendo corresponder por um em cada cinco consumidores nos próximos 10 anos. Em termos mundiais, as projeções indicam que mais da metade (56%) da população terá este perfil no decorrer da década.

A terceira edição do *Global Consumer Insights Survey*, realizada pela PwC entre outubro e dezembro de 2021, reforça a preocupação da população com a sustentabilidade. O estudo mostra que 42% dos consumidores no mundo se consideram sustentáveis e avaliam a origem

e o tipo de produto que estão consumindo. Foram ouvidos 9.370 consumidores de diferentes países, incluindo o Brasil, sobre a mudança de hábitos de consumo. A maioria dos participantes foi de *millennials* e da geração X, com idade entre 25 e 53 anos.

Devido aos resultados positivos à saúde e também ao impacto ambiental, cresce a adesão de consumidores atraídos por alimentos à base de plantas. Uma alimentação *plant-based* (basicamente de vegetais, em substituição à proteína animal) tem conquistado não só pessoas que querem eliminar ou reduzir cada vez mais o consumo de carne, mas também os carnívoros! Conforme estudo do *The Good Food Institute* (GFI), em parceria com o Ibope, que avaliou a evolução deste mercado no Brasil, bem como as demandas dos consumidores da categoria, metade da população entrevistada afirmou ter reduzido o consumo de proteína animal em 2020 – sendo que 47% destas substituições são feitas exclusivamente por legumes, verduras e grãos.



### OPORTUNIDADES E DESAFIOS AO SETOR DE HF



#### OPORTUNIDADES

- ✓ Oferecer facilidades nas compras dos clientes, seja no varejo físico ou virtual;
- ✓ Maior adequação de consumidores à tecnologia e a novas formas de comercialização;
- ✓ Mais tempo para que as empresas se preparem para atender virtualmente, melhorando a qualidade dos serviços;
- ✓ Foco na saúde beneficia os HFs;
- ✓ Roças “mais próximas” das cidades, favorecidas pelas novas formas de produção.





# SETOR PRECISA ESTAR PREPARADO PARA ATENDER AS DIFERENTES NECESSIDADES DO CONSUMIDOR

Alimentação saudável, comércio eletrônico, foco no consumo local, preocupações quanto ao meio ambiente e à origem dos alimentos... Essas tendências, embora modificadas, têm bastante relação com o cenário já observado nos últimos cinco anos – como apresentado em edições anteriores da revista **Hortifruti Brasil**. Conforme mencionado no relatório “A Fresh Start?”, da *Fruit Logistica*, a pandemia intensificou demandas dos consumidores, que, na verdade, já estavam em jogo nos últimos tempos.

O grande desafio após a chegada da pandemia foi o de repensar a experiência do cliente em diferentes canais de compra (sejam físicos ou virtuais), atrelando as demandas deste consumidor, cada vez mais informado e conectado, a um mercado bastante exigente em termos de sustentabilidade, sem que os maiores custos limitem a demanda final – aqui vale lembrar que a renda da população foi bastante prejudicada pela crise provocada pela covid-19.

Passados os períodos mais críticos da pandemia, as pessoas querem e estão saindo mais de casa. O estudo da Kantar mostra que o consumo fora do lar está em recuperação, e o canal *e-commerce* passa por uma desaceleração na maioria dos países. Quanto ao desempenho de canais de venda, relatório global *Omnichannel*, da Kantar, indica que o comércio eletrônico ainda cresceu no ano passado, mesmo com a volta das pessoas às ruas, mas em ritmo mais lento, representando 13,4% das vendas

entre janeiro e setembro de 2021. Enquanto os hipermercados e supermercados perderam participação em cerca 1% em comparação com 2020.

Em 2021, conforme dados do IBGE, a economia brasileira voltou a crescer, mas de forma desigual e incompleta, já que apenas parte dos setores retornou ao patamar pré-pandemia. A reabertura econômica, possibilitada pelo avanço da vacinação, fez, por exemplo, com que o setor de serviços se destacasse em termos de recuperação – com volume 6,6% superior ao do período anterior à pandemia. Já restaurantes e hotéis, importantes canais de escoamento de HF, estiveram entre os segmentos mais impactados nos últimos dois anos. Assim, a plena retomada deste setor a partir de agora dependerá do controle da pandemia no Brasil e de como será a aderência e/ou liberação das atividades de caráter presencial neste ano.

A princípio, espera-se que os casos de covid-19 fiquem mais controlados em 2022, devido à vacinação, e que a retomada econômica seja mais sustentável. Contudo, além dos fatores financeiros das famílias, questões psicológicas ainda devem pesar sobre as decisões de consumo de uma população ora fragilizada pelo medo e ora com vontade de retornar à vida pré-pandemia. Cabe ao setor de HF estar preparado para atender a estas diferentes necessidades, pensando em seu público de forma cada vez mais personalizada. ■

## DESAFIOS

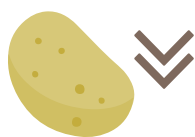
- ✓ Vendas por meios virtuais devem ter ainda mais qualidade, para fidelizar clientes;
- ✓ Oferecer qualidade, sem elevar significativamente os custos;
- ✓ Bolso do consumidor ainda tem sido afetado;
- ✓ Consumidor cada vez mais exigente quanto à procedência dos alimentos;
- ✓ Sustentabilidade ganha peso nas escolhas dos consumidores.



## +37,8%



Preço da ágata especial sobe em fevereiro

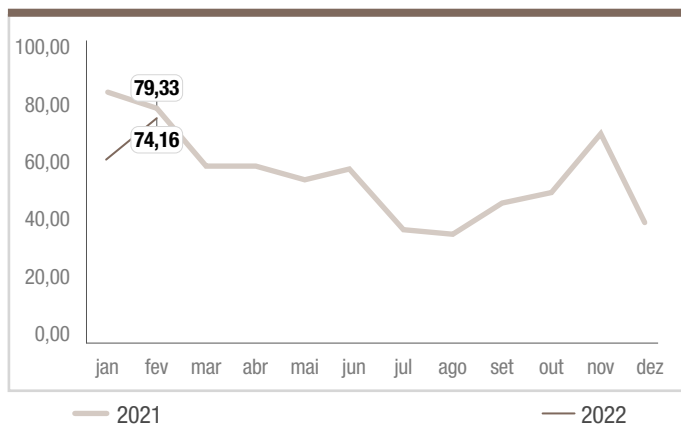


### Qualidade

Chuvas favorecem a incidência de doenças em MG e na BA; estiagem prejudica qualidade no PR e em SC

## Problemas produtivos reduzem oferta e elevam cotações em fevereiro

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

## Oferta

(Fev/22)



Com boa parte da colheita ocorrendo em regiões com quebra de safra, oferta diminui em fevereiro

