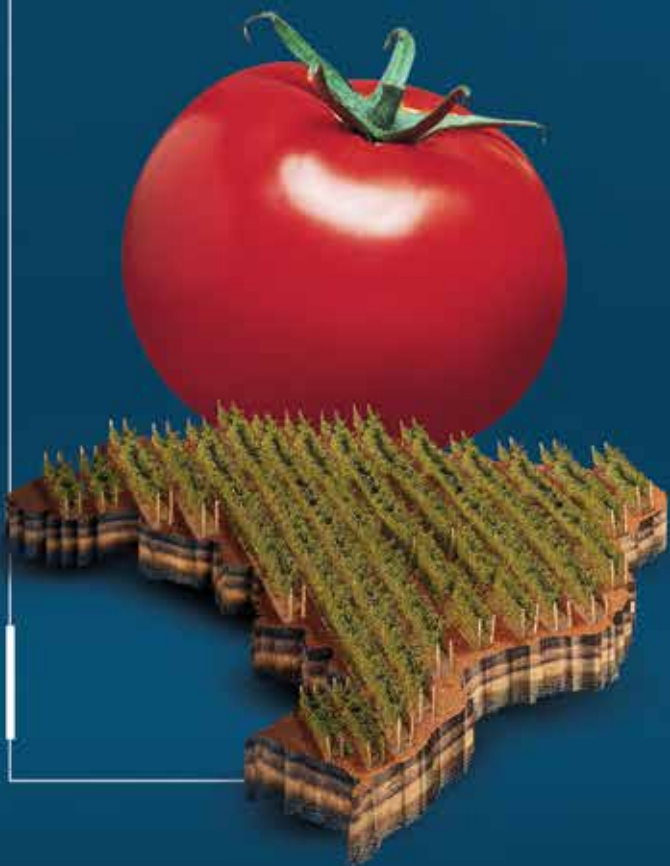


Uma linha completa
de **TOMATES**
desenvolvida por quem
entende de **BRASIL.**



SEGURANÇA



PRODUTIVIDADE



INOVAÇÃO

TOPSEED
Premium
TECNOLOGIA EM SEMENTES

Mala Direta

Básica

9912339962/2013-SE/SPI

FEALQ

Correios

Uma publicação do CEPEA USP/ESALQ

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

Tel: 19 3429.8808 - @htfbrasil

E-mail: htfbrasil@cepea.org.br

Conheça **nossa linha de tomates**



Tomates Salada



GARRA F1

- Resistência ao TYLCV (geminivirus) e TSWV (vira-cabeça)
- Excelente sanidade foliar
- Frutos grandes e uniformes



ITAIPAVA F1

- Resistência ao TSWV (vira-cabeça) e nematoides
- Precocidade
- Ótimo tamanho de fruto e firmeza



PROTHEUS F1

- Frutos grandes e altos
- Maior rendimento
- Pacote completo de resistências (geminivirus, vira-cabeça, *Fusarium* raça 3, nematoides e *Stemphylium*)



VENTO F1

- Ótima tolerância a doenças foliares e à rachadura de fruto no período chuvoso
- Alto pegamento de frutos

Tomates Saladete



AREZZO F1

- Alta produtividade
- Pacote completo de resistências (geminivirus, vira-cabeça, *Fusarium* raça 3 e nematoides)



DURINO F1

- Excelente firmeza
- Ótimo tamanho de frutos
- Resistência ao TYLCV (geminivirus) e TSWV (vira-cabeça)



MONZA F1

- Excelente pegamento
- Frutos grandes, uniformes e de alta qualidade
- Pacote completo de resistências (TYLCV, TSWV, nematoides, *Fusarium* raça 3 e *Cladosporium*)

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.

Uma publicação do CEPEA – ESALQ/USP
Av. Centenário, 1080 CEP: 13416-000 Piracicaba (SP)
Tel: 19 3429.8808 - @hfbrasil
E-mail: hfbrasil@cepea.org.br
Hfbrasil.org.br

Hortifrutti Brasil

Uma publicação do CEPEA - ESALQ/USP
Ano 21 - Nº 224 - Julho de 2022 - ISSN 1981-1837

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
VENDA PROIBIDA

hfbrazil.org.br



**PRÓXIMOS 20 ANOS:
UMA AGENDA DISCUTIDA PELO SETOR**

CHEGOU
MIRAVIS® DUO



SIMPLES PARA O PRODUTOR.
PODEROSO CONTRA AS DOENÇAS.



INOVAÇÃO:

PRODUTO À BASE DE ADEPIDYN,
MOLÉCULA INOVADORA DE ALTA EFICÁCIA.



MULTICROP:

EXCELENTE PERFORMANCE
EM DIVERSOS CULTIVOS.

INCOMPARÁVEL:

ALTA ATIVIDADE
INTRÍNSECA DE CONTROLE



AMPLO ESPECTRO

DE AÇÃO CONTRA AS
DOENÇAS MAIS DIFÍCEIS



ACESSE O
QR CODE E CONFIRA



MIRAVIS® DUO. Simplesmente poderoso.

c.a.s.a.

0800 704 4304

www.portalsyngenta.com.br

PARA RESTRIÇÃO DE USO NOS ESTADOS, CONSULTE A BULA.

 **Miravis® Duo**

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



Fernanda Geraldini (à esq.) e Margarete Boteon organizaram o estudo do futuro do setor.

PRÓXIMOS 20 ANOS: É PRECISO MAIS COLETIVIDADE DO SETOR

A equipe da **Hortifruti Brasil** reuniu, na 27ª Hortitec, realizada em junho deste ano, nomes para debater o futuro do setor nos próximos 20 anos. A discussão fez parte das comemorações de 20 anos que a revista **Hortifruti Brasil** completa em 2022, e nada mais oportuno discutir sobre o que esperar nas próximas duas décadas, assunto que se estende nesta presente edição, na qual também foram entrevistados outros formadores de opinião para debater sobre o tema.

A unanimidade entre Nelson Mallmann, Eduardo Sekita, Edson Trebeschi, Jeferson Magário e Toni Simoni, que participaram das discussões na Hortitec, é de que o setor produtivo seja cada vez mais unido e organizado por meio de associações e entidades, já que, muito além dos problemas individuais dentro da porteira, questões relevantes devem ser tratadas coletivamente. Natalino Shimoyama reforça: “precisamos caminhar para tornar as associações profissionais, com pessoas capacitadas para o desenvolvimento do setor”. Fora da porteira, na cadeia de comercialização, a agenda é ainda mais extensa, e melhorias na comercialização e na distribuição de frutas e hortaliças devem ser contínuas. Quanto ao mercado externo, “um dos grandes problemas atuais na exportação de frutas está relacionado à logística, o que dificulta a comercialização no país de destino”, diz Luiz Roberto Barcelos.

É preciso, também, ter um olhar atento ao que o consumidor demanda, que é um produto de qualidade, seguro, acessível e produzido com mínimos impactos ambiental e social. Por outro lado, o desafio do setor tem sido lidar com uma população que ingere cada vez menos frutas e hortaliças. Portanto, a meta daqui para frente é tornar as frutas e hortaliças protagonistas do prato do brasileiro. Neste ponto, Letícia Barony, assessora técnica da CNA, indica que é preciso se “preocupar com o benefício do consumo de frutas e hortaliças para o funcionamento do corpo, no dia a dia e, sobretudo, incentivar as crianças para adquirir os hábitos saudáveis desde cedo”. Lembrando que todos os bate-papos realizados na Hortitec estão disponíveis no canal da **Hortifruti Brasil** no YouTube, e uma agenda para o setor nos próximos anos você confere nesta edição a partir da página 8.

**PREPARE-SE
PARA O FUTURO**
do setor que mais
cresce no mundo!

MBA EM
AGRONEGÓCIOS
USP/ESALQ



- Pós-graduação Lato sensu 100% online
- Conteúdo atualizado com aulas ao vivo
- Certificado USP
- Professores USP e profissionais renomados do mercado
- Interação e networking

MBAUSP
ESALQ

MBAUSPESALQ.COM
Inscrições Abertas

queroinfos@pecege.com

(19) 3377-0937 - (19) 3377-0940

© f in t y /mbauspesalq

EXPEDIENTE

www.hfbrasil.org.br

COORDENADORES CIENTÍFICOS

Geraldo Sant'Ana de Camargo Barros
Margarete Boteon
Mírian Rumenos Piedade Bacchi

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

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

EQUIPE TÉCNICA

Amanda Siviero, Isabela Pegolo Alves,
Gustavo Spalaor Silva, Júlia Perón Baroni,
Klisman Teixeira, Laleska Rossi Moda,
Larissa Costa Angeli, Laura Cestarioli,
Laura Maziero, Lucas de Mora Bezerra,
Luísa Costa Purchio, Máira Pereira Kanegae,
Matheus Corsini, Patrick Berquó, Samara
Oliveira Felipe, Pedro Angelo Almeida Franco,
Thomas Brigato, Uriel Tiago Picinato de Assis
e Vitor Provinciatto Gonçalves.

APOIO

FEALQ - Fundação de Estudos Agrários
Luiz de Queiroz

CAPA E DIAGRAMAÇÃO

dBit Visual Arts
19 98408.5110

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.



CAPA 10

A **Hortifruti Brasil** reuniu
nomes e formadores de opinião
para debater quais as principais
ações que o setor de HF deve
se concentrar nos próximos
20 anos.

