



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Pedro Bobsin de Moraes

**ESTUDO DE MERCADO DA FRUTICULTURA NO ESTADO DE SANTA
CATARINA**

Florianópolis – SC
2023

Pedro Bobsin de Moraes

**ESTUDO DE MERCADO DA FRUTICULTURA NO ESTADO DE SANTA
CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas no Curso de Graduação em Ciências Econômicas do Centro Socioeconômico (CSE) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Orientador: Professor Arlei Luiz Fachinello, Dr.

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

de Moraes, Pedro Bobsin
ESTUDO DE MERCADO DA FRUTICULTURA NO ESTADO DE SANTA
CATARINA / Pedro Bobsin de Moraes ; orientador, Arlei Luiz
Fachinello, 2023.
81 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro
Socioeconômico, Graduação em Ciências Econômicas,
Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Ciências Econômicas. 2. Mercado de Frutas em Santa
Catarina . I. Fachinello, Arlei Luiz . II. Universidade
Federal de Santa Catarina. Graduação em Ciências Econômicas.
III. Título.

Pedro Bobsin de Moraes

Estudo de Mercado da Fruticultura no Estado de Santa Catarina

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas e aprovado em sua forma final pelo Curso de Ciências Econômicas.

Coordenação do Curso

Banca examinadora:

Professor Arlei Luiz Fachinello, Dr.
Orientador

Professor Liana Bohn, Dra.
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Professor Luiz Carlos de Carvalho Junior, Dr.
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 26, de junho, de 2023.

RESUMO

O Estado de Santa Catarina compreende um relevante mercado de Fruticultura, que apresenta uma produção significativa no cenário nacional e uma crescente participação na produção e na exportação do país. O volume de venda nesse mercado agrícola vem evoluindo de forma significativa desde 2013, com o seu valor de produção atingindo em 2020 R\$ 40,92 bilhões. Dessa forma, estudos teóricos e estatísticos, que analisem o funcionamento desse mercado expressivo, podem resultar em contribuições necessárias para a tomada de decisão dos agentes do mercado de Fruticultura. Assim, o objetivo desta pesquisa consiste em compreender de que forma o mercado da Fruticultura se comporta no Estado de Santa Catarina. Para tanto, realizou-se uma revisão bibliográfica iniciada com o estudo dos modelos de mercados e maneiras de formação de mercados, bem como o comportamento desses mercados tanto pela ótica da oferta como pela demanda. Por fim, o foco da pesquisa bibliográfica descreve o mercado de Fruticultura em Santa Catarina com foco em determinados produtos: morango, banana, maçã, laranja, maracujá e uva. Conclui-se que as seis frutas analisadas apresentam importância no cenário nacional, suprem uma demanda interna, são essenciais para a renda das famílias agricultoras – característica expressiva na fruticultura de Santa Catarina – e apresentam espaço para ainda maior produtividade diante das iniciativas de profissionalização da agricultura familiar.

Palavras-chave: Fruticultura. Mercado. Santa Catarina. Agricultura familiar.

ABSTRACT

The State of Santa Catarina comprises a relevant Fruit Growing market, which presents a significant production on the national scene and a growing participation in the country's production and exports. The sales volume in this agricultural market has evolved significantly since 2013, with its production value reaching 40.92 billion reais in 2020. In this way, theoretical and statistical studies that analyze the functioning of this expressive market can result in necessary contributions for the decision making of the agents of the Fruit Growing market. Thus, the objective of this research is to understand how the Fruit Growing market behaves in the state of Santa Catarina. To this end, a bibliographical review was carried out, starting with the study of market models and ways of forming markets, as well as the behavior of these markets both from the perspective of supply and demand. Finally, the focus of the bibliographic research describes the fruit growing market in Santa Catarina, focusing on the market for certain products, they are: Strawberry, Banana; Litter; Orange; Passion fruit; Grape. In conclusion, the six fruits analyzed are important on the national scene, supply an internal demand, are essential to the income of farming families – an expressive characteristic in fruit growing in Santa Catarina – and present space for even greater productivity, in view of the initiatives of professionalization of family farming.