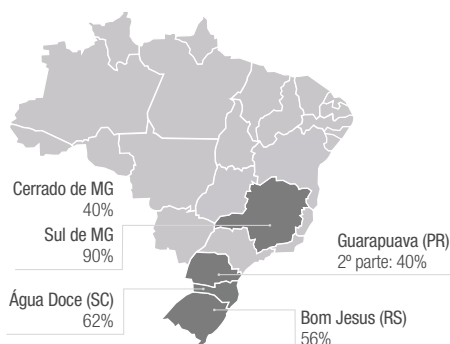


## Plantio das secas

Chuva atrasa o plantio da safra das secas no Sul de MG

Os preços da batata ágata especial subiram novamente em fevereiro, que foi marcado por diversos problemas produtivos, com reduções da qualidade, da produtividade e da oferta do tubérculo. Em MG e na BA, a chuva em janeiro elevou a incidência de nematoides e de doenças causadas por bactérias e fungos (requeima, canela-preta e pinta-preta), que resultaram na quebra da produção. As precipitações também atrasaram o plantio da safra das secas no Sul de MG, atividade que deve ser intensificada em março se o clima permitir. Em Guarapuava (PR) e Água Doce (SC), a estiagem entre novembro e dezembro/21 provocou escurecimento da pele das batatas e baixo calibre.

### ATÉ O FIM DE MARÇO, COLHEITA DA SAFRA DAS ÁGUAS DEVE ATINGIR 78% DO TOTAL



Estimativa (%) de área colhida de batata (nov/21-mar/22) frente ao total da safra das águas (nov/21-mai/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

### PERSPECTIVAS



#### Colheita

Colheita da safra das águas no Triângulo Mineiro (MG) e da 2ª parte em Guarapuava (PR) deve seguir em ritmo intenso em março.



#### Produtividade

Com a redução das chuvas em fevereiro, as produtividades podem aumentar no Sul de MG, no Triângulo Mineiro (MG) e na Chapada Diamantina (BA) em março.



#### Plantio

As atividades de plantio da safra das secas devem atingir o pico em março.



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

SEG 30°C

TER 20°C

QUA 18°C



Multiculturas



Maior período  
de controle



Duplo mecanismo de ação:  
sistêmico e contato



USE O LECTOR DE QR CODE DO SEU CELULAR  
O TEMPO A FAVOR DA SUA LAVOURA!  
CONHEÇA TOTALIT.

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

**Totalit**

**IHARA**  
Agricultura  
é a nossa vida



# A solução que impulsiona sua produtividade.

- Mais mangas por inflorescência;
- Maior pegamento de flores;
- Frutos de maior calibre por cacho.

**ATENÇÃO**

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

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





REGULADOR DE  
CRESCIMENTO

**Ligero**®

 /uplbr  /brasilupl [upl-ltd.com/br](http://upl-ltd.com/br)





## Clima

Chuvas volumosas em fevereiro dificultam plantio e colheita, causando quebra de safra

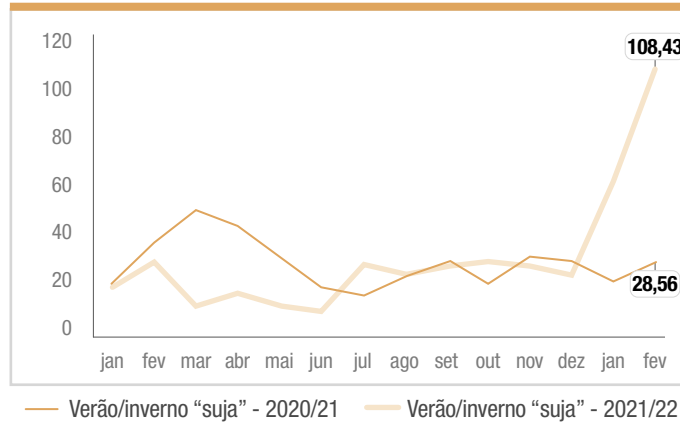


## Qualidade

Mela é recorrente nas raízes colhidas

## Preço bate recorde e garante boa rentabilidade aos produtores

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

# R\$ 108,59/



cx de 29 kg  
(Fev/22)

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



## Oferta

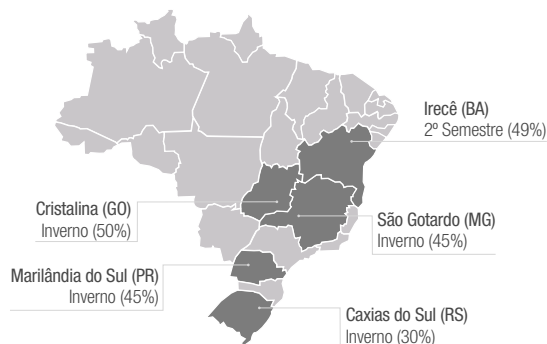
(Fev/22)



Clima reduz oferta, e preços sobem

O preço subiu ainda mais em fevereiro em todas as regiões produtoras. Isso porque o clima tem sido desfavorável à cultura nesta safra de verão – em MG, GO e na BA, chuvas volumosas aumentaram os casos de doenças, reduziram a produtividade e levaram a descartes pós-colheita. A umidade também prejudicou o desenvolvimento das sementes, o que deve gerar futuros problemas. Em cenário oposto, no RS, a falta de chuvas prejudicou o desenvolvimento das raízes. Nesse contexto, o preço da cenoura registrou em fevereiro o maior patamar nominal e o segundo maior patamar real da série histórica do Hortifruti/Cepea, iniciada em 2008.

## MAIS DA METADE DA SAFRA DE VERÃO 21/22 DEVE SER COLHIDA ATÉ O FIM DE MARÇO



Estimativa (%) de área colhida de cenoura (até mar/22) frente ao total da safra de verão (dez/21 a jul/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Oferta

O clima ainda deve limitar a produção em março, mantendo o volume reduzido.



### Preços

Como os valores já estão em altos patamares, uma leve recuperação da oferta pode pressionar as cotações, que, mesmo assim, tendem a se manter elevadas.



### Qualidade

Doenças podem continuar prejudicando a qualidade das raízes nos próximos meses, uma vez que as áreas em desenvolvimento foram afetadas pela chuva.



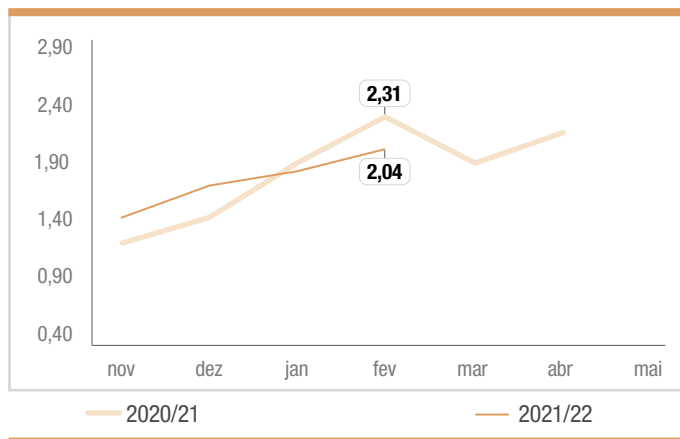
## +11%

Fev/22  
X  
Jan/22

Redução da oferta  
eleva preço em SC

## Calor afeta qualidade e limita aumento nos preços

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Qualidade

Calor aumenta incidência de mofo preto em parte da produção do Sul



## Importações

Compras do produto argentino se iniciam em fevereiro, mas ainda em pouco volume

Fonte: Secex.