ÍNDICE	<u>16</u>	TOMATE
	<u>18</u>	ALFACE
	<u>20</u>	BATATA
	<u>21</u>	CEBOLA
	<u>22</u>	CENOURA
	<u>23</u>	UVA
	<u>24</u>	MAMÃO
	<u>25</u>	MANGA
	<u>26</u>	CITROS
	<u>28</u>	MAÇÃ
	<u>29</u>	MELÃO
	<u>30</u>	BANANA
	<u>31</u>	MELANCIA

#HFBRASIL20ANOS

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



@revistehortifrutibrasil



@hfbrasil



Hortifruti Brasil



19 99128.1144



@hfbrasil

Aumente a régua do seu padrão de qualidade.

Colha frutos uniformes e com bom calibre, com **Viviful SC**, o regulador de crescimento da **IHARA**.



Equilíbrio entre as partes produtiva e vegetativa



Maior produtividade: ganhos de até 30%



Menor gasto com poda: redução de até 80%

Onde tem maçã, tem VIVIFUL!



COLHA FRUTOS NA MEDIDA CERTA.
ACESSE 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; DECARTE CORRETAMENTE AS ENBALAGENS 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.

Viviful SC

IHARA
Agricultura
é a nossa vida

RADAR HF - HF Brasil na Hortitec 2022



Convidados discutem os desafios da hortifruticultura nos próximos 20 anos, em bate-papo ao vivo.

Equipe traz grandes nomes para discutir futuro do setor de HF na Hortitec

A participação da Hortifruti Brasil na Hortitec 2022 foi cheia de atividades e, principalmente, de bate-papo com o setor. Muitos parceiros, colaboradores e visitantes apareceram em nosso estande! Além disso, em parceria com a Basf, foram realizadas duas lives ao dia na Sala do Produtor, dentro do estande. Caso não tenha acompanhado em tempo real, todas as lives estão disponíveis no **canal da Hortifruti Brasil no YouTube!** No primeiro dia de feira, o bate-papo foi com Manoel Oliveira e Nelson Mallmann, do Ibrahort, com a discussão centralizada nos desafios e no futuro da tomaticultura de mesa no Brasil, e com Letícia Barony, da CNA, que falou sobre a importância do consumo de HF, que é o objetivo da campanha "Frutas e Hortaliças – Por que comer mais?". No segundo dia, recebemos representantes

de importantes associações de fruticultores: Antônio Carlos Simoneti, da ABCM, e Jeferson Magário, da Conaban. Com eles, a discussão foi focada nos desafios da citricultura e da bananicultura de mesa brasileira. Ainda no segundo dia, Eduardo Sekita e Edson Trebeschi, grandes empresários da horticultura, debateram sobre os desafios da produção de hortaliças no País. No último dia de feira, os convidados foram os membros da casa: João Paulo Deleo e Marina Marangon, pesquisadores de hortaliças do Hortifruti/Cepea, e Fernanda Geraldini e Marcela Barbieri, pesquisadoras de frutas. O objetivo da conversa foi falar um pouco de como está sendo o ano de 2022 para os HF's acompanhados pela equipe e perspectivas para o segundo semestre. E veja nas páginas a seguir quem passou pelo nosso estande!

AINDA DÁ TEMPO DE SE CADASTRAR PARA RECEBER GRATUITAMENTE A REVISTA!

Uma das novidades que a HF trouxe para a Hortitec foi a abertura de novas cotas para recebimento gratuito da revista Hortifruti Brasil! Se você não pôde ir à Hortitec, não tem problema, pois ainda dá tempo de se cadastrar! É só **entrar em contato com o nosso WhatsApp exclusivo de cadastramento (19) 99627-8752!** Não perca, são cotas limitadas e o prazo é até o dia 31 de julho.

QUER RECEBER A REVISTA HORTIFRUTI BRASIL EM CASA?



ME CHAMA NO
WHATSAPP
EU TE CADASTRO!

19 99627-8752

CADASTRO GRATUITO!
COTAS LIMITADAS



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

Copyright © Novembro 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.

RADAR HF - COLUNA SOCIAL HORTITEC 2022





Tecnologia à favor de uma agricultura sustentável e produtiva.

ALGAREN TWIN • AGRUCOM • BOROGREEN L
CALBORON • DRINVG • GREIT VG
KELAMYTH MP6 • MOLYSTAR

TechFix • Neutrone • GuardiaSUV



www.greenhasbrasil.com.br



www.techfertil.com.br



PRÓXIMOS 20 ANOS: UMA AGENDA DISCUTIDA PELO SETOR

Por Fernanda Geraldini e Margarete Boteon



A revista **Hortifruti Brasil** comemora 20 anos em 2022! A publicação e o setor de HF evoluíram muito nesse período, em termos de disponibilidade de informações, produção e modernização da cadeia de comercialização. No âmbito externo, o Brasil arrecadou em 2021, pela primeira vez na história, US\$ 1 bilhão em receita

com exportações de frutas frescas. A rastreabilidade está avançando no mercado doméstico. Atualmente, o setor oferta um portfólio maior de produtos frescos e processados de frutas e hortaliças.

Ao longo das últimas duas décadas, ficou muito claro o quanto é importante o setor produtivo se organizar por meio de associações e entidades, já que, muito além dos problemas individuais dentro da porteira, questões relevantes devem ser tratadas coletivamente.

E OS PRÓXIMOS 20 ANOS?

QUAIS AS PRIORIDADES DO SETOR DE FRUTAS E HORTALIÇAS?

A equipe da **Hortifruti Brasil** reuniu, na Hortitec 2022 (realizada em Holambra – SP, entre 22 e 24 de junho), nomes para debater esse tema em uma

série de *lives*. Na ocasião, formadores de opinião indicaram quais as principais ações que o setor de HF deve se concentrar nos próximos 20 anos.

COMO PODEMOS AVANÇAR PARA TORNAR MAIS SUSTENTÁVEL A CADEIA E, AO MESMO TEMPO, TORNAR OS HFS PROTAGONISTAS DO PRATO DO BRASILEIRO?

Todos os desafios do setor envolvem uma agenda de ações que seja mais coletiva do que privada ou individual. Nesse sentido, é importante que o produtor esteja organizado em entidades e associações. O setor terá que progredir mais na coordenação da cadeia de comercialização, visando promover um produto mais seguro

e rastreado. O setor precisa estar atento ao que o consumidor demanda, que é um produto de qualidade, seguro, acessível e produzido com mínimos impactos ambiental e social. Por outro lado, o desafio do setor tem sido lidar com uma população que ingere cada vez menos frutas e hortaliças.

OS HFS TÊM QUE SER OS PROTAGONISTAS NO PRATO

“As contingências serão muitas e imprevisíveis. É essencial a existência de uma base de pesquisadores e institutos voltados à promoção da inovação do setor produtivo. É importante preparar grupos de pesquisa (com parcerias públicas e privadas) que pensem no setor de frutas e hortaliças 24 horas e que sejam preparados para buscar soluções de inovação às contingências (como o impacto na produção frente às mudanças climáticas) que virão nos próximos anos. E é urgente declarar que a queda de consumo de frutas e hortaliças é uma questão de saúde pública, que deve ser revertida por meio da promoção de hábitos saudáveis.”

Margarete Boteon, profa. da Esalq/USP e coordenadora do Hortifruti/Cepea



CONSUMIDOR – QUAIS AÇÕES SÃO IMPORTANTES PARA AUMENTAR A INGESTÃO DE FRUTAS E HORTALIÇAS?

A meta é tornar as frutas e hortaliças **PROTAGONISTAS** do prato do brasileiro e também da população global, já que o consumo abaixo do recomendado não é só um problema nacional. E o desafio é imenso, já que a participação desses alimentos tem se reduzido ao longo dos anos. E essa diminuição no consumo não deve ser associada apenas ao preço, já que a elevada diversidade de produtos do setor nacional, a disponibilidade regional e a sazonalidade permitem que o brasileiro adquira uma cesta de HFs mesmo com um orçamento menor.

As ações permanentes de conscientização e promoção já vêm sendo realizados. A Confederação da Agricultura e Pecuária no Brasil (CNA), ao longo de 2021, organizou a campanha “Frutas e Hortaliças: Por que comer mais?”, que colocou especialistas para debater o hábito de consumo. Um outro exemplo é a criação e a divulgação da marca “Amo Abacate” por parte da ABPA (Associação Brasileira dos Produtores de Abacate). As duas iniciativas foram apresentadas e discutidas em uma das lives realizadas na Hortitec pela equipe da Hortifruti Brasil.

“PRECISAMOS INCENTIVAR AS CRIANÇAS!”

“Durante a campanha “Frutas e Hortaliças: Por que comer mais?”, vários especialistas (sejam nutricionistas ou do setor produtivo) foram contatados, e houve um senso comum: precisamos incentivar as crianças! (...) Outra dica importante é deixar os HFs à vista, expostos, para evitar o esquecimento e até mesmo as perdas, ou já lavá-los e higienizá-los para facilitar o consumo. E, por último, incentivar formas mais práticas, como os HFs secos ou desidratados, minimamente processados e congelados. (...) Precisamos nos preocupar com o benefício do consumo de frutas e hortaliças para o funcionamento do corpo, no dia a dia. Não é só comprar alface e tomate, e sim uma diversidade de HFs, pois cada um deles vai ter um nutriente diferente, uma quantidade calórica e de açúcares diferentes. Apenas repetir o mesmo alimento todos os dias não vai suprir a necessidade de nutrientes. Temos que ter diversidade de HFs e de cores todos os dias.”