Keywords: Fruit growing. Market. Santa Catarina. Family farming.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Curva de demanda e ponto de equilíbrio	23
Figura 2 – Gráfico de exportação de frutas no Brasil	29
Figura 3 – Produção comercial e não comercial do morango por Mesorregião	41
Figura 4 – Localização e classificações dos municípios produtores de maçã.....	51
Figura 5 – Valores de produção por condição do produtor rural de maçã.....	52
Figura 6 – Origem e destino das frutas cítricas em Santa Catarina	55
Figura 7 – Os 10 municípios que mais produzem laranja no Estado de Santa Catarina	56
Figura 8 – Número de estabelecimentos produtores de laranja por grupos de atividade econômica.....	57
Figura 9 – Número de estabelecimentos produtores de laranja por agricultura	57
Figura 10 – Mapa da produção de maracujá no Brasil em 2020	60
Figura 11 – Canais de distribuição do maracujá na amostra de pesquisa da Epagri, para safra 2015/2016	61
Figura 12 – Os 10 municípios que mais produzem uva no Estado de Santa Catarina	68

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de Estabelecimento de Hortifrúti por região	37
Gráfico 2 – Número de estabelecimentos produtores de morango em Santa Catarina por Mesorregião	42
Gráfico 3 – Valor da produção da Horticultura – morango (R\$ 1.000,00)	43
Gráfico 4 – Número de estabelecimentos produtores de maracujá por Mesorregião catarinense	62
Gráfico 5 – Números de estabelecimentos produtores de uva por Mesorregião de Santa Catarina	67

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Aquisição alimentar domiciliar <i>per capita</i> anual (kg)	33
Tabela 2 – Aquisição alimentar domiciliar per capita anual por Unidade da Federação (kg).....	34
Tabela 3 – Quantidade produzida e vendida de banana, maçã, morango, maracujá, laranja e uva por Mesorregião de Santa Catarina	38
Tabela 4 – Relação entre número de estabelecimentos e quantidade produzida de banana por Mesorregião do Estado	46
Tabela 5 – Principais estados produtores de maçãs e quantidades em toneladas ...	49
Tabela 6 – Porcentagens de agricultura familiar e tipo de atividade econômica na produção da laranja em Santa Catarina.....	58
Tabela 7 – Valor da produção (R\$ 1.000,00) de maracujá por Mesorregião de Santa Catarina.....	63
Tabela 8 – Número de estabelecimentos, quantidade produzida e valor da produção da uva nas Mesorregiões Grande Florianópolis, Oeste e Vale do Itajaí.....	68

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.2 OBJETIVOS	14
1.2.1 Objetivo Geral	14
1.2.2 Objetivos Específicos	14
1.3 METODOLOGIA.....	15
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	17
2.1 CARACTERIZAÇÃO DE MERCADO	17
2.1.1 Como se Caracteriza a Demanda por Bens e Serviços	18
2.1.2 Como se Caracteriza a Oferta.....	20
2.1.3 As diferentes Estruturas de Mercado	21
2.1.3.1 Mercado de Concorrência Perfeita.....	22
2.1.3.2 Mercado Monopolista	24
2.1.3.3 Mercado de Concorrência Monopolística	25
2.1.3.4 Mercado Oligopolista.....	26
2.2 O MERCADO DE FRUTAS NO BRASIL	28
2.2.1 Principais Desafios da Fruticultura no Brasil	29
3 O MERCADO DE FRUTAS EM SANTA CATARINA	31
3.1 CARACTERÍSTICAS DA DEMANDA POR PRODUTOS DA FRUTICULTURA EM SANTA CATARINA	31
3.2 CARACTERÍSTICAS DA OFERTA DE FRUTAS EM SANTA CATARINA.....	36
3.3 ANÁLISE DO MERCADO DE FRUTAS EM SANTA CATARINA	39
3.3.1 O Mercado do Morango.....	39
3.3.1.1 A Demanda do Morango em Santa Catarina.....	40
3.3.1.2 A oferta do Morango em Santa Catarina	41
3.3.1.3 Desafios e Potenciais do Mercado do Morango em Santa Catarina	44
3.3.2 O Mercado da Banana	44
3.3.2.1 A Demanda da Banana em Santa Catarina	45
3.3.2.2 A Oferta da Banana em Santa Catarina	46
3.3.2.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Banana em Santa Catarina	47
3.3.3 O Mercado da Maçã	48
3.3.3.1 A Demanda da Maçã em Santa Catarina	49
3.3.3.2 A Oferta da Maçã em Santa Catarina.....	50
3.3.3.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Maçã em Santa Catarina.....	53