## Rentabilidade

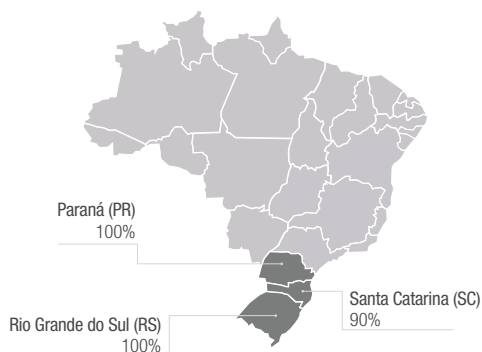
em Ituporanga (SC) em fevereiro

R\$ 1,84 (preço)  
-R\$ 0,97 (custo)

+R\$ 0,87/kg

Em fevereiro, a cotação da cebola ao produtor de Ituporanga (SC) aumentou 11% em relação ao primeiro mês de 2022. RS e PR praticamente encerraram a safra, o que permite maior espaço para a comercialização das cebolas de Ituporanga e também de Lebon Régis (RS), principais praças fornecedoras atualmente. Mesmo com os bulbos apresentando qualidade boa no geral, parte da produção estocada estava com mofo preto por conta das altas temperaturas, o que limitou um aumento ainda mais expressivo dos preços. Quanto às importações, começaram aos poucos em fevereiro, uma vez que a disponibilidade nacional ainda foi suficiente para abastecer o mercado.

## SC CAMINHA PARA O FINAL DA COMERCIALIZAÇÃO



Estimativa (%) de comercialização da cebola (até mar/22) da safra 2021/22 do Sul (de nov/21 a mai/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Preço

Oferta deve se reduzir gradualmente até a finalização da safra de SC, o que pode manter os preços firmes.



### Qualidade

Apesar da qualidade satisfatória, altas temperaturas podem continuar causando mofo preto, mantendo produtores em alerta em março.



### Importações

Entrada de cebola argentina no País se intensifica em março, à medida que o volume nacional se reduz.

## +6,9%



Tomate salada longa vida 3A se valoriza na Ceagesp

## Rentabilidade

Com oferta restrita, preço se sustenta em altos patamares, garantindo boa rentabilidade

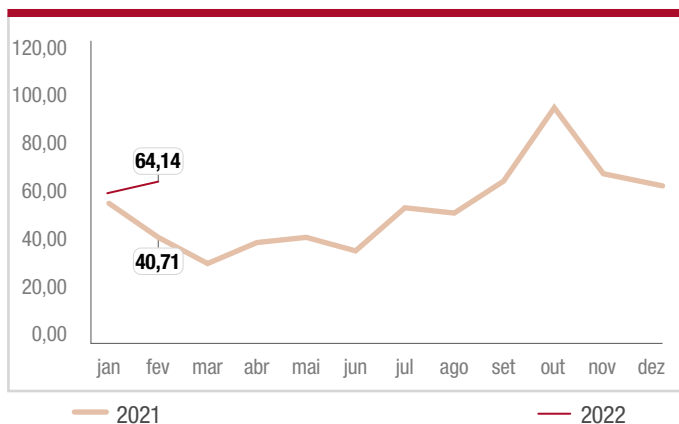
**R\$ 64,14** (preço)

**R\$ 41,55** (custo)

**R\$ 22,59/cx**

## Quebra na produtividade mantém oferta controlada em fevereiro

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Produtividade

Excesso de chuvas reduz produtividade no Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste



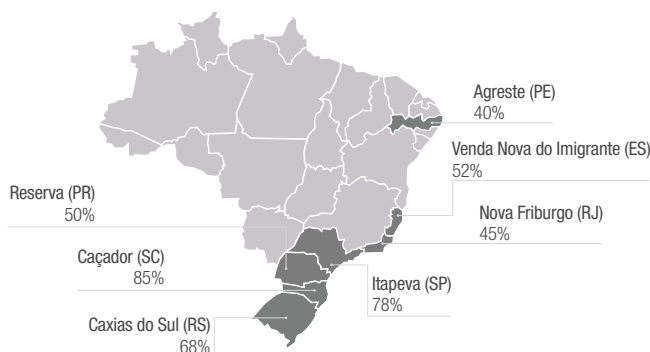
## Colheita

Produtores adiam transplântio após chuvas na primeira semana de fevereiro

O preço do tomate salada ao produtor registrou ligeira alta de 8,7% entre janeiro e fevereiro, a R\$ 64,14/cx (ponderado por classificação), 54,4% acima dos custos de produção. A redução de área nos últimos anos (incluindo na atual safra de verão), somada à quebra de produção no Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste, em função das chuvas, manteve a oferta controlada. Quanto aos transplântios da temporada de inverno, o solo encharcado dificultou a atividade no começo de fevereiro, como em Araguari (MG). Em Sumaré (SP), houve ocorrência de bactérias em mudas antes do transplântio. Porém, a chuva diminuiu no correr do mês, o que permitiu melhor sanidade das mudas.

## ATÉ O FINAL DE MARÇO, 80% DA SAFRA DE VERÃO DEVE SER COLHIDA

## PERSPECTIVAS



Estimativa (%) de área colhida de tomate da safra de verão (out/21 – jun/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Oferta

Pode ser menor com a desaceleração da colheita de verão.



## Colheita de inverno

Com lavouras formadas, primeiros tomates da safra de inverno devem ser colhidos no final de março.



## Preço

Com a redução na oferta de verão e ainda poucos frutos de inverno colhidos, os preços podem continuar subindo.