Letícia Barony, assessora técnica da CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil)

“NÃO TEM COMO RENTABILIZAR A CADEIA PRODUTIVA SEM PENSAR NO CONSUMIDOR”

“A Associação ‘Abacates do Brasil’ tem como missão rentabilizar a cadeia produtiva da fruta do Brasil, e não tem como falar nisso sem pensar no consumidor. Então, criamos a marca ‘Amo abacate’, com a ideia de aproximar o consumidor ao produtor. Criamos alguns canais nas mídias sociais para mostrar ao consumidor como ele pode consumir o abacate, curiosidades das variedades, e usamos algumas estratégias, como divulgar o produto com influenciadores. Também trabalhamos com aqueles que têm o papel de ensinar o consumidor a comer, como nutricionistas e chefs de cozinha, falando sobre os benefícios, ensinando a preparar receitas e indo a eventos. O ‘Amo abacate’ também tem a ideia de trabalhar gerações, ensinando as crianças a consumir; por isso, temos um projeto com escolas, pois o aumento do consumo vai passar de geração em geração.”

Lígia Falanghe Carvalho, Jaguacy Brasil e da Associação “Abacates do Brasil”

“É IMPORTANTE TER UMA VISÃO ALÉM DOS PREÇOS”

“Somos um país produtor, tropical, com uma diversidade gigante de possibilidades de escolha de frutas e hortaliças. Porém, ano a ano vem se reduzindo o consumo de HFs. O brasileiro não está comendo legumes, verduras e frutas tanto quanto no passado, e quando come, é menos do que o recomendado. Então, precisa ser trabalhada a frequência e a quantidade. O brasileiro está focado em alguns HFs de costume, não levando em consideração a produção regional ou a tabela de safra. Algumas pesquisas mostram que, muitas vezes, isso não está ligado ao preço, e sim ao fato de não ter formado o hábito de comprar e de consumir este alimento.”

Sueli Longo, diretora do Instituto de Nutrição Harmonie

QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS AÇÕES DO

Nos próximos 20 anos, tem-se a necessidade de ter uma adaptabilidade elevada diante das contingências. Inovação, uso mais eficiente dos insumos, qualificação da mão de obra, produção sustentável e mecanização são os desafios na fazenda. Fora da porteira, na cadeia de comercialização, a agenda é ainda mais extensa. Nas discussões promovidas pela **Hortifruti Brasil** na Hortitec, ficou evidente a importância de o setor avançar por meio de ações integradas entre os elos de distribuição e do varejo, para que todos os esforços do setor produtivo não sejam

perdidos. E, sem dúvida, a infraestrutura comercial tem que se modernizar, para tornar mais viável e eficiente o processo de comercialização.

No *front* externo, é preciso progredir em políticas para eliminar ou reduzir as tarifas de exportação, ampliar e acessar novos mercados, diminuir as dificuldades logísticas e de demandas em termos de resíduos, entre outros. Para essa agenda, o consenso é a profissionalização do produtor, com uma gestão mais profissional da propriedade.

NÃO SE CONSEGUE NADA SOZINHO, POR MAIOR QUE SEJA O PRODUTOR

“O mundo tem mudado rapidamente, e são várias as ações necessárias para os próximos 20 anos, desde relacionadas à produção, pesquisa e novas experiências de consumo. Uma tendência interessante são os alimentos à base de plantas, que são uma oportunidade ao setor de hortaliças. A comunicação e a informação são as grandes armas do setor produtivo, e cada vez mais os produtores precisam estar unidos para ter mais representatividade, principalmente diante do governo. Não se consegue nada sozinho, por maior que seja o produtor. Além disso, é necessário reduzir a informalidade, trabalhar a eficiência, a capacitação de pessoas e ter processos de produção mais assertivos e sustentáveis.”

Eduardo Sekita de Oliveira, empresário do setor e presidente do Ibrahort



PRECISAMOS EVOLUIR NAS ÁREAS TÉCNICA, INSTITUCIONAL, ESTRATÉGICA E POLÍTICA

“Hoje o setor precisa evoluir em quatro frentes principais: técnica, institucional, estratégica e política. No âmbito técnico, é preciso incentivo e avanço nas pesquisas para gerar tecnologia e conhecimentos adequados às condições do Brasil. No que diz respeito à área institucional, precisamos caminhar para tornar as associações profissionais, com pessoas capacitadas para o desenvolvimento do setor. A parte estratégica deve ser focada em divulgação, com uma assessoria de imprensa que abasteça a mídia com fatos atuais e verdadeiros sobre a cultura. Por último, a área política, um dos pontos mais importantes para gerar recursos para pesquisa e auxiliar na evolução da cadeia.”

Natalino Shimoyama, diretor executivo da ABBA (Associação Brasileira da Batata)



PRODUZIR MAIS, COM QUALIDADE E A MENORES CUSTOS

“A cadeia de hortaliças já vem inovando há muito tempo. E, mesmo melhorando a eficiência, temos dificuldade de competitividade – no caso do alho, se não fossem as tarifas antidumping, dificilmente conseguiríamos concorrer com alguns países. Um grande desafio é produzir mais, com qualidade e buscando reduzir os custos de produção, para que todos os brasileiros tenham oportunidade de consumir mais hortaliças. Pensando dentro da porteira, a falta de mão de obra especializada e a dificuldade de mecanização de alguns processos são desafiantes, bem como o desenvolvimento da cadeia de frio no Brasil. Além disso, é necessário que todos os produtores busquem produzir de forma sustentável! Somente assim conseguirão garantir ao consumidor que todas as etapas da produção estão sendo feitas, respeitando o trabalhador, o meio ambiente, com rastreabilidade e com segurança do alimento. E por último, mas não menos importante: somente com a união dos produtores nós conseguiremos melhorar o setor como um todo.”

Rafael Jorge Corsino, empresário e presidente da Anapa (Associação Nacional dos Produtores de Alho) e da Anace (Associação Nacional dos Produtores de Cebola)



SETOR PARA OS PRÓXIMOS 20 ANOS?

A CULTURA TEM QUE SER RENTÁVEL E ACESSÍVEL AO CONSUMIDOR



Edson Trebeschi, da Trebeschi Tomates

“Temos um grande aliado que é o apelo saudável dos nossos produtos, que são recomendados por profissionais da saúde. Porém, precisamos tratar a propriedade rural como uma empresa, sendo competitivos, eficientes e fazendo mais com menos, para que a atividade seja rentável ao produtor e aos outros elos da cadeia, mas sem deixar de ser acessível ao consumidor. ... temos que olhar com os olhos do consumidor. Além disso, se faz necessária a organização do setor, e aumenta a importância de se unir para buscar benefícios nas pautas em comum: mudanças climáticas muito acentuadas, êxodo rural – menos pessoas no campo gerando alimentos para mais pessoas na cidade – e preservação do meio ambiente.”

É IMPORTANTE O PRODUTOR ESTAR ORGANIZADO, TROCAR EXPERIÊNCIAS

“O Ibrahort quer estar mais presente e atuante no setor produtivo. As associações também têm esse papel de trazer conhecimento. É importante o produtor estar organizado por meio de uma entidade, trocar experiências. A cada visita ao produtor, em uma determinada região, é sempre um aprendizado. Precisa-se criar um ambiente favorável de integração e associação entre os produtores, buscando somar esforços, não só a profissionalização do produtor, mas formalizar e modernizar a cadeia de comercialização como um todo.”



Manoel Oliveira, diretor executivo do Ibrahort

NOSSA VISÃO DE LONGO PRAZO ENVOLVE O DESENVOLVIMENTO DA CULTURA EXPORTADORA E EMPRESARIAL

“O Brasil é um grande produtor mundial de frutas, mas ainda não é um grande exportador. No mercado internacional, não temos grandes problemas de demanda; mesmo em mercados que não compram habitualmente do Brasil, não existe rejeição do produto nacional. Assim, na visão de longo prazo da Abrafrutas, dois aspectos principais devem ser incluídos na agenda: o desenvolvimento da cultura exportadora e o desenvolvimento da cultura empresarial. O primeiro aspecto é focado em trazer aqueles que ainda não exportam, para que vejam que pode ser uma boa combinação ter um mercado interno pujante como o brasileiro, mas também podendo ter acesso ao mercado internacional em alguns momentos oportunos. O aspecto da cultura empresarial é focado em ver a fruticultura como uma empresa, com boa gestão e planejamento. Muitos fruticultores são excelentes produtores rurais, mas não tão bons como homens e mulheres de negócios. A Abrafrutas oferece hoje uma assessoria completa neste sentido, além de ter sua própria ferramenta de inteligência competitiva disponível para os associados.”



Jorge de Souza, gerente técnico e de projetos da Abrafrutas

UM PRODUTOR SOZINHO NÃO TEM FORÇA, MAS UNIDO, GANHA REPRESENTATIVIDADE

“Cada dia mais é visível a importância da organização do setor e das associações. Um produtor sozinho não tem força, mas unido, ganha representatividade, facilita discussões e negociações e permite a transferência de tecnologia e de conhecimento. A união é importante para o fortalecimento da cadeia, e para ajudar a torna-la sustentável e viável. Quando se juntam novas cabeças, saem novas ideias. Além disso, o agricultor precisa saber as exigências do consumidor, priorizando a segurança do alimento, mas sem esquecer dos desafios dentro da porteira, principalmente relacionados ao clima, que tem sido muito variável nos últimos anos, e a tecnologias para ganho de produtividade, que é um ponto chave para se ter custos competitivos.”



Antônio Carlos Simoneti, empresário e presidente da ABCM (Associação Brasileira de Citros de Mesa)

A AGENDA PARA OS PRÓXIMOS ANOS INCLUI SUSTENTABILIDADE, RASTREABILIDADE E EFICIÊNCIA NO USO DE INSUMOS



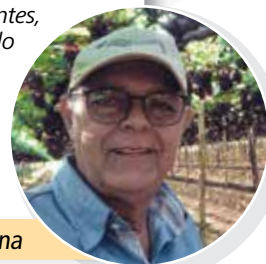
“Estar organizado é importante, porque é possível trocar experiência e tecnologia, além de conhecer melhor o mercado. A agenda para os próximos anos inclui sustentabilidade, rastreabilidade e eficiência no uso de insumos. O consumidor quer saber o que está sendo feito dentro da porteira. Além disso, não acredito que os preços dos insumos vão cair para os níveis anteriores, e a pesquisa e a troca de experiências podem ajudar os produtores a usar de forma mais eficiente esses produtos. Outros pontos importantes são investir em melhores técnicas pós-colheita, melhoria da gestão, qualificação da mão de obra e sucessão familiar.”