3.3.4 O Mercado da Laranja.....	53
3.3.4.1 A Demanda da Laranja em Santa Catarina.....	54
3.3.4.2 A Oferta da Laranja em Santa Catarina	56
3.3.4.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Laranja em Santa Catarina	58
3.3.5 O Mercado do Maracujá	59
3.3.5.1 A Demanda do Maracujá.....	60
3.3.5.2 A Oferta do Maracujá	62
3.3.5.3 Desafios e Potenciais do Mercado do Maracujá em Santa Catarina.....	64
3.3.6 O Mercado da Uva	65
3.3.6.1 A Demanda da Uva em Santa Catarina	65
3.3.6.2 A Oferta da Uva em Santa Catarina.....	67
3.3.6.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Uva em Santa Catarina	69
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS.....	74

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

O mercado de frutas no Brasil é um setor historicamente relevante na Economia nacional. Há alguns anos, o país evidencia-se como o terceiro maior produtor mundial de frutas. Com a China em primeiro lugar como o maior mercado produtor, seguida da Índia, o Brasil encontra-se em terceiro lugar (CONAB, 2020). Ainda que em 2020 as dificuldades da produção tenham crescido durante a pandemia da COVID-19, a produção brasileira de hortifrúti continuou superior a 40 milhões de toneladas por ano, semelhante ao produzido em 2019.

De tal forma, as boas condições climáticas e de solo permitem uma diversidade de frutas o ano inteiro, o que tem conduzido o setor a uma expansão com excelência e a um crescimento no mercado internacional. Segundo dados da Confederação de Agricultura e Pecuária no Brasil (CNA, 2022), a cesta de exportações é composta de mais de 40 frutas, alcançando o recorde de vendas de US\$ 1,07 bilhão em 2021.

Consoante aos dados, como o Brasil é um país de dimensões continentais, a fruticultura brasileira valoriza o desenvolvimento regional, condição que, associada à diversidade de ecossistemas, faz do setor um grande produtor. Dessa forma, cabe entender as particularidades de cada região produtora no potencial de expansão do setor no país. Os dez estados com maior valor de produção em 2019 são estes: São Paulo, Bahia, Pará, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Pernambuco, Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Norte e Ceará (IBGE, 2019). Para os objetivos da presente Pesquisa, destaca-se que a revisão se concentrará no Estado de Santa Catarina.

No processo produtivo agrícola do Estado de Santa Catarina, destacam-se como produções de alto valor agregado a fruticultura, a produção animal e olericultura e o cultivo de hortaliças. Na produção catarinense, são envolvidos mais de 180 mil estabelecimentos agropecuários (IBGE, 2017), em sua maioria formados pela agricultura familiar. Essa atividade gera cerca de 500 mil empregos diretos, com um cultivo de aproximadamente 6,4 milhões de hectares. Já em relação específica ao mercado de hortifrúti, estimou-se que o setor frutícola seja representado por mais de 15 mil produtores com cerca de 48 mil hectares de pomares e lavouras permanentes produzindo mais de 1,3 milhão de toneladas de frutas no estado (GOULART JUNIOR; REITER 2016).

De tal maneira, o Estado de Santa Catarina apresenta historicamente bons índices de produtividade e de desenvolvimento econômico, e sua produção no mercado agrícola apresenta excelentes índices de geração de emprego, produção alimentar local e a relevante participação da agricultura familiar. Com foco na fruticultura, o Estado é um dos mais importantes do país e apresenta um faturamento anual estimado em R\$ 1,6 bilhão (SEBRAE, 2022), sendo o maior produtor nacional de maçã e o quarto maior produtor nacional de banana. Evidencia-se também a produção de pitaya como a segunda maior produção nacional, a produção de maracujás, como a terceira maior produção nacional e a da uva como a quarta maior produção nacional.