## +54,63%



Fev/22  
x  
Jan/22

Com a disponibilidade cada vez menor, preços dispararam em fevereiro



### Qualidade

Clima quente e colheita precoce prejudicam qualidade da folhosa

## Baixa oferta e demanda firme impulsionam preços no Sudeste

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Oferta

Baixo ritmo de plantio e demanda de outras localidades reduzem oferta no Sudeste

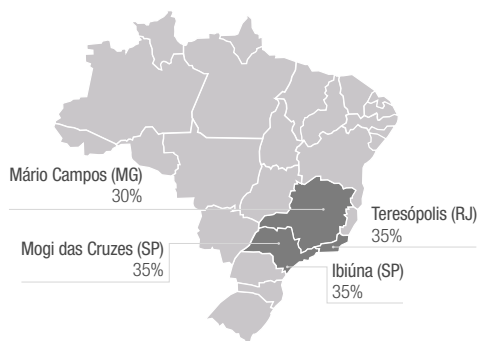


### Demanda

Volta às aulas e calor elevam procura por alfaces

Com as chuvas de janeiro, a oferta de alfaces esteve reduzida em fevereiro, o que impulsionou os valores da folhosa. Do lado da demanda, o clima quente e a volta às aulas favoreceram a procura, ajudando a elevar as cotações. Em Teresópolis (RJ), o preço médio da crespa subiu 67,88% frente ao de janeiro, para R\$ 1,58/un. em fevereiro. Em Ibiúna e Mogi das Cruzes (SP) a valorização da crespa foi de 72,47%, para a média de R\$ 1,73/un. Para março, a expectativa é de que a demanda siga aquecida, favorecida pelo clima ainda quente, enquanto a oferta deve continuar baixa, refletindo os menores investimentos na cultura e os efeitos do clima no plantio.

## EM MARÇO, COLHEITA DE VERÃO DEVE ALCANÇAR 62% DA ÁREA PLANTADA



Estimativa (%) de área colhida de alface (até mar/22) da safra de verão (dez/21 - jun/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Preço

Sem expectativa de aumento expressivo da oferta, preço pode se manter acima das estimativas de custos em março.



### Clima

Chuvas podem continuar limitando a oferta em março, principalmente em MG e no RJ.



### Custo

Aumento dos preços dos insumos e produtividade baixa devem continuar elevando os custos ao produtor.





## Oferta

(Fev/22)



Ritmo lento de colheita na BA e proximidade da finalização das atividades no RS limitam oferta nacional

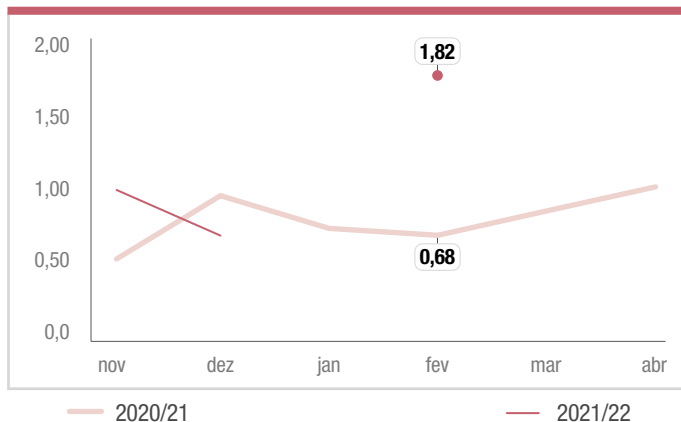


## Custos

Necessidade de replantio após chuvas deve elevar ainda mais os custos da safrinha em SP

## Baixa oferta do RS eleva preços na BA

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

# +165%



Fev/22  
x  
Fev/21

Oferta restrita eleva cotações e rentabilidade em Teixeira de Freitas (BA)



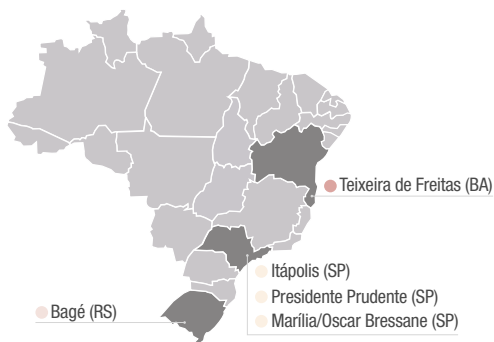
## Fitossanidade

Em SP, excesso de chuvas aumenta a incidência de viroses nas lavouras em desenvolvimento

Durante boa parte de fevereiro, a oferta de melancia do RS foi constante. Todavia, no final do mês, o volume diminuiu, indicando proximidade da finalização das atividades. Esse cenário levou ao aumento das cotações em Teixeira de Freitas (BA) frente a janeiro, o que, consequentemente, deve contribuir para elevar a rentabilidade da segunda parte da temporada baiana. Já em Marília/Oscar Bressane (SP), o excesso de chuvas gerou necessidade de replantio de algumas lavouras, além de aumentar a incidência de doenças, principalmente viroses. Deste modo, os custos de produção devem subir consideravelmente, o que pode reduzir a rentabilidade final da safra.

## OFERTA DEVE TER APENAS LEVE AUMENTO EM MARÇO

## PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melancia em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## Preços

Cotações devem se manter em patamares firmes em março, devido ao recuo da área e à oferta nacional restrita.

## Produtividade

O tempo firme tem favorecido as lavouras em Teixeira de Freitas (BA), e a previsão é de maior produtividade na segunda parte da temporada frente à primeira.

## Colheita

Em SP, primeiras lavouras devem começar a ser colhidas na segunda quinzena de março, com volumes ainda restritos.



## Safra 2021/22

Colheita de gala está terminando, enquanto a da fuji se inicia

### +18%

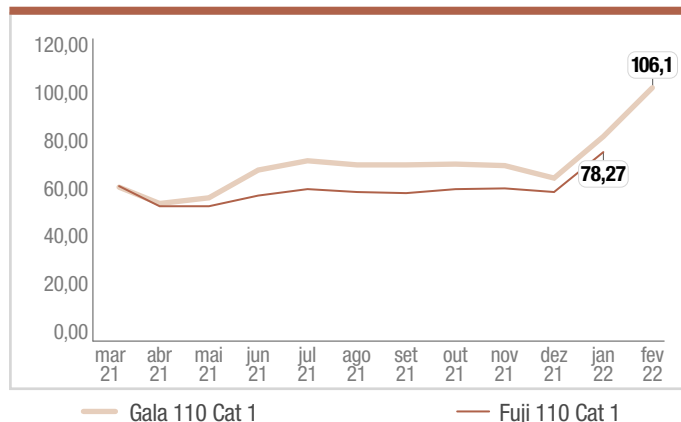


Fev/22  
x  
Jan/22

Com oferta controlada, preço da gala 110 Cat 1 aumenta nas regiões classificadoras

## Colheita da gala está no fim; fuji começa a ganhar espaço

Preços das maçãs fuji e gala na média das regiões classificadoras (R\$/cx de 18 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Classificação

Atividade avança em fevereiro, mas volume de fruta ainda é baixo



## Exportações

### +36%

(Fev/22  
x  
Fev/21)

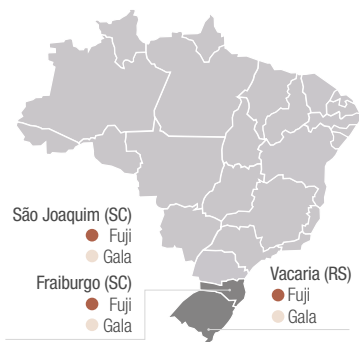
Apesar da quebra de safra, envios têm boa performance em fevereiro

Fonte: Secex.