Jeferson Magário, empresário e presidente da Conaban (Confederação Nacional da Bananicultura)

OS MAIORES DESAFIOS SÃO DA PORTEIRA PARA FORA

“Os maiores desafios são da porteira para fora. Dentro, os produtores têm conseguido superar as dificuldades, seja com novas variedades, reinventando a forma de produzir ou aumentando o nível de tecnologia. Na parte de fora, ainda há agendas para serem trabalhadas. Pensando no mercado externo, ainda precisamos buscar eliminar ou reduzir as tarifas de exportação de algumas frutas, ampliar os mercados, diminuir as dificuldades logísticas para acessar o mercado externo e lidar com a pressão quanto aos resíduos (sendo exigidos bem abaixo do LMR). As ações para exportação são importantes, pois também contribuem para regular a oferta no mercado interno. Outro ponto deve ser aumentar a disseminação do conhecimento para produtores que não têm acesso a consultorias. Quanto à parte comercial, é essencial a união dos produtores em cooperativas e associações. Somente a partir desta união é que a comercialização poderá ser mais equilibrada, e o produtor poderá ter maior poder de negociação. Quando se foca só na produção, pode ter uma boa produtividade e qualidade, mas se não conseguir uma boa negociação, o esforço é perdido. Do lado do consumo, é preciso apoio de órgãos governamentais para promoção do consumo de frutas.”

Jailson Lira, presidente do Sindicato de Produtores Rurais de Petrolina



O FOCO É A PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL

“O produtor tem que largar o ego, deixar de achar que ele sabe de tudo. Precisa se unir para que isso o ajude a prosperar. Tem que compartilhar informações, saber quais iniciativas temos em prol do setor, produzir um produto seguro baseado nas boas práticas agrícolas e pensando no consumidor. Enquanto o produtor tiver medo de uma fiscalização, de escrever um diário de campo de forma correta, ele está informal. O produtor tem que se conscientizar, mudar suas práticas, sempre buscando uma produção mais sustentável. Além disso, ainda falta envolvimento e comprometimento de todos os elos da cadeia com o setor produtivo.”

Nelson Mallmann, da Tomates Mallmann



PRECISAMOS EVOLUIR NA PARTE DE COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

“O setor já está bastante avançado na questão de produção, que já vem sendo muito trabalhada nos últimos anos. Porém, ainda precisamos evoluir na parte de comercialização e distribuição. É importante alinhar as ações que hoje são praticadas no packing com as ações do varejo, para evitar que os esforços dentro da casa de embalagem sejam perdidos na gôndola e afetem a qualidade da maçã. Um ponto imprescindível para o presente e o futuro é a minimização do impacto ambiental, não só na produção, mas também no armazenamento e logística, com a diminuição do uso de plásticos e de combustíveis fósseis. Além disso, é necessário investir em novas variedades, visto que há demanda de consumidores por variedades diferenciadas, com boa coloração e sabor sensorial. E, por último, é essencial a estruturação comercial dos produtores em associações, cooperativas, entre outros agrupamentos, pois, além de fortalecer o setor produtivo, é uma forma também de prever a oferta do produto.”

Pierre Nicolas Pérès, Diretor Presidente da ABPM (Associação Brasileira de Produtores de Maçã)



TODOS TÊM O MESMO PROBLEMA, MAS NÃO SE UNEM

“Um dos grandes problemas atuais na exportação de frutas está relacionado à logística. Além da alta nos preços, falta espaço nos navios e nem sempre há qualidade do serviço, como atrasos. Isso dificulta a comercialização no país de destino, já que gera acúmulo de produtos. Uma ação que poderia minimizar este problema é a organização do setor através da união dos produtores. Atualmente, cada empresa negocia o seu frete separado, mas poderiam se juntar e fretar navios. Há muitas reclamações, mas poucas atitudes; todos têm o mesmo problema, mas não se unem. É importante se organizar nas compras, na cadeia de suprimento e na logística.”

Luiz Roberto Maldonado Barcelos,
diretor institucional da Abrafrutas e sócio-fundador da Agrícola Famosa



META 2042: HFS COMO PROTAGONISTAS DO PRATO DO BRASILEIRO!

AÇÕES PARA PROMOVER A SUSTENTABILIDADE DA CADEIA PRODUTIVA DE FRUTAS E HORTALIÇAS



Ficou visível pela opinião de representantes do setor que teremos os próximos 20 anos de muito trabalho. Ainda há temas que convergem quando se discute a agenda dos próximos anos, mas é consenso de que houve importantes avanços na área produtiva, com melhor tecnologia e consequentes ganhos de produtividade e de qualidade.

Um dos principais consensos diz respeito à importância

da união do setor para lutar pelas pautas em comum e para ganhar representatividade e competitividade. Também foram colocados em foco preocupações relacionadas à sustentabilidade da atividade (econômica, ambiental ou social) e melhor articulação da cadeia, o aumento no consumo de HFs, a segurança do alimento e a importância da disseminação do conhecimento, com apoio a pesquisas e maior acesso à informação. ■

-17,4%



Preço do salada 3A recua pelo segundo mês na Ceagesp

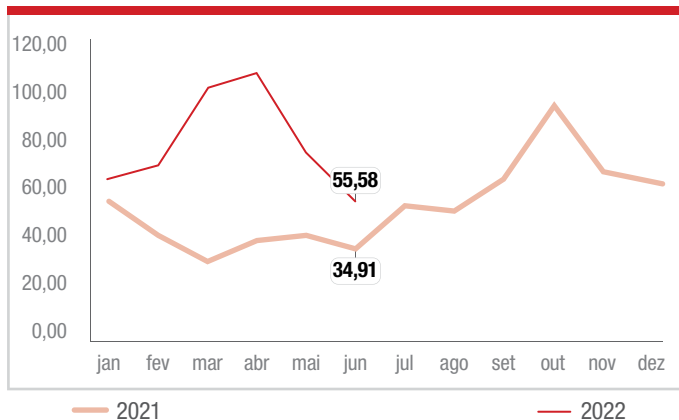


Demanda

Frio reduz procura em junho

Preços recuam com maior oferta e demanda fraca

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta aumenta com intensificação da safra de inverno e colheita de rasteiro

Rentabilidade

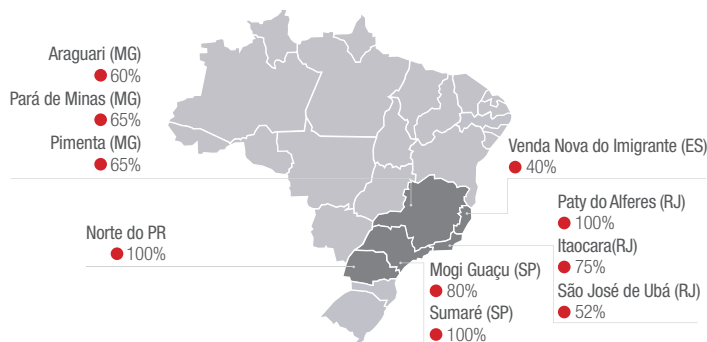
R\$ 55,58 (preço)
 -R\$ 40,05 (custo)

+R\$ 15,53/cx

Apesar de mais restrita, rentabilidade se mantém positiva em junho

Os preços do tomate recuaram em todas as praças produtoras em junho. A intensificação da colheita da primeira parte da safra de inverno juntou-se ao aumento das atividades do rasteiro, incrementando a oferta mesmo em época de baixas temperaturas e ritmo controlado de maturação. De modo geral, o clima seco favoreceu as lavouras. Já em algumas praças do Nordeste, com safra anual, houve registros de doenças devido às chuvas. Apesar da desvalorização do tomate em junho, os preços estiveram acima dos custos de produção.

EM JULHO, 69% DA 1ª PARTE DA SAFRA DE INVERNO DEVE SER OFERTADA



1ª parte da safra de inverno

Estimativa (%) de área colhida de tomate da 1ª parte da de inverno (mar/22 – dez/22)

PERSPECTIVAS



Oferta

Desaceleração da colheita da primeira parte da safra de inverno e menores temperaturas podem reduzir a oferta em julho.



Calendário

Quanto à segunda parte da safra de inverno, a previsão é que 36% dos transplântios sejam concluídos até o final de julho.



Fitossanidade

Com baixas temperaturas e pouca chuva, lavouras devem seguir com boa sanidade em julho.

Portfólio de porta-enxertos Seminis

Produtividade,
resistência e
segurança.