Assim, a fruticultura catarinense representa um mercado em potencial, especialmente para determinadas frutas sazonais. Contudo, alguns fatores influenciam o sucesso do negócio e da produção, entre eles, o clima, os valores de frete e de exportação, o interesse do consumidor, a entrada de novas tecnologias, entre outros.

Goulart Junior, Reiter e Mondardo (2016) complementam a pesquisa do Sebrae (2022) que acende pontos de atenção ao agricultor, afirmando que esse mercado carece de estudos e de informações sistemáticas. Sendo assim, entende-se que há a necessidade da organização e da execução de levantamentos referentes às principais frutas de cultura de clima temperado e subtropical para estudos e revisões sobre as diferentes cadeias envolvidas, tanto quanto para ações de planejamento e de fomento da fruticultura estadual (GOULART JUNIOR; REITER; MONDARDO, 2016).

Diante do contexto apresentado, o presente trabalho tem como objetivo revisar dados e a bibliografia do panorama da fruticultura em Santa Catarina, especialmente das seguintes frutas: morango, banana, maçã, laranja, maracujá e uva. Devido ao seu destaque na produção nacional, como o principal produto exportado pelo país, a laranja compõe a lista, bem como maçã, banana, maracujá e uva, por seus índices de produção estadual. Ademais, por um contexto empírico e mercadológico, adiciona-se o morango à lista por este representar componente frequente nos espaços de comercialização, objeto do presente trabalho, o que permite o acesso a dados recentes de produção e de comercialização desse insumo.

A investigação pretende contribuir com estudos sobre o mercado de fruticultura de Santa Catarina, a oferta e a demanda dos alimentos, os formatos de mercado que influenciam essa produção e os dados específicos das frutas destacadas para

interpretação de potenciais melhorias.

Para alcançar tais objetivos, o trabalho se divide em quatro capítulos. O primeiro é esta introdução que traz um breve histórico sobre o tema. No segundo capítulo, encontra-se o referencial teórico da pesquisa, abarcando a caracterização de mercado, o mercado de frutas no Brasil, as classificações dos tipos de mercado e as caracterizações de demanda e oferta. No terceiro capítulo, discute-se o mercado de frutas em Santa Catarina, as características da demanda por produtos da fruticultura e da oferta e a revisão do mercado de frutas no Estado com subcapítulos analisando cada produto: morango, banana, maçã, laranja, maracujá e uva. No Capítulo 4 estão apresentadas as considerações finais desta pesquisa e, ao final, apresenta-se a lista de referências utilizadas para a construção deste estudo.

1.2 OBJETIVOS

Nesta seção, serão apresentados os objetivos, geral e específicos, que conduziram esta pesquisa.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa é analisar, por meio da revisão de dados e de bibliografia, a estrutura de mercado dos principais produtos da fruticultura de Santa Catarina e a atuação dos seus agentes de forma a avaliar as dificuldades atuais e os potenciais de mercado das frutas laranja, maçã, banana e maracujá e morango.

1.2.2 Objetivos Específicos

Como objetivos específicos, a presente pesquisa pretende:

- a) Revisar algumas definições de mercado, as estruturas e suas características e agentes, com o intuito de compreender o mercado da fruticultura em Santa Catarina.
- b) Coletar e organizar dados da demanda, oferta, números de produtores, distribuição e principais regiões produtoras, buscando caracterizar a estrutura produtiva no Estado de Santa Catarina.
- c) Analisar dados de oferta e de produção de acordo com o Censo

Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017) para os produtos: morango; banana; maçã; laranja; maracujá e uva.

- d) Analisar a situação atual, os desafios e os potenciais da produção de morango, banana, maçã, laranja, maracujá e uva em Santa Catarina.

1.3 METODOLOGIA

A presente pesquisa está constituída por uma revisão bibliográfica assistemática e descritiva que foi confrontada com dados colhidos de Instituições com relação no mercado de Hortifrúti catarinense. Do ponto de vista da classificação metodológica proposta por Gil (2008a), isso permite compreendê-la como pesquisa descritiva em relação aos seus objetivos, uma vez que a revisão literária apresenta evidências que permitem compreender os conceitos principais da pesquisa: as estruturas de mercados e suas características; o mercado de Hortifrúti no Estado de Santa Catarina e as demandas e os agentes de cada produto desse mercado.