A colheita da maçã gala avançou em fevereiro no Sul. Apesar disso, os preços da variedade subiram devido à quebra de safra e à pouca concorrência com a fuji, que ainda não estava sendo colhida a todo vapor. Em Fraiburgo (SC), a colheita da fuji se antecipou um pouco em fevereiro, mas maiores volumes são esperados em março. Diante do ocorrido, as exportações no mês, mesmo que em bom volume, foram menores do que no ano passado. Algumas empresas já estão se organizando e armazenando maçãs para conseguir abastecer o mercado doméstico até o fim do ano.

## MARÇO É MÊS DA FUJI

## PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de maçã em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Colheita da fuji

Deve ganhar ritmo em março, iniciando a comercialização da nova safra.



### Preços

Podem se reduzir em março, devido à maior entrada de fruta no mercado – porém, os valores ainda devem ser superiores aos do ano passado.



### Exportações

A tendência é que sejam menores em março frente ao mesmo mês do ano passado, com a menor oferta nacional em 2022.



## Chuvas

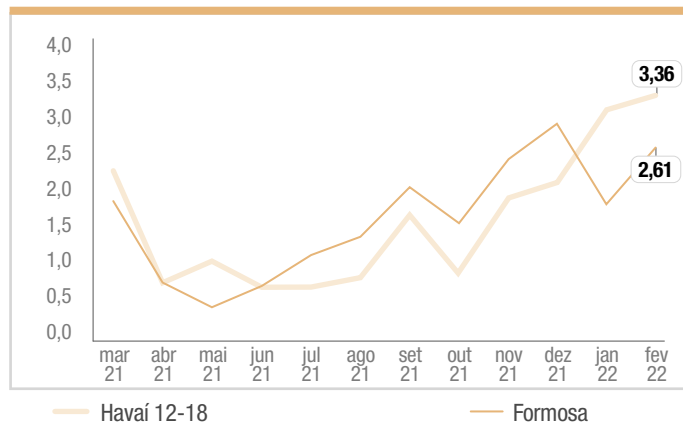
Reduzem produção no ES, em MG e na BA em fevereiro

**R\$ 3,38/**  
kg  
(Fev/22)

Preços do havaí 12-18 se sustentam em altos patamares no Sul da BA

## Preço do formosa dispara; o do havaí segue firme

Preço médio nas regiões produtoras (exceto RN/CE) - R\$/kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.

**+35%**



Fev/22  
x  
Jan/22

Com menor oferta, preços do formosa sobem com força no Norte do ES



## Exportações

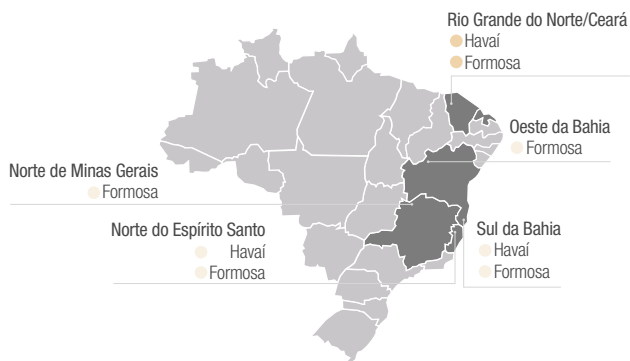
**-15%** (Fev/22 x Fev/21)

Volume está menor devido aos impactos das chuvas na oferta e na qualidade

Fonte: Secex.

Em fevereiro, a oferta dos mamões havaí e formosa seguiu reduzida nas principais regiões produtoras, devido aos efeitos das chuvas. Assim, o preço do formosa subiu de forma significativa, enquanto o do havaí seguiu firme. As cotações do havaí não subiram tanto no mês pois seus valores estão elevados desde janeiro, e o comprador não aceitou novas valorizações. Quanto ao formosa, a demanda esteve elevada no período, devido ao preço mais atrativo dessa variedade. As chuvas também afetaram as exportações, que recuaram frente a fevereiro do ano passado.

## MARÇO SEGUE COM OFERTA LIMITADA



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de mamão em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.

## PERSPECTIVAS



### Oferta

Bahia, Espírito Santo e Minas Gerais devem seguir com oferta reduzida em março, já que houve perda de áreas por conta das chuvas nos últimos meses.



### Clima

Com a possível diminuição das chuvas em março na Bahia, no Espírito Santo e em Minas Gerais, espera-se que os problemas causados pelas precipitações sejam amenizados.



### Fitossanidade

Caso as chuvas diminuam, a incidência de doenças fúngicas deve recuar em março. Os tratamentos culturais, como aplicação de defensivos, podem ocorrer com maior frequência.





## Plantio no Vale

Recua devido às chuvas e à rentabilidade limitada, diminuindo a oferta

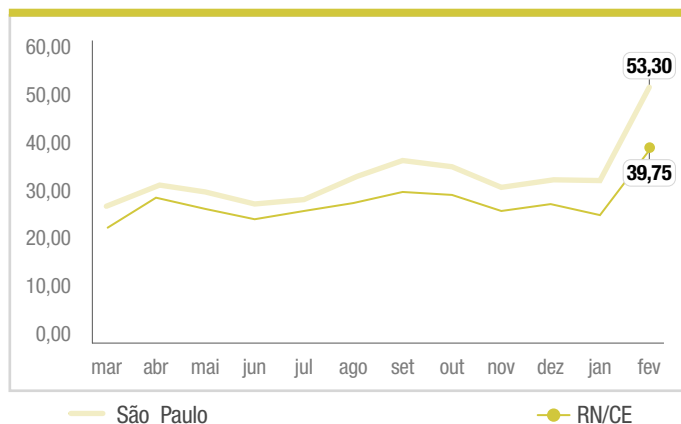
**+57%**



Com baixa disponibilidade, preços do amarelo tipo 6 e 7 sobem no RN/CE

## Oferta diminui e impulsiona cotações no atacado

Preço médio do amarelo tipo 6 e 7 na Ceagesp e no Rio Grande do Norte/Ceará - R\$/cx de 13kg



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Safra RN/CE

Atividades de campo se aproximam do fim, e oferta fica cada vez menor

**+64%**

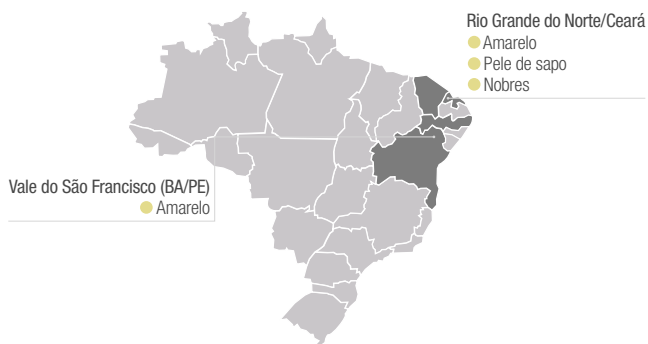


Amarelo tipo 6 e 7 se valoriza na Ceagesp, refletindo o cenário na roça

Com baixa oferta no Vale do São Francisco (BA/PE), devido às chuvas e ao menor investimento na cultura, e no Rio Grande do Norte/Ceará, por conta da aproximação do fim da safra, os preços do melão amarelo subiram nas regiões produtoras em fevereiro. Esse cenário limitou o volume da fruta na Ceagesp, impulsionando também as cotações no entreposto. Com a volta às aulas, a demanda aumentou em fevereiro, porém, agentes do mercado ainda se preocupam, já que o melão é uma fruta de alto valor agregado e que a economia do país está enfraquecida.