VIGOR



-21,57%



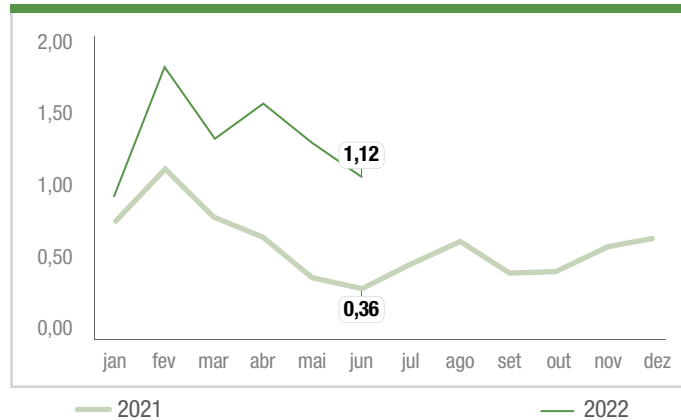
Queda no preço da alface americana em Teresópolis (RJ)



Mercado desaquecido leva à nova redução da área

Oferta restrita limita maiores quedas em SP

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

R\$ 1,25/ uni (Jun/22)

Preços da alface crespa têm apenas leve baixa em Mogi das Cruzes (SP)

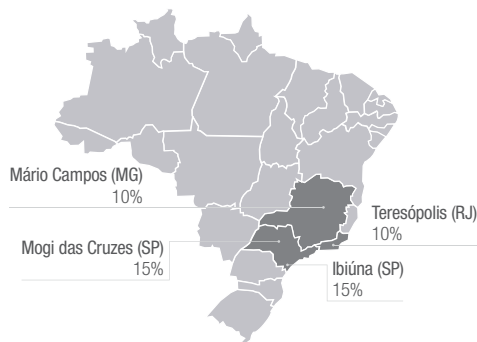


Frio

Baixas temperaturas em Teresópolis (RJ) enfraquecem demanda

A liquidez esteve baixa no mercado de alface em junho, devido ao típico enfraquecimento da procura nos períodos mais frios. A redução do plantio, que restringiu a oferta, limitou quedas mais expressivas dos valores em São Paulo. Assim, houve apenas ligeiras reduções nos preços: a alface crespa em Ibiúna (SP) finalizou junho com média de R\$ 1,12/un, recuo de 15,65% em comparação a maio. Em Teresópolis (RJ), a desvalorização foi mais significativa, visto que as cotações estavam mais elevadas em maio, devido à boa procura na região. No RJ, a crespa finalizou a R\$ 0,78/un, baixa de 18,48% e a americana, a R\$ 1,48/un, recuo de -21,57% entre maio e junho.

SAFRA DE INVERNO GANHA FORÇA EM JULHO



Estimativa (%) de área colhida de alface (até jul/22) da safra de inverno (jun/22 – dez/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Demanda

Procura tende a se manter desaquecida em julho diante do clima frio.



Produtividade

Escoamento reduzido e clima seco permitem maior ciclo das alfaces na roça, elevando a produtividade e a qualidade.



Rentabilidade

Mesmo com alto custo de produção, rentabilidade da alface crespa sobe 274% em Ibiúna (SP) em junho em relação ao mesmo mês de 2021, que apresentava rentabilidade negativa.

A LINHA HORTIFRÚTI da Corteva Agriscience reforçou seu portfólio e lançou ao mercado nacional dois fungicidas com combinações inovadoras: **Zorvec® Encantia®** e **Zorvec® Entido®**. Chegou a **Geração Zorvec®**, a nova geração de fungicidas da Corteva que veio para elevar o patamar de controle de doenças da sua lavoura.

#IssoMudaTudo

GERAÇÃO Z

Com Zorvec® muda tudo.



LANÇAMENTO

ZORVEC®
Entido®

FUNGICIDA

Um controle incomparável de doenças e proteção duradoura em todo o ciclo na cultura da batata.

LANÇAMENTO

ZORVEC®
Encantia®

FUNGICIDA

Ação eficaz, sanidade e controle em todas as etapas do desenvolvimento da plantação, mesmo em condição adversas.

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.

-19,8%



Preço

Preço da ágata especial cai nos atacados em junho

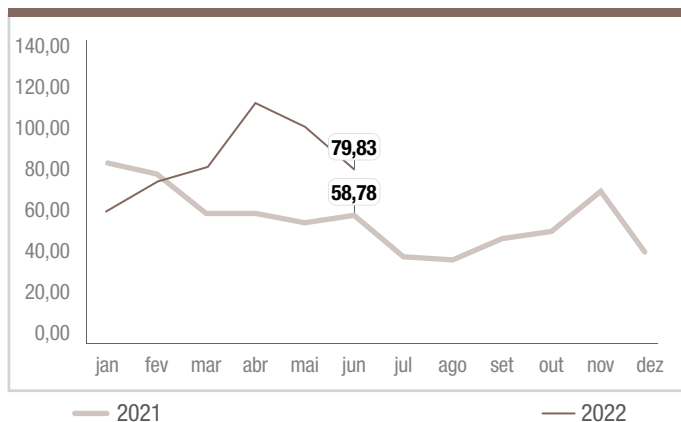


Produção

Fitossanidade e fatores climáticos aumentam amplitude de produtividade e qualidade

Com intensificação da safra das secas e boa produtividade, preços recuam

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/22)



Colheita das secas se intensifica, aumentando a disponibilidade

Rentabilidade

da ágata (média Brasil) em junho

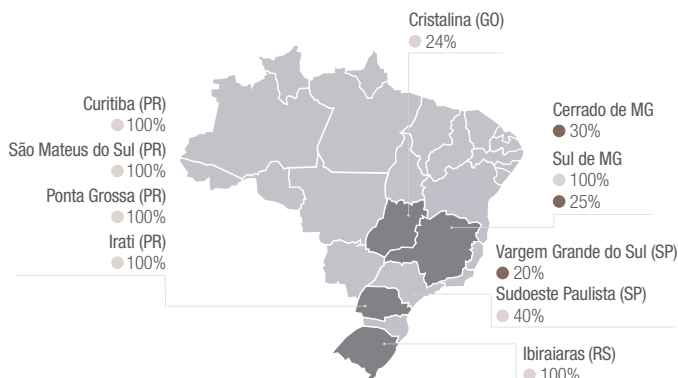
R\$ 67,43 (preço)

-R\$ 40,20 (custo)

+R\$ 27,23/kg

Ibiraíaras e Bom Jesus (RS) e Curitiba, Ponta Grossa e Irati (PR) terminaram o mês com as atividades a todo vapor. A intensificação garantiu maior oferta, reduzindo as cotações. Mesmo assim, os preços se mantiveram acima dos custos de produção, com boa margem de ganho para os produtores. Alguns bataticultores do Sudoeste Paulista (SP) já colhem desde o início de junho, mas o volume deve aumentar em julho. No Sul de Minas e no Cerrado Mineiro, a oferta estava elevada no começo do mês, mas a forte incidência de requeima nas lavouras após a segunda quinzena do mês reduziu a disponibilidade.

COLHEITA DAS SECAS ATINGE PICO EM JULHO; SAFRA DE INVERNO SE INICIA



Estimativa (%) de área de batata colhida frente ao total das safras das secas (mai/22 – jul/22) e de inverno (jul/22 – dez/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS

Oferta

Intensificação da colheita da safra das secas no Sudoeste Paulista e início da temporada de inverno em Vargem Grande do Sul (SP) aumentam oferta.

Preço

Cotações devem seguir em queda devido à oferta elevada nas regiões produtoras.

Produtividade

Clima mais frio e seco deve amenizar a incidência de doenças, garantindo boa produtividade nas lavouras.

-25%



Queda do preço médio nacional da cebola híbrida



Importação

+12%

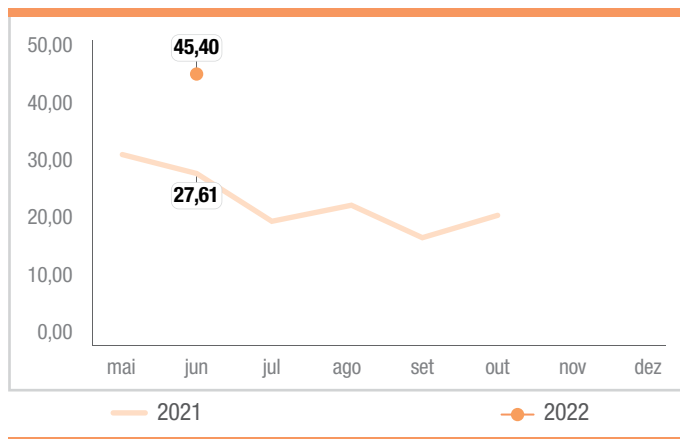
(2022 X 2021)
(volume)

Compras externas se encerram em junho, maior que o de 2021 (1º sem)

Fonte: Secex.

Importações se encerram; colheita tem início no Cerrado

Preços médios recebidos em Santa Juliana (MG) pela cebola beneficiada tipo 3 (R\$/sc de 20 kg)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/22)



Oferta nacional cresce em junho, e BR passa a consumir produção própria



Safra 2022

Cerrado (MG e GO) inicia colheita da temporada 2022 em junho

A colheita de cebola começou em junho no Cerrado (MG e GO), ao mesmo tempo em que se encerraram as importações da Argentina. Com o gradual aumento da oferta nacional, as cotações do bulbo registraram queda no último mês. Em Divinolândia (SP), o valor médio de junho foi de R\$ 2,31/kg, 25% menor que o de maio. No Nordeste, produtores tiveram dificuldades de colheita no início de junho, devido às chuvas em Irecê (BA) e no Vale do São Francisco (BA/PE). No geral, o volume colhido foi baixo, reflexo também das condições climáticas desfavoráveis durante o plantio no primeiro semestre, que, somadas à alta dos custos de produção, limitou investimentos na cultura.

SP INICIA COLHEITA DA TEMPORADA 2022 EM JULHO



Estimativa (%) de colheita de cebola (até jul/22) da safra do 2º semestre do Nordeste (jul-dez/22), do Cerrado e de SP (mai-out/22)

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

Com ritmo mais intenso de colheita no Cerrado (MG e GO) e início em SP, oferta aumenta.



Preço

Intensificação da colheita pode pressionar cotações em julho.



Custo

Custos de produção elevados encarecem produção da safra 2022 e limitam rentabilidade dos produtores em MG, GO e SP.



