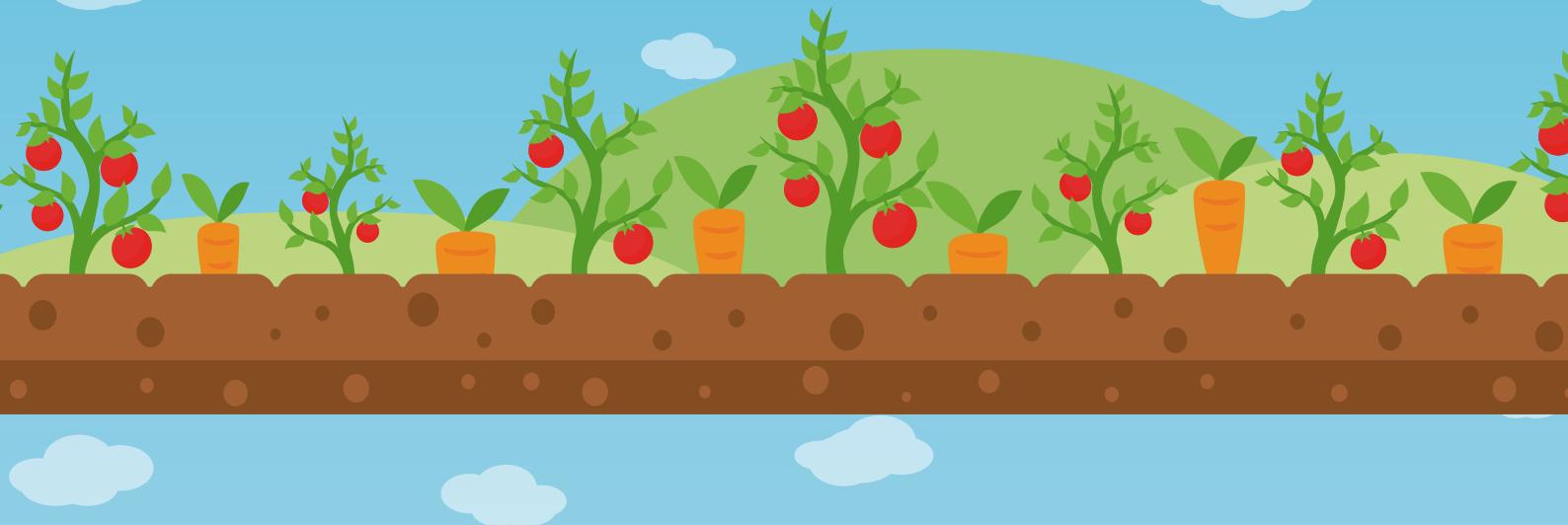


HORTICULTURA NA BAHIA

JUNHO / 2017

Horticultura é o cultivo de diversos tipos de plantas, seja em jardins, pomares, hortas ou estufas para atender as necessidades humanas como alimentação e estética.

A cadeia produtiva da horticultura basicamente inicia com obtenção dos insumos para produção, em seguida são realizadas as atividades de agricultura, que vão desde a plantação até a colheita, depois é feito o processamento, se for necessário, caso contrário, segue-se para a etapa de distribuição, para então, o produto ser comercializado.



FOTOGRAFIA DO SETOR

EMPRESAS

Crescimento de quase 5% no número de empresas do segmento entre 2015 e 2017 no Brasil

5%

MPEs

Cerca de 8% das MPEs do Segmento atuam estão na Bahia

8%

BAHIA

A Bahia é o segundo maior polo de frutas, com potencial para implantação de agroindústrias de sucos concentrados, doces diversos, polpas de frutas e frutas cristalizadas.

2º

MERCADO

O mercado de sementes e hortaliças cresceu 700% entre 2001 e 2015

700%

PONTOS FORTEs

- Boa rentabilidade;
- Variedade de produtos que podem ser cultivados e, consequentemente, comercializados;
- Produtos em geral, considerados saudáveis.

PONTOS FRACOS

- Produtos com baixa vida útil;
- As vendas que ocorrem em feiras livres possuem limitações com relação ao espaço físico, com pouca estrutura e comodidade para os clientes;
- Falta de mão de obra qualificada e que tenha interesse em trabalhar no campo;
- Problemas de logística e transporte.

OPORTUNIDADES

- De acordo com a tendência de consumo atual, alimentos saudáveis apresentam crescimento no mercado;
- Apoio de linhas de crédito para o setor de agronegócio;
- As hortaliças requerem mão de obra em todas as etapas, da semeadura à comercialização, gerando empregos que fomentam a economia local.
- Aumento do consumo de produtos orgânicos.

AMEAÇAS

- O desemprego e a inflação diminuem o poder de compra dos consumidores, que tendem a diminuir a busca por esse tipo de produto;
- Frutas e verduras com qualidade inferior, por causa de climas atípicos e de outros fatores que fogem ao controle dos produtores;
- Pragas e doenças no campo afetam diretamente a produtividade e a qualidade dos produtos cultivados;
- Os agrotóxicos normalmente são caros e, apesar de contribuírem para uma produção maior e com frutos de melhor aparência, não podem ser utilizados de qualquer forma e em grandes quantidades.



FATORES-CHAVE DE SUCESSO



Canais de comercialização: é importante estar atento às necessidades e à comodidade do cliente, oferecendo diversidade na forma de venda do produto, como a feira, venda direta e terceirizada.



Logística: é importante que o transporte dos alimentos seja adequado às demandas do mercado e realizado com eficiência e qualidade, a fim de minimizar as perdas e não influenciar na qualidade final do produto.



Tecnologias: podem ser utilizadas tecnologias simples que melhoram muito a qualidade do produto, como sistemas de irrigação e armazenamento eficientes.



Padronização e embalagem: identificar os produtos por padrões pré-estabelecidos e destacá-los em grupo, classe e tipo traz muitas vantagens: melhora a apresentação da mercadoria, diversifica a oferta aos consumidores, reduz as perdas de comercialização, dá mais credibilidade ao produto e proporciona mais lucro ao produtor.



Selos e certificações: produtos certificados são cada vez mais exigidos pela sociedade, a responsabilidade das empresas cresce a cada dia e os consumidores querem garantias de qualidade e transparência em relação aos processos de produção da empresa. Alguns selos e certificações utilizados nesse mercado são o Selo Fruta Saudável e a Certificação Fair Trade, que trata do comércio justo.

AÇÕES RECOMENDADAS

COMERCIALIZAÇÃO



Investir em novos mercados e em diferentes canais de comercialização.

ASSOCIATIVISMO



O associativismo no campo é essencial para fortalecer e potencializar os negócios. Em relação ao mercado, os grupos de pequenos produtores aumentam seu poder de negociação com fornecedores, por exemplo.

DIVERSIFICAÇÃO



Diversificação de produtos oferecidos ao mercado consumidor, como, por exemplo, os produtos saudáveis e orgânicos, que incentivem o bem-estar e a longevidade, assim como o cultivo hidropônico de hortaliças.

EMBALAGENS



Oferta de hortaliças cortadas em embalagens a vácuo e/ou pré-cozidas.

VALOR AGREGADO



Diferenciar os produtos através de visual e sabores atraentes e atendendo ao público exigente da gastronomia, como chefs de cozinha. Alguns exemplos desse tipo de hortaliça são: tomate tigre; berinjela niobe; e abobrinha gioconda.



[ACESSE O ESTUDO COMPLETO](#)