## SAFRA DO RN/CE SE ENCERRA EM MARÇO

## PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melão em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Oferta

Deve seguir limitada em março, devido à redução da colheita no RN/CE e à baixa produção no Vale.



### Nobres

Oferta dessas variedades deve ser mais restrita, visto que são mais produzidas no RN/CE, que encerrou a safra 2021/22 em março.

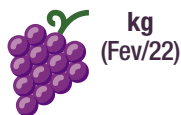


### Exportações

Com o fim da safra 2021/22 no RN/CE, embarques devem se encerrar em março.



## R\$ 13,23/



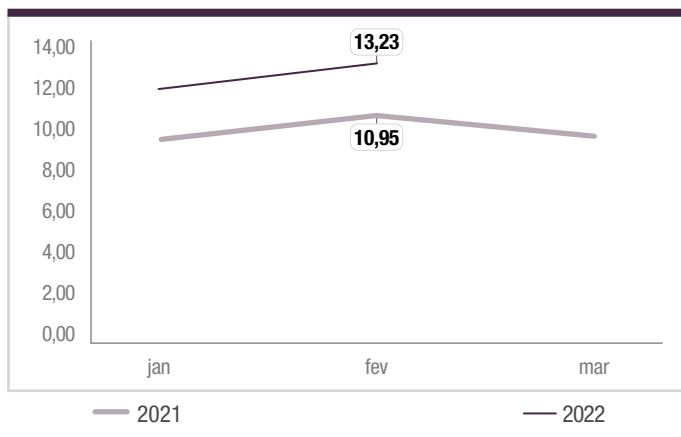
Com redução da oferta, uva branca sem sementes embalada se valoriza no Vale do São Francisco (PE/BA)

### Produtividade

No Vale do São Francisco, produtividade é reduzida pelas chuvas desde o início do verão 2021/22

## Oferta limitada impulsiona preços das brancas sem semente

Preços médios da branca sem semente embalada recebidos por produtores do Vale do São Francisco (PE/BA) (R\$/kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Chuvas

Produção de São Miguel Arcanjo (SP) é limitada pela chuva; qualidade e preços caem



### Exportação

**-38%** (Fev/22 x Fev/21)

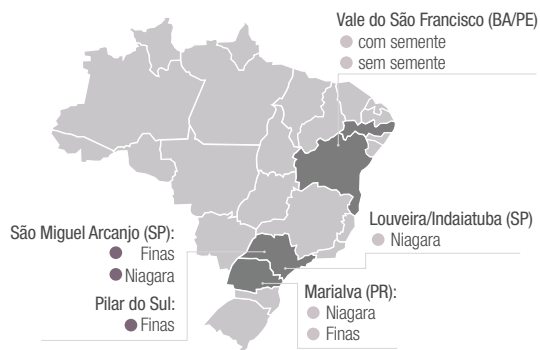
Apesar de serem prioridade, envios de fevereiro são limitados pela baixa produção

A oferta de uvas do Vale do São Francisco (PE/BA) continuou prejudicada pelas chuvas em fevereiro.

As perdas provocadas pela umidade e a incidência de doenças (míldio e fumagina) reduziram significativamente a produtividade. Esse contexto favoreceu a valorização das uvas finas ao longo do mês. Por outro lado, a baixa disponibilidade limitou as exportações frente às de fevereiro do ano passado. Em São Miguel Arcanjo (SP), após o encerramento das safras de Marialva (PR), Louveira/Indaiatuba e Porto Feliz (SP), os preços da niagara reagiram. No entanto, precipitações frequentes também resultaram em menor qualidade.

## OFERTA DEVE TER LEVE AUMENTO EM MARÇO

## PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de uva em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Colheita

Com o início das safrinhas de Louveira/Indaiatuba (SP) e de Marialva (PR), oferta nacional de niagara deve aumentar, ainda que levemente.



### Qualidade

Qualidade das uvas de Marialva pode ser beneficiada pelo clima quente e seco durante o desenvolvimento da safrinha.



### Poda

Em Jales (SP) e em Pirapora (MG), podas de produção devem se iniciar em março.



Knowledge grows

*Chega mais!  
Aqui tem hortifruti com qualidade  
e maior produtividade!*



Os Programas Nutricionais da Yara possuem fertilizantes premium ideais durante todo o ciclo do seu hortifruti.

O balanço nutricional para o cultivo específico resulta em frutas e legumes com mais qualidade e maior produtividade, gerando maior rentabilidade ao produtor rural.



*Yara,  
solução para todos  
os hortifrutis!*

[yarabrasil.com.br](http://yarabrasil.com.br)

Acompanhe a Yara nas redes sociais:







# MANGA

Analista de mercado: *Deborah Tiemi Kubo*  
Editora econômica: *Fernanda Geraldini*  
hfmanga@cepea.org.br

## +20%



Com diminuição da oferta, preço da tommy se eleva no Vale do São Francisco (PE/BA)

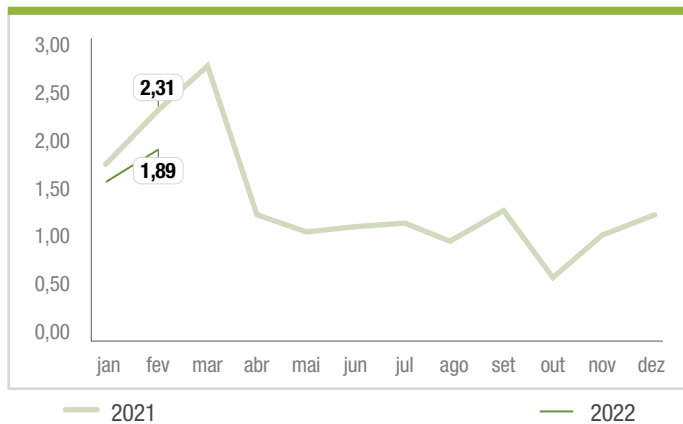


## Qualidade

Chuvas no verão 2021/22 reduzem qualidade das mangas em Livramento de Nossa Senhora (BA)