Ainda segundo a classificação de Gil (2008b), quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa documental, uma classificação similar à bibliográfica. Por utilizar não apenas documentos de “primeira mão”, mas também aqueles que já foram processados, como relatórios de empresas e tabelas, este trabalho pode ser classificado como documental, que difere do bibliográfico pela adição dessas outras fontes já constituídas, mas que recebem outra interpretação frente ao objetivo da pesquisa.

Da parte da revisão bibliográfica, as obras dos autores Vasconcellos (2011) e Varian (2003), fundamentam a definição das estruturas de mercado e suas características, bem como o trabalho de Pindyck e Rubinfeld (2006), no embasamento acerca do mercado oligopolista. Carvalho (1996), entre outros, complementa a pesquisa ao abordar Oferta e Demanda. Para analisar o Mercado do Hortifrúti, utilizou-se como base de pesquisa Klepler e Fair (2008), que discorrem sobre o Hortifrúti no Brasil, e Goulart Junior, Reiter e Mondardo (2016), que descrevem o cenário de Santa Catarina.

Por fim, para os documentos já processados, foram analisados estatisticamente dados disponibilizados pela Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), pelo Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola (CEPA), pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), pelas Centrais de

Abastecimento do Estado de Santa Catarina (CEASA/SC), entre outras. Tais fontes e dados trazem valores da produção e do consumo da Hortifrúti no Brasil e especificamente no Estado de Santa Catarina, foco desta pesquisa.

Entre os dados que serão analisados, destacam-se as seguintes fontes:

- a) Produtos da horticultura.
- b) Mesorregião Geográfica.
- c) Número de estabelecimentos agropecuários com horticultura.
- d) Quantidade produzida na horticultura (toneladas).
- e) Quantidade vendida de produtos da horticultura (toneladas).
- f) Valor da produção da horticultura (R\$ 1.000,00).
- g) Valor da venda de produtos da horticultura (R\$ 1.000,00).
- h) Grupo de atividade econômica.
- i) Condição do produtor em relação às terras.
- j) Agricultura familiar (sim e não).

Pode-se considerar que a metodologia deste estudo seguirá a forma de uma pesquisa descritiva. Esse tipo de pesquisa, segundo Lakatos e Marconi (2003), visa a descrever o comportamento de determinado fenômeno, para isso, foram utilizadas as ferramentas de análise descritiva do objeto estudado.

Para analisar de uma maneira mais abrangente todas as categorias, foi criada uma base de dados utilizando as informações referentes ao Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017).

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 CARACTERIZAÇÃO DE MERCADO

A estrutura do mercado é um dos primeiros pontos a serem compreendidos, uma vez que determina grande parte da relação entre os atores. O exemplo específico de modelo de mercado analisado neste trabalho é o mercado de frutas no Brasil, e mais especificamente no Estado de Santa Catarina. Para tal, como pontua Varian (2003), é necessário primeiro conhecer a definição de um modelo de mercado, definida pelo autor como uma representação simplificada da realidade: “A importância do modelo provém da eliminação dos detalhes irrelevantes, o que permite ao economista concentrar-se das características essenciais da realidade econômica que procura compreender” (VARIAN, 2003, p. 1).

Dessa forma, ao se propor a analisar um mercado, certas simplificações são necessárias para focar no objetivo da interpretação proposta. Por exemplo, ao descrever os preços dos bens em determinado modelo a ser analisado, pode-se considerar variáveis exógenas – dos preços de bens determinados por fatores não discutidos neste modelo particular; e variáveis endógenas – fatores determinados por forças descritas no modelo.

Assim, um modelo de mercado é definido como uma simplificação da realidade para que, assim, a revisão se concentre nas características essenciais. E de forma complementar, a criação de um modelo compreende como objetivo desenvolver previsões quantitativas para aquele contexto. Segundo Pindyck e Rubinfeld (2013), com a aplicação de técnicas estatísticas e econométricas, as teorias podem ser usadas para construir modelos a partir dos quais previsões quantitativas podem ser feitas. Por sua vez, as teorias são desenvolvidas para explicar fenômenos observados a partir de uma definição básica de regras e premissas.