Preço

Queda nas cotações em junho é reflexo da maior disponibilidade e do mercado lento

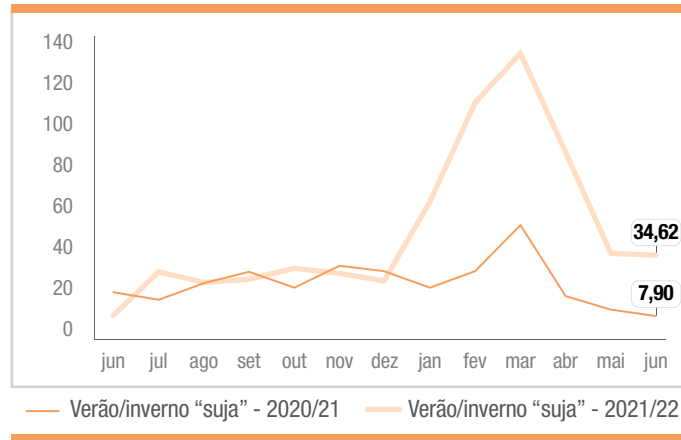


Clima

Chuvas no primeiro trimestre causam intervalo na colheita em junho

Cotações têm nova queda em junho

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Rentabilidade

da "suja" em São Gotardo (MG) em junho (sc de 29 kg)

R\$ 34,62 (preço)

-R\$ 24,00 (custo)

+R\$ 10,62/sc

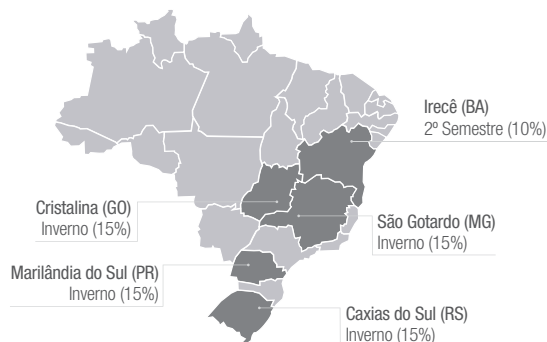


Oferta

Apesar do aumento, oferta não é tão alta em junho, ainda refletindo os efeitos das chuvas do início do ano

O preço caiu novamente em junho, mas continuou acima dos custos. A desvalorização esteve atrelada ao leve aumento da oferta e mercado lento. Apesar disso, os efeitos das chuvas intensas do início do ano ainda têm sido observados na produção: como o plantio foi dificultado pelas precipitações entre janeiro e março, houve uma janela na colheita em junho. No entanto, em algumas praças, como na Bahia, a oferta está bastante elevada, e os produtores estão "segurando" as raízes na roça na tentativa de forçar um aumento nas cotações.

COLHEITA DE INVERNO JÁ FOI INICIADA EM TODAS AS ÁREAS



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

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

Como todas as praças já iniciaram a colheita de inverno, a oferta nacional deve aumentar.



Preço

Mesmo com o possível aumento da oferta, cotações podem se manter atrativas ao produtor em julho.



Custo

Aumento no valor dos insumos encarece custo de produção e limita margem do produtor.



+17,8%



Jun/22
X
Mai/22

Negra sem semente no contentor volta a se valorizar a partir da 2ª quinzena de junho, mas margens ainda são restritas

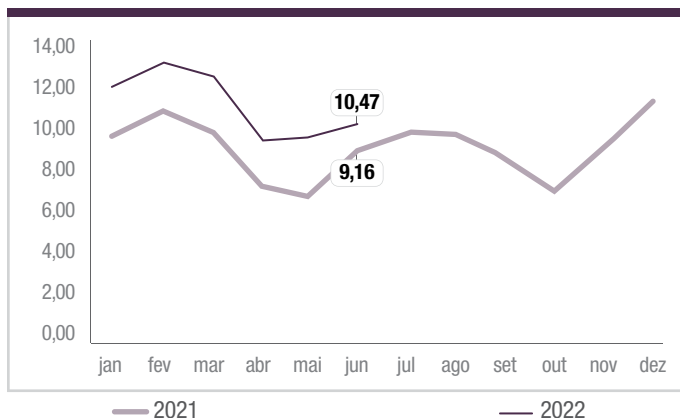


Míldio

Umidade favorece incidência de míldio no Vale do São Francisco em junho

Baixa oferta aumenta preços, mesmo com menor demanda

Preços médios da branca sem semente embalada recebidos por produtores (R\$/kg)



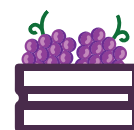
Fonte: Hortifruti/Cepea.

R\$ 10,47/ kg



(Jun/22)

Preços da branca sem semente ficam firmes no Vale do São Francisco, diante da baixa oferta

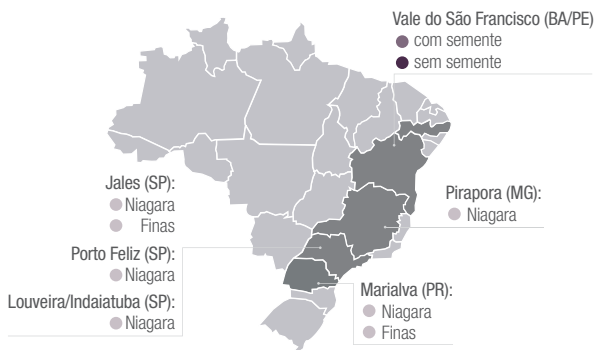


Colheita de niagara se inicia aos poucos em Pirapora (MG), e baixa oferta eleva preços

A comercialização de uva de mesa foi bastante lenta em junho, devido ao frio, que restringiu a demanda. No Vale do São Francisco (PE/BA), produtores da BRS vitória enfrentam problemas com a alta oferta, e, apesar de os preços terem subido no contentor, ainda estiveram em patamares pouco remuneradores. Em Pirapora (MG), onde a colheita se iniciou em junho, o volume de niagara ainda foi baixo e elevou os preços. A produtividade dos parreirais, por sua vez, está satisfatória, já que o clima favoreceu o desenvolvimento dos cachos. Nas outras regiões produtoras de niagara, os preços também subiram perto do final da safreinha, resultado da baixa disponibilidade.

OFERTA NACIONAL DEVE AUMENTAR EM JULHO

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de uvas em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Exportações

A intensificação da colheita na Europa deve limitar os envios brasileiros pelo menos até a abertura de janela de exportação do segundo semestre.



Colheita

Primeiras uvas de Jales (SP) devem ser colhidas em julho, aumentando a oferta no estado de São Paulo.



Rentabilidade

Margens da BRS vitória podem continuar restritas no Vale do São Francisco (PE/BA) no segundo semestre, diante dos custos em alta.



MAMÃO

Analistas de mercado: *Máira Pereira Kanegae e Klisman Teixeira*
Editora econômica: *Marcela Guastalli Barbieri*
hfmamao@cepea.org.br

Oferta

(Jun/22)



Com clima mais ameno no ES, em MG e na BA, volume colhido diminui

+157%

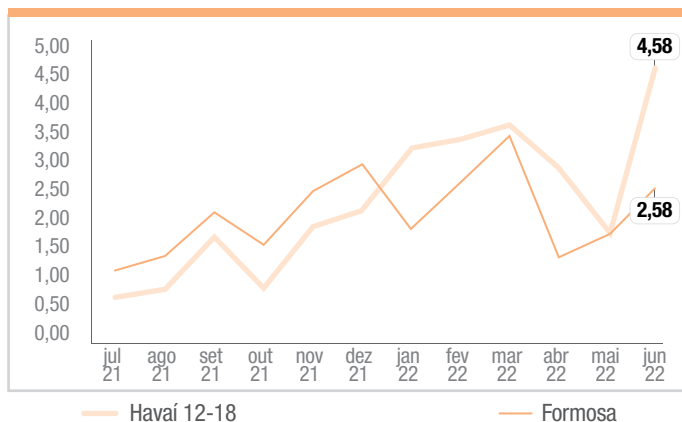


Jun/22
X
Mai/22

Preço do havaí tipo 12 a 18 aumenta no Sul da BA

Oferta controlada eleva preços em junho

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+52%



Jun/22
X
Mai/22

Com menor oferta, preço do formosa sobe no Norte do ES



Demanda

É menor, influenciada pelos preços elevados e frio

A queda das temperaturas nas regiões produtoras do Espírito Santo, de Minas Gerais e da Bahia em junho atrasou a maturação dos mamões, reduzindo a oferta significativamente. Assim, os preços da fruta subiram na roça, mesmo com a demanda retraída – ora pelo clima mais frio nos grandes centros consumidores, ora pelos elevados preços. Vale ressaltar que as valorizações ocorreram, sobretudo, a partir da segunda semana do mês.

FRIO DEVE SEGUIR CONTROLANDO A OFERTA EM JULHO



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de mamão em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Oferta

Baixas temperaturas nas regiões produtoras devem limitar a oferta em julho.



Preço

Disponibilidade controlada na roça deve garantir valorizações em julho, dependendo da aceitação do mercado.



Doenças

Clima mais frio e seco deve controlar proliferação de doenças fúngicas. Porém, frutas chegarão mais verdes nos centros consumidores.



MANGA

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

+185%



Preço da palmer segue bem acima do de 2021 no Vale do São Francisco (PE/BA)



Exportações

-17%

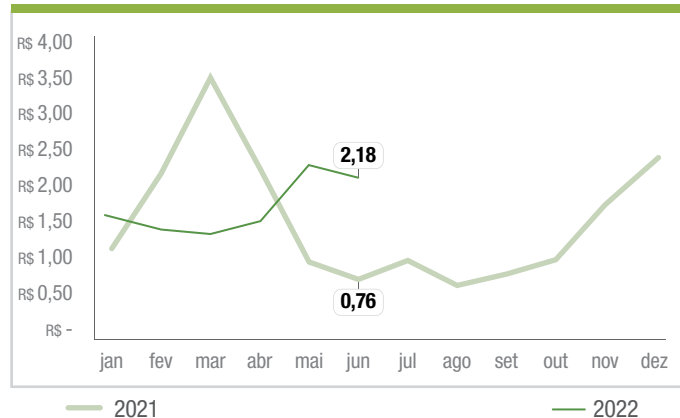
(Jan-Jun/22 X Jan-Jun/21)

Caem em 2022, com restrições de qualidade devido às chuvas no Vale e a limitações logísticas

Fonte: Secex.