## Oferta reduzida impulsiona preço da tommy

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Oferta



Colheita de tommy é restrita ao Vale do São Francisco (PE/BA) em fevereiro, reduzindo a oferta nacional



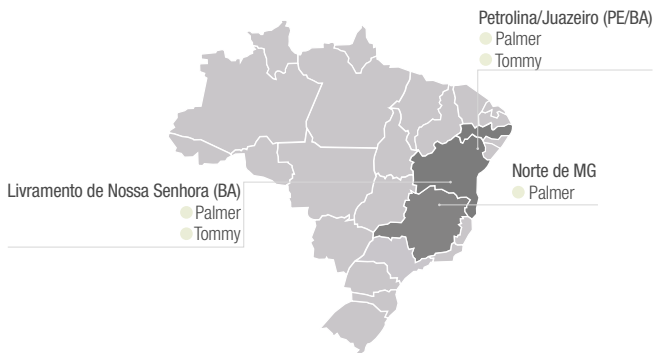
## Colheita

Safra 2021/22 de Monte Alto/Taquaritinga (SP) é praticamente encerrada em fevereiro, restando apenas áreas reintuzidas

Com a oferta nacional reduzida, os preços da manga tommy reagiram em fevereiro. A colheita da variedade esteve restrita ao Vale do São Francisco (PE/BA), que desde o início do ano vem colhendo volumes menores. Além disso, a safra paulista está praticamente encerrada. No caso da palmer, a oferta esteve um pouco maior em fevereiro, já que a colheita em SP se estendeu até a primeira quinzena. O ritmo das exportações, que continuou lento, também contribuiu para elevar a oferta da variedade no mercado doméstico – as vendas externas foram limitadas pela concorrência com a fruta do Peru e pela menor qualidade da manga brasileira, comprometida pelas chuvas do início do ano.

## OFERTA NACIONAL DEVE SEGUIR BAIXA EM MARÇO

## PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de manga em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Oferta

As ofertas de palmer e de tommy devem ser restritas no semiárido em março e em abril, já que as chuvas comprometeram as floradas que originariam as mangas nesse período.



## Preços

Com o atraso da colheita devido às chuvas, oferta nacional deve continuar limitada em março, favorecendo as cotações.



## Exportação

Baixa oferta interna deve manter exportações mais lentas em março. Previsão é de maior disponibilidade a partir de maio, período de forte concorrência no mercado europeu.



# BANANA

Analista de mercado: Patrick Rechi Berquó  
Editora econômica: Marcela Guastalli Barbieri  
hfbanana@cepea.org.br

## Nanica

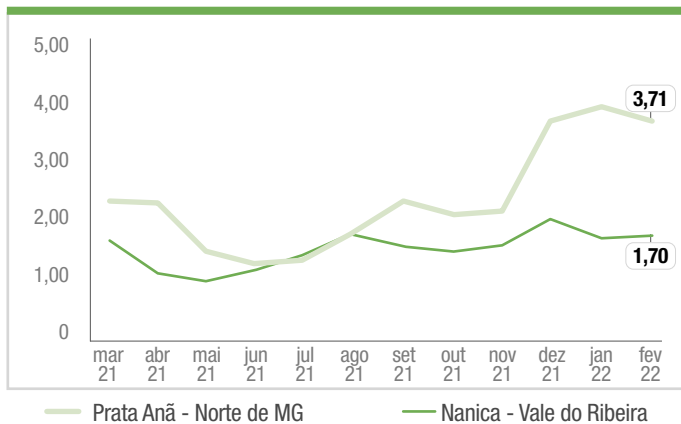
(Fev/22)



Oferta aumenta um pouco no começo do mês, mas recua no fim

## Enquanto preços da nanica aumentam, os da prata recuam

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

### +6%



Fev/22  
x  
Jan/22

Preço da nanica de primeira sobe no Vale do Ribeira (SP)

### -6%



Fev/22  
x  
Jan/22

Prata anã de primeira se desvaloriza no Norte de MG

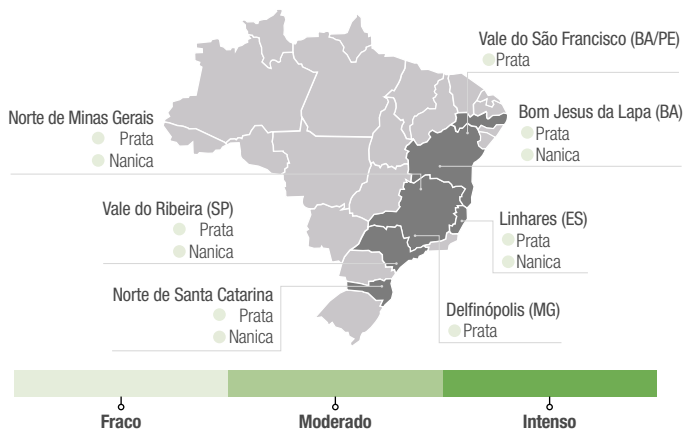
## Concorrência

Com preço da nanica mais atrativo, venda da prata é afetada em alguns momentos de fevereiro

Em fevereiro, houve um pequeno incremento na oferta da banana nanica no Vale do Ribeira (SP). Porém, em meados do mês, a disponibilidade começou a se controlar – cenário que impulsionou as cotações nas últimas semanas do período. Para a prata, porém, os preços recuaram, mesmo em “entressafra”, pois a nanica estava mais barata no mercado, sendo melhor aceita e mais procurada por compradores. Houve maior movimentação no setor, devido ao retorno das aulas presenciais nas escolas, que contribuiu principalmente no mercado de nanica.

## OFERTA DEVE SER CONTIDA NAS REGIÕES PRODUTORAS

## PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de banana em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Nanica

Assim como observado no fim de fevereiro, oferta deve seguir controlada no Sul e no Sudeste, aumentando só próximo a abril.



### Prata

Preço deve seguir superior ao da nanica em março, devido ao período de “entressafra”.



### Chuva

Por conta das chuvas no começo do ano no Semiárido e no Nordeste, oferta da prata deve ser menor do que o normal em março.