De forma simplificada, um mercado é composto da relação entre compradores e vendedores. Compradores podem ser consumidores, empresas que compram matéria-prima e mão de obra. De outro lado, os vendedores são empresas que fabricam bens, trabalhadores que vendem sua mão de obra. Fica claro que os dois podem se mesclar – vendedores podem comportar-se como compradores e vice-versa – e, por isso, a simplificação de compreender que vendedores têm algo a vender e compradores possuem uma demanda a resolver. Dessa forma, de acordo com

Pindyck e Rubinfeld (2013, p. 8):

Em conjunto, compradores e vendedores interagem, originando os mercados. Um mercado é, portanto, um grupo de compradores e vendedores que, por meio de suas interações efetivas ou potenciais, determinam o preço de um produto ou de um conjunto de produtos.

Castro e Lessa (1980) destacam que um mercado está presente em um espaço geoeconômico, no qual ofertantes e compradores estabelecem as condições contratuais de compra e venda ou prestação de serviços. Dentro do estudo da microeconomia, o ramo que lida com o comportamento de unidades econômicas individuais – foco deste estudo, como consumidores, empresa, trabalhadores e investidores – o modelo básico de oferta e demanda é o motor dos mercados. Para Pindyck e Rubinfeld (2013), o modelo de oferta e demanda ajuda a entender como os preços mudam. Esse modelo é composto de dois conceitos importantes, uma curva de oferta e uma curva de demanda, e é importante entender exatamente o que essas curvas representam.

2.1.1 Como se Caracteriza a Demanda por Bens e Serviços

Um dos fatores essenciais para o funcionamento dos mercados é o consumo, e o conceito de consumo está diretamente relacionado ao conceito de demanda em um mercado. O consumo é compreendido como uma atividade de demanda que é realizada pelo consumidor, que pode ser conceituado como uma unidade do setor de consumo, sendo ele indivíduo ou família (CARVALHO, 1996). Segundo Vasconcellos (2006), a demanda de determinado bem está relacionada diretamente ao desejo do consumidor de adquirir esse bem, dentro de um período, dada a sua renda, seus gastos e o preço desse bem dentro do mercado.

Dessa forma, consumo pode ser definido como:

[...] o consumo é objetivo principal do processo produtivo, as ações relacionadas com os tipos e as quantidades de bens que devam ser produzidos ficam inerentemente vinculadas às atitudes do consumidor no que se refere ao interesse ou à recusa do que comprar. Daí seu importante papel no sistema econômico. (CARVALHO, 1996, p. 80)

Assim, a demanda é definida como a quantidade de determinado bem ou serviço que os consumidores desejam adquirir, uma relação direta que afeta também os tipos e as quantidades de bens ofertados. O consumidor torna-se então importante peça no sistema econômico na alteração de demanda, e, por isso, entender o

comportamento de compra do consumidor ajuda a decifrar como as mudanças de renda e nos preços afetam a demanda por bens e serviços, bem como porque a demanda por alguns produtos é mais suscetível a mudanças do que outros (PINDYCK; RUBINFELD, 2013).

Para apresentar os fatores que alteram o consumo, a curva da demanda é o recurso do estudo da economia que mostra a relação entre a quantidade de um bem que os consumidores estão dispostos a comprar e o preço desse bem (PINDYCK; RUBINFELD, 2013). Uma vez que a demanda representa o máximo a que o consumidor pode aspirar, dada sua renda e os preços de mercado (VASCONCELLOS, 2006), a curva de demanda ilustra as variações da relação.

Desse modo, a curva de demanda indica quanto o consumidor pode adquirir, dadas várias alternativas de preços de um bem ou serviço. Indica que, se o preço for \$ 2,00, ele pode consumir, dada sua renda, 10 unidades; se o preço for \$ 3,00, ele pode consumir 8 unidades, e assim por diante. Nesse sentido, a demanda não representa a compra efetiva, mas a intenção de comprar, a dados preços. (VASCONCELLOS, 2006, p. 31)

Ainda, existem muitas variáveis que alteram a demanda e que são consideradas relevantes por serem observadas na maioria dos mercados de bens e serviços. Como aponta Vasconcellos (2006), a demanda por um bem ou serviço pode ser afetada por fatores que vão desde renda e riqueza até expectativas sobre o futuro.