Preço recua no mês, mas segue maior que o de jun/21

Preços médios recebidos pela palmer no Vale do São Francisco



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/22)



Oferta tem leve aumento no Semiárido, mas continua limitada, permitindo cotações elevadas

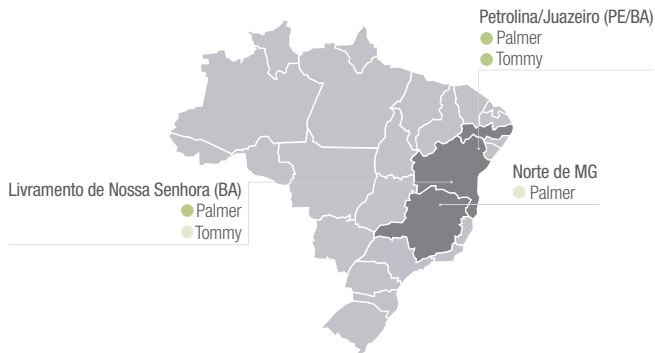


Pomares de Monte Alto/Taquaritinga (SP) registram primeiras florações

Ainda que os valores tenham caído em junho em relação a maio, continuaram remuneradores e bem acima dos patamares registrados no mesmo período de 2021. A queda em junho é pautada pelo leve aumento na disponibilidade em Livramento de Nossa Senhora (BA) e no Norte de MG, regiões que praticamente não haviam tido colheita em maio. Quanto aos embarques, estão inferiores aos do ano passado, devido às restrições logísticas e de qualidade. O diferencial de preços entre o mercado interno e o externo diminuiu, fazendo com que muitos produtores preferissem a comercialização doméstica. Em Monte Alto/Taquaritinga (SP), o frio favoreceu a abertura de floradas.

OFERTA SEGUE AUMENTANDO NO SEMIÁRIDO EM JULHO

PERSPECTIVAS



Estimativa de ritmo de colheita de manga em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Oferta

Disponibilidade de mangas deve aumentar a partir de julho, com pico de colheita em setembro e outubro no Semiárido.



Exportações

Envios aos Estados Unidos serão iniciados pontualmente no fim de julho, mas devem se intensificar a partir de agosto.



Rentabilidade

Aumento da oferta deve pressionar os preços da manga a partir de agosto, e, com os custos em alta, produtores estão preocupados com a rentabilidade.

CITROS

-6,9%



Apesar da intensificação do processamento, oferta elevada e demanda fraca ainda impedem valorização da laranja pera

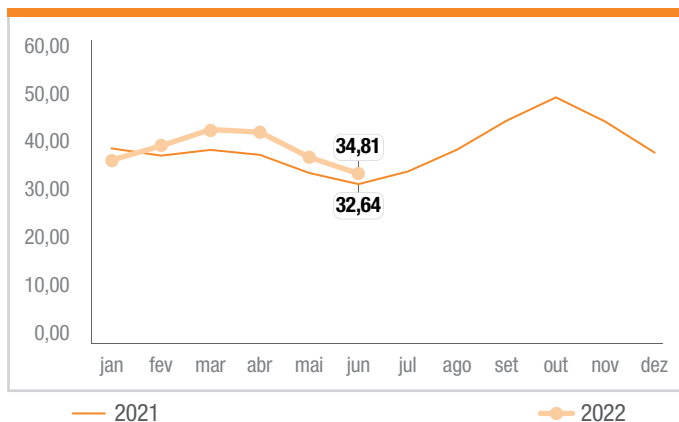


Indústria

Preço da laranja no mercado spot sobe em junho, chegando a até R\$ 28,00/cx de 40,8 kg, colhida e posta na fábrica

Oferta acima da demanda mantém preço em queda

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Demanda

Baixas temperaturas prevalecem em junho e limitam consumo de frutas cítricas



Lima ácida tahiti

Exportações seguem recordes na parcial de 2022

Os preços da laranja seguiram sem sustentação por mais um mês. Ainda que o processamento industrial tenha se intensificado em relação a maio, a oferta de frutas no segmento *in natura* foi superior à demanda, já que o consumo seguiu limitado diante das baixas temperaturas. No caso da lima ácida tahiti, a oferta continuou alta durante todo o mês, mantendo os preços baixos. Contudo, houve sinais de recuperação nos últimos dias de junho, mas não o suficiente para elevar a média mensal, que fechou a R\$ 13,35/cx de 27 kg, colhida, desvalorização de 7% frente a maio.

COLHEITA DE LARANJAS DEVE SE INTENSIFICAR EM JULHO

PERSPECTIVAS



São Paulo
● Laranjas pera, baía, lima, tangerina poncã e lima ácida tahiti
● Laranjas hamlin, westin, rubi



Colheita

Disponibilidade de laranjas precoces deve aumentar em julho, mas bom ritmo de moagem pode restringir oferta dessas variedades no mercado *in natura*.



Lima ácida tahiti

Oferta deve se reduzir gradualmente em julho, mas restrição das exportações devido a cargas interceptadas com cancro cítrico traz temores de maior disponibilidade doméstica.



Tangerina poncã

Colheita de tangerina poncã no estado de São Paulo deve se encerrar até o final de julho.

Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de cítricos em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Knowledge grows

Nutrindo hoje para colher sempre.

O equilíbrio entre a alta produção
e a preservação da natureza.

Soluções nutricionais que influenciam o
crescimento e o rendimento das plantas
sempre respeitando o meio ambiente.



Conheça nossa loja virtual:
comprar.yarabrasil.com.br
A melhor solução nutricional
para sua lavoura, em poucos cliques.

YARA BRASIL
NUTRINDO HOJE,
PARA COLHER MAIS,
SEMPRE E MELHOR.



Demanda

Procura continua limitada para as graúdas Cat 1, diante da crise econômica

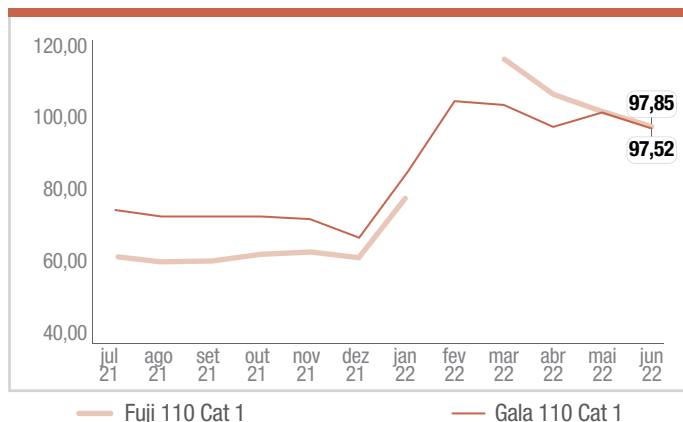
+34%



Mesmo em mercado fraco, preço da gala 110 Cat 1 está maior do que no ano passado

Cenário de crise econômica segue limitando demanda de graúdas Cat 1

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

-3%



Fuji 110 Cat 1 se desvaloriza nas classificadoras



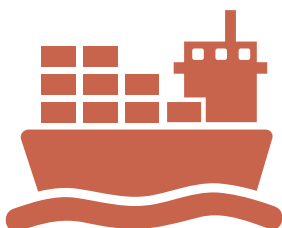
Limpeza

Dos pomares é realizada para que entrem em dormência

Em junho, os preços da maçã graúda Cat 1 recuaram nas classificadoras em relação a maio, diante da demanda restrita – como esse perfil é mais caro, acaba sendo um dos mais afetados pela crise econômica. Porém, as cotações atuais estão superiores às do mesmo mês do ano passado, já que houve uma quebra de safra significativa de quase 30% neste ano, segundo a ABPM.

COM MAIOR IMPORTAÇÃO, BALANÇA FICA NEGATIVA

-US\$ 8,49 milhões
(de janeiro a junho/22) Balança comercial **negativa**



Fonte: Secex.

Importação

Volume: 35,69 mil toneladas (+51%)
Gastos: US\$ 32,93 milhões (+41%)

Exportação

Volume: 34,21 mil toneladas (-63%)
Receita: US\$ 24,44 milhões (-64%)

PERSPECTIVAS



Preços

Diante dos menores estoques nacionais, os preços podem subir em julho, sobretudo para as frutas miúdas, que são mais procuradas.



Importações

Devem continuar crescendo nos próximos meses, em decorrência da baixa oferta nacional.



Dormência

O início do período de dormência das macieiras é favorecido pela queda de temperaturas no Sul.

MELÃO



Demanda

Clima mais frio nos grandes centros enfraquece demanda

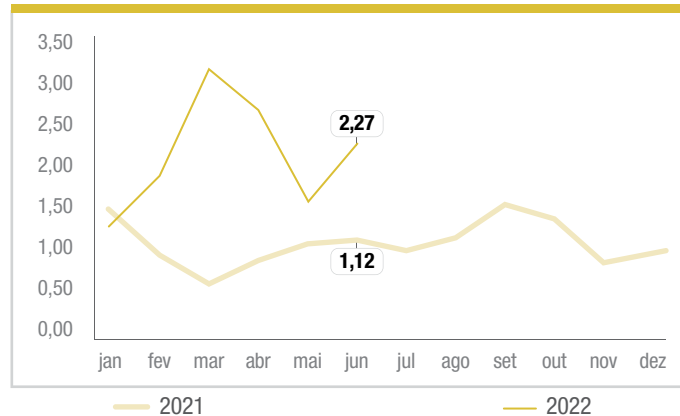


Fechamento de contratos

Para exportações está atrasado, limitando os primeiros plantios da safra 2022/23

Apesar da fraca demanda, preços sobem no Vale

Preço do amarelo a granel no Vale do São Francisco (BA/PE)



Fonte: Hortifruti/Cepea.