# CITROS

**+5,5%**  
Fev/22  
X  
Jan/22

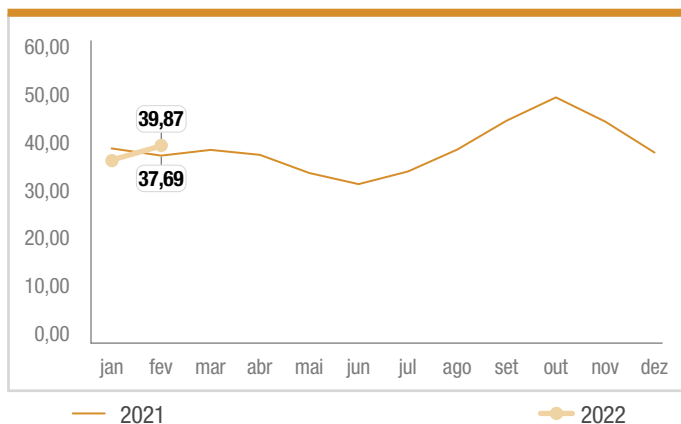
Com oferta restrita e melhor qualidade após chuvas, pera se valoriza em fevereiro



Safra de poncã começa aos poucos no estado de SP, com preço médio de R\$ 55,99/cx de 27 kg, na árvore, em fevereiro

## Após três meses consecutivos de baixa, pera volta a se valorizar

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



## Processamento

Ritmo de moagem se enfraquece, mas ainda é superior ao usual para fevereiro



## Lima ácida tahiti

Redução nas chuvas permite retomada do ritmo de colheita de tahiti, elevando a oferta. Assim, preços recuam em fevereiro

A colheita de laranja seguiu em ritmo lento no estado de São Paulo, representada basicamente pela pera temporã e pelas tardias. Além da oferta restrita, o processamento acima do normal para a época e a melhora da qualidade, após as chuvas, permitiram a retomada da alta das cotações em fevereiro, após três meses seguidos de baixas. Também foi iniciada a colheita da tangerina poncã, mas também em ritmo bastante lento, o que permitiu cotações elevadas.

Já para a lima ácida tahiti, o volume disponível se elevou significativamente com a tregua das precipitações, pressionando os valores.

## OFERTA DE LARANJAS DEVE SER BAIXA EM MARÇO

## PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de cítricos em março

Fonte: Hortifruti/Cepea.



### Poncã

Comercialização deve ser intensificada em março, mas colheita será escalonada no estado paulista.



### Indústria

Primeiras propostas de compra de laranja para a safra 2022/23 são oferecidas pelas grandes processadoras, entre R\$ 30,00 e R\$ 32,00/cx, colhida e posta na fábrica.



### Estoque

Estoques de passagem de 21/22 (em junho/22) devem ficar bem abaixo do patamar estratégico (de 250 mil toneladas), a 126,57 mil t em equivalente concentrado, segundo a CitrusBR.



/// **Vegetables**  
by Bayer



## A Seminis agora é parte da **Vegetable by Bayer.**

As sementes de frutas e hortaliças têm um papel importante a desempenhar no combate à fome. Nosso propósito é melhorar vidas por meio de saúde e nutrição avançada em parceria com produtores de todo o mundo. Assim, desenvolvemos negócios prósperos, para que juntos, possamos promover alimentação saudável e nutritiva.

**Junte-se a nós em**

[vegetables.bayer.com/br/pt-br.html](https://vegetables.bayer.com/br/pt-br.html)

Aponte a câmera do seu celular para conhecer nosso novo site:



  
**Seminis.**



## Escolha o uso de fungicidas que aumentam a proteção contra a rizoctoniose, uma das principais doenças na cultura da batata.

### MANEJO PREVENTIVO NO PLANTIO AUMENTA PERSPECTIVAS DE UMA LAVOURA PRODUTIVA

O zelo com o manejo preventivo no plantio da batata aumenta as perspectivas de uma lavoura bem desenvolvida e produtiva. E esse cuidado já começa pela escolha das sementes a serem plantadas.

Elas devem ser saudáveis, obtidas de fornecedores idôneos e selecionadas de acordo com as características do ambiente onde serão distribuídas. De preferência, com algum nível de resistência às doenças, pois este é um grande desafio da bataticultura. A exemplo dos problemas gerados pela rizoctoniose, que ataca todo o ciclo das plantas, mas principalmente a fase inicial.

Causada pelo fungo *Rhizoctonia solani*, a rizoctoniose é uma das principais doenças na cultura da batata. Ela provoca lesões nas hastes e prejudica a evolução da planta, que tenta se proteger das consequências e reagir, mas acaba ocorrendo um estrangulamento na região atacada, o que dificulta a absorção e a troca de nutrientes por ali.

Na verdade, os problemas começam até antes, pois a doença torna a germinação mais lenta, reduz o estande da planta e gera um crescimento desigual. Por conta dos ataques ao tubérculo, formando escleródios em sua superfície, acabou sendo chamada também de mancha asfalto.

“ As lesões provocadas por ela ainda se tornam portade entrada para outras doenças, como a canela-preta. ”

**Mauricio Pereira de Souza**

Profissional de Desenvolvimento de Mercado da BASF chama a atenção para os danos indiretos da rizoctoniose.

Diante de tantos riscos, quanto mais e melhores opções de ferramentas e soluções de proteção e combate aos patógenos, o agricultor tiver, maior será sua tranquilidade. Um bom exemplo de inovações tecnológicas para essa situação é o **Orkestra® SC**, comprovado fungicida do portfólio da BASF que, agora,

além da modalidade para aplicação foliar, também está disponível para pulverização diretamente no sulco de plantio das batatas.

Essa proteção é de extrema importância, pois o fungo *Rhizoctonia solani* é resistente e pode sobreviver por longos períodos ali no solo. O **Orkestra® SC** tem outro grande diferencial que é o duplo mecanismo de ação, com os grupos químicos estrobilurina e carboxamida. Além de contar com um fungicida de alta eficiência e que proporciona maior controle dos patógenos, o agricultor ainda reduz os riscos de resistência. No decorrer da safra, essa proteção assegura mais qualidade e rentabilidade das lavouras.

O manejo com o fungicida **Orkestra® SC** trará resultados ainda superiores se o cuidado das lavouras como um todo forem tratados com a mesma atenção. O preparo do solo, por exemplo, é essencial, sobretudo a nutrição com uma adubação equilibrada.

- ☎ | ☎ 0800 0192 500
- 🌐 BASF.AgroBrasil
- 📄 BASF Agricultural Solutions
- 🌐 BASF.AgroBrasilOficial
- 🌐 agriculture.basf.com/br/pt.html
- 📄 blogagro.basf.com.br
- 📄 @basf\_agro\_br

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

**BASF**  
We create chemistry

**ATENÇÃO** ESTE PRODUTO É PERIGOSO À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E AO MEIO AMBIENTE. USO AGRÍCOLA. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO. CONSULTE SEMPRE UM AGRÔNOMO. INFORME-SE E REALIZE O MANEJO INTEGRADO DE PRAGAS. DESCARTE CORRETAMENTE AS EMBALAGENS E OS RESTOS DOS PRODUTOS. LEIA ATENTAMENTE E SIGA AS INSTRUÇÕES CONTIDAS NO RÓTULO, NA BULA E NA RECEITA. UTILIZE OS EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL. REGISTRO MAPA: ORKESTRA® SC N 8813.