

54



CONHEÇA A  
CADEIA  
BRASILEIRA DE  
HORTIFRÚTIS



horticultura, que inclui o cultivo de frutas, legumes, verduras e plantas ornamentais, começou na região do **“Crescente Fértil”**, que compreende partes do Oriente Médio. No Brasil, a história da cadeia de hortícolas começa com as práticas agrícolas dos povos indígenas, que, antes do período de colonização, já cultivavam uma grande variedade de frutas e verduras, como a abóbora, o açaí, a batata-doce, o guaraná e a mandioca. O setor

hortícola é caracterizado pela união entre os segmentos de produção de: **1) legumes e verduras ou hortaliças; 2) frutas (fruticultura); e 3) plantas ornamentais (floricultura)**. No artigo de hoje, focaremos nos dois primeiros, grupo que é popularmente conhecido como “hortifrútiis” (ou “HFs”).

A principal finalidade desse segmento é a **produção de alimentos**, fornecendo uma grande variedade de frutas, legumes e verduras frescas, além dos produtos processados, ervas e especiarias. A indústria de bebidas ainda contempla sucos, refrigerantes, vinhos e licores, produzidos a partir de frutas. Alguns produtos ainda estão presentes na área da saúde, por meio de plantas medicinais, utilizadas na produção de medicamentos fitoterápicos e derivados.

As cadeias de hortifrútiis são compostas por uma variedade de agentes que desempenham papéis importantes em cada etapa do processo, desde a **produção até o consumo final**. Na etapa de pré-produção, os fornecedores de insumos proporcionam sementes, mudas, fertilizantes, defensivos agrícolas e equipamentos necessários para o cultivo; aqui se destacam os equipamentos de proteção de cultivo como estufas, casas de vegetação, climatizadores, tecnologia para hidroponia e outros. Em seguida, os produtores são os responsáveis pelo cultivo das frutas, legumes, verduras e plantas ornamentais, utilizando técnicas modernas e sustentáveis para garantir a qualidade e a produtividade desejadas.

**Muitos destes produtos já estarão prontos para o consumo** (in natura) ao final do ciclo produtivo, ao contrário do que vemos com grãos e outras culturas perenes (que necessitam de um processamento mínimo ou avançado). A etapa de processamento é opcional ao transformar alguns produtos frescos em alimentos processados, como sucos, conservas e congelados, agregando valor e conveniência para os consumidores. Os distribuidores atuam na desafiadora logística de transportar produtos perecíveis (quando não processados), para os mer-

cados externo e interno, onde chegam aos consumidores por meio dos tipos de varejo, destacando-se as feiras e centros de distribuição (Ceasas) e os varejões, cada vez mais bonitos de serem visitados.

Com uma produção de cerca de **40 milhões de toneladas** e 2,5 milhões de hectares cultivados, o Brasil é o terceiro maior produtor de frutas do mundo, criando cerca de 6 milhões de empregos. Nesse segmento, o valor bruto da produção **supera os R\$ 50 bilhões anuais**, segundo o IBGE, com destaques para: a laranja (R\$ 10,9 bilhões); a banana (R\$ 8,6 bilhões); o açaí (R\$ 4,7 bilhões); e a uva (R\$ 3,6 bilhões). Nas exportações, o Brasil vendeu mais de 1 milhão de toneladas de frutas ao exterior em 2023, apenas 3% da oferta, evidenciando potencial de crescimento. Com uma receita que superou US\$ 1 bilhão, os destaques foram: mangas frescas ou secas (266 mil t); melões frescos (228 mil t); e abacate (105 mil t).

Dentre as hortaliças, a produção nacional ultrapassa os 33 milhões de toneladas em uma área de **1,6 milhão de hectares**. Já a renda da categoria **soma R\$ 34,4 bilhões anualmente**, com destaque para os cultivos: mandioca (R\$ 10,9 bilhões); tomate (R\$ 6,0 bilhões); batata-inglesa (R\$ 5,5 bilhões); e cebola (R\$ 2,5 bilhões).

Sua distribuição geográfica é **muito diversificada no Brasil**, contribuindo para o desenvolvimento de diferentes regiões. Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), a produção de hortaliças e frutas está distribuída: Sudeste (41%), Nordeste (22%), Sul (17%), a região Norte (14%) e a região Centro-Oeste (6%).

Existem **grandes oportunidades**, seja para ampliar a exportação via alimentos processados e embalados (maior tratamento pós-colheita); ou mesmo para elevar a transparência e rastreabilidade dos produtos por meio de interações virtuais e embalagens inovadoras, certificados e selos de qualidade. A demanda para mercados de nicho deve crescer, com consumidores buscando mais produtos processados e exóticos. Métodos sustentáveis de produção estão em alta no ramo de hortifrúttis, com métodos como a hidroponia, aquaponia, fertilização orgânica, uso de insumos biológicos, o cultivo vertical em grandes cidades; entre outros, criando muitas **oportunidades de trabalho e geração de renda**.

**Recomendamos que visite os seguintes sites para mais informações:**

- [www.abhorticultura.com.br](http://www.abhorticultura.com.br) • [www.hfbrasil.org.br](http://www.hfbrasil.org.br)
- [www.horticulturabrasileira.com.br](http://www.horticulturabrasileira.com.br) • [www.ibrahort.org.br](http://www.ibrahort.org.br)

# QUESTÕES PARA DEBATE

- 1)** Os centros de distribuição (Ceasas) constituem um dos principais canais de comercialização de hortifrutis no país. Avalie este modelo e proponha melhorias em prol dos agricultores e vendedores.
- 2)** Por que o modelo cooperativista não está tão presente na cadeia de hortifrutis como nos demais setores?
- 3)** Qual o papel do poder público e organizações setoriais no desenvolvimento da cadeia?