Oferta

(Jun/22)



Recua no Vale (BA/PE), diante da influência das menores temperaturas. Calibre também diminui

+44%

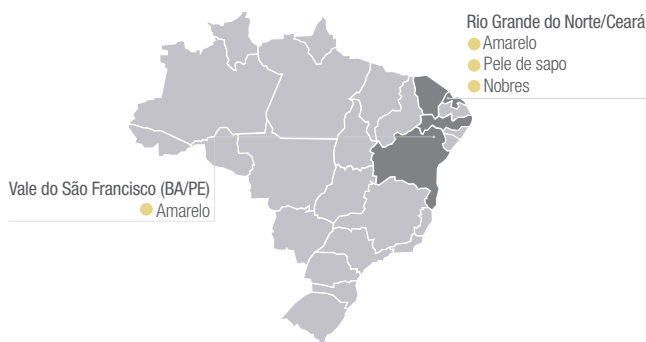


Jun/22
X
Mai/22
Baixa oferta impulsiona cotações do amarelo a granel no Vale (BA/PE)

Os preços do melão amarelo subiram no Vale do São Francisco (BA/PE) em junho, impulsionados pela redução da oferta. Isso porque chuvas e a queda das temperaturas prejudicaram o desenvolvimento das frutas e favoreceram a incidência de bacterioses. Porém, a valorização foi limitada pela baixa procura devido ao frio nos grandes centros e às festividades de São João. No Rio Grande do Norte/Ceará, o fechamento de contratos internacionais foi atrasado por dificuldades nas negociações, o que atrapalhou os primeiros plantios.

SAFRA DO VALE ESTÁ SE ENCERRANDO

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melão em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Safra do Vale

Deve chegar ao fim em julho, visto que a campanha do RN/CE se inicia em agosto.



Menores calibres

Devem continuar sendo ofertados, já que a maturação foi prejudicada pelo clima mais ameno na roça.



Preço do amarelo

Continua elevado em julho, em decorrência da baixa oferta nacional, sobretudo dos calibres mais demandados (tipos 5 a 8).



BANANA

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



Frente fria

Reduz oferta e causa *chilling* no Norte de SC, Vale do Ribeira e Norte de MG em junho

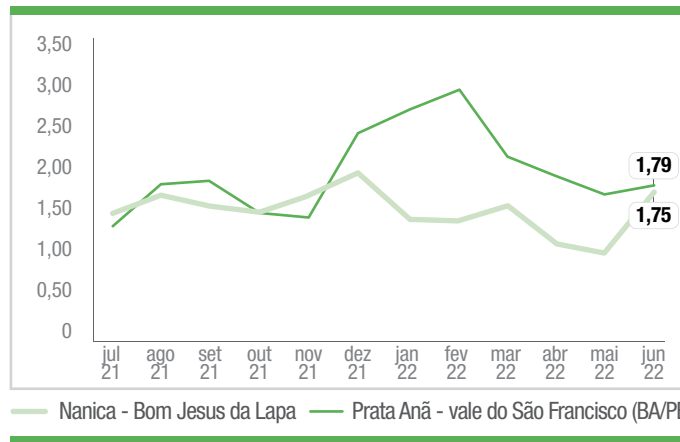
+96%



Preço da nanica de primeira sobe em Bom Jesus da Lapa (BA)

Frio no Sul e Sudeste afeta qualidade e aumenta procura no NE

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.



Demanda

Aumenta para frutas de 1ª qualidade no NE, que não enfrenta problemas com o frio

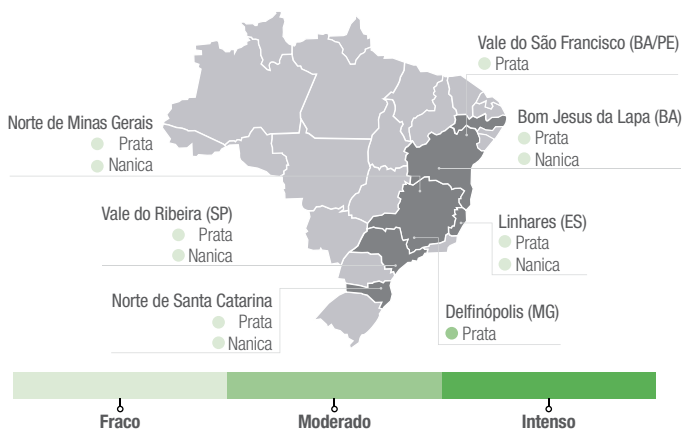
+8%



Preço da prata anã de primeira aumenta no Vale do São Francisco

Em junho, a oferta de banana se reduziu nas regiões produtoras do Sul e do Sudeste, diante do clima mais frio. Além disso, a qualidade foi prejudicada, com registro de *chilling*. Assim, a procura por frutas de melhor qualidade aumentou nas praças que não foram tão afetadas pelas baixas temperaturas, como as do Nordeste. No geral, os preços subiram, devido à limitada oferta nacional.

RITMO DE COLHEITA SE REDUZ NO INVERNO



Estimativa de ritmo de colheita de banana em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.

PERSPECTIVAS



Preço

Podem seguir em alta no mercado brasileiro em julho, devido à baixa oferta.



Qualidade

Deve continuar sendo afetada pelas baixas temperaturas no Sul e no Sudeste.



Sigmatoka

Registros de sigatoka negra no Sul e Sudeste devem diminuir, diante do frio.



MELANCIA

Analistas de mercado: Lucas de Mora Bezerra e Thomas Brigato
Editora econômica: Fernanda Geraldini
hfmelancia@cepea.org.br

Oferta



Oferta recua em Uruana (GO) em junho, reduzindo a disponibilidade nacional

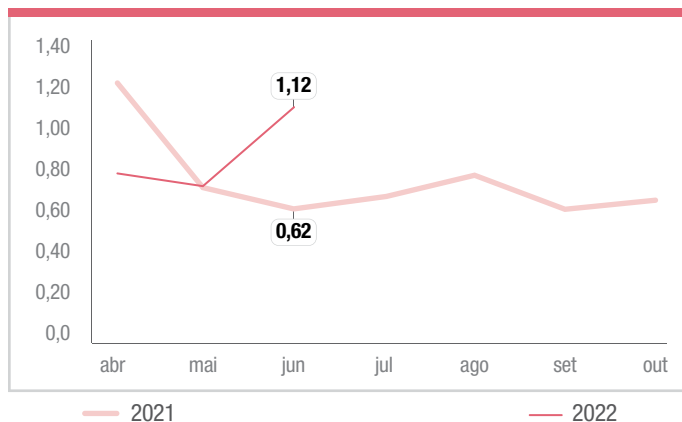


Fitossanidade

Temperaturas elevadas diminuem a incidência de problemas fitossanitários nas lavouras de GO e do TO

Menor oferta favorece aumento dos preços

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



Fonte: Hortifruti/Cepea.

+51%



Jun/22
X
Mai/22

Oferta restrita em Uruana (GO) impulsiona cotações em junho



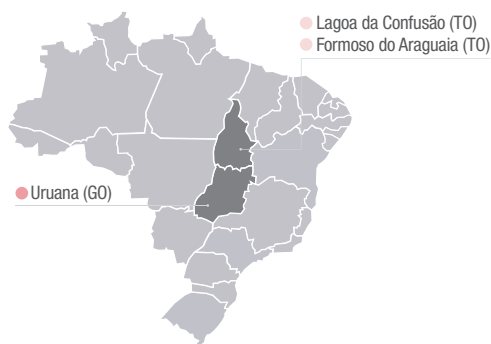
Colheita

Em ritmo lento, colheita se inicia em Lagoa da Confusão (TO)

Em junho, as primeiras melancias de Lagoa da Confusão (TO) foram colhidas. No início do mês, as frutas tocantinsenses tiveram como destino o mercado da região Norte, mas na segunda quinzena, passaram a ser enviadas também para os centros consumidores do Sul e do Sudeste. Mesmo assim, com a redução da oferta na região de Uruana (GO), a disponibilidade nacional diminuiu, contribuindo para o avanço dos preços, sobretudo na segunda metade do mês. Com relação ao clima, as altas temperaturas prevaleceram nas principais regiões produtoras, favorecendo o controle fitossanitário nas lavouras.

OFERTA DEVE CONTINUAR MODERADA EM JULHO

PERSPECTIVAS



Fraco Moderado Intenso

Estimativa de ritmo de colheita de melancia em julho

Fonte: Hortifruti/Cepea.



Plantio

Produtores de Marília/Oscar Bressane (SP) iniciarão em julho o plantio das primeiras áreas da safra principal de 2022/23.



Custo

Mesmo com expectativas de boas produtividade e sanidade, aumento nos preços dos insumos e arrendamento devem manter custos em alta.



Colheita

Aos poucos, colheita deve se intensificar nas regiões tocantinsenses de Lagoa da Confusão e Formoso do Araguaia.



NOVO FUNGICIDA
Zampro®

**PARA
UM CICLO
COMPLETO DE
PROSPERIDADE.**

UMA SOLUÇÃO ÚNICA
PARA A HORTICULTURA.

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



☎ | © 0800 0192 500
🌐 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: ZAMPRO® N° 02722.