A demanda de um bem ou serviço pode ser afetada por riqueza (e sua distribuição); renda (e sua distribuição); preço dos outros bens; fatores climáticos e sazonais; propaganda; hábitos, gostos, preferências dos consumidores; expectativas sobre o futuro; facilidades de crédito (disponibilidade, taxa de juros, prazos). (VASCONCELLOS, 2006, p. 37)

Outros fatores, que, segundo Carvalho (1996), têm a maior influência sobre a demanda são os hábitos e os costumes dos consumidores. Essa influência tem muitas vezes fundo psicológico, o que torna difícil avaliar a preferência do consumidor. Pode-se fazer um paralelo com o que dizem Mior *et al.* (2014), quando ele diz que as relações de confiança e de reconhecimento permeiam a relação de troca cujo modo de qualificação passa pela reputação e fama do produtor e qualidade do produto. O que pode alterar significativamente a propensão a produzir da firma, aumentando a oferta de determinado produto

Assim, o entendimento da Teoria da Demanda permeia a Teoria do Consumidor (Individual) e a Demanda de Mercado (VASCONCELLOS, 2006) e é essencial para compreender a relação entre oferta do produto e demanda desse bem para que seja

possível fazer uma revisão de como os mercados são formados e de que maneira se organizam.

2.1.2 Como se Caracteriza a Oferta

De forma complementar, uma vez que a demanda é definida como a intenção de compra do consumidor, a oferta, por sua vez, é a quantidade de determinado bem ou serviço que os produtores e vendedores desejam vender em certo período (VASCONCELLOS, 2006). Como na demanda, a oferta representa um plano ou intenção, nesse caso, dos produtores ou vendedores, e não a venda efetiva. Ainda, ambos os conceitos, oferta e demanda, apresentam-se como fluxos, pois precisam ser definidos em um espaço de tempo: oferta para um dia, oferta para uma semana, e, assim, sucessivamente (CARVALHO, 1996).

Dessa forma, a oferta é a quantidade de bens ou serviços que os produtores ou comerciantes estão dispostos a vender no mercado por determinado preço e em certo período (CARVALHO, 1996). Também como a demanda, existem fatores externos que influenciam as variações da oferta, como o preço do bem, os preços dos fatores e insumos de produção, o preço de outros bens, tecnologia e fatores climáticos ou ambientais (VASCONCELLOS, 2006). Tais elementos afetam a curva da oferta.

De forma complementar, Carvalho (1996) insere outros elementos de caracterização desse agente de mercado, dividindo o comportamento da oferta em elemento objetivo, elemento subjetivo e elementos condicionantes. O primeiro, o elemento objetivo da oferta, é caracterizado pela existência de quantidade da mercadoria destinada à venda. Ou seja, não existindo essa mercadoria, não existe oferta.

Por sua vez, o elemento subjetivo está muito relacionado a um caráter pessoal, representado pela disposição de vender do ofertante (CARVALHO, 1996). Uma vez que a disposição está relacionada à percepção de utilidade de determinado bem, o elemento subjetivo tem caráter pessoal, pois, por exemplo, se o bem for útil ao consumidor, certamente despertará a disposição de vendê-lo.

Por fim, os elementos condicionantes são representados por preço e tempo. O tempo é essencial, uma vez que a oferta é um fluxo, tendo que ser sempre definida em um período determinado. Assim, alterações ocorridas no período de tempo modificam o comportamento dos produtores e, conseqüentemente, o comportamento

da oferta. Além disso, o preço condiciona a oferta, já que é o principal determinante da quantidade produzida. Segundo Carvalho (1996, p. 96):

Assim, o limite mínimo do preço para permitir a existência de oferta é o custo de produção. À medida que o preço se fixar em níveis cada vez maiores do que os custos de produção, maior será a disposição em oferecer o produto.

Este último ponto é compreendido como a lei geral da oferta: quem vende sempre quer comercializar a maior quantidade de bens quanto maior for o preço. De acordo com Carvalho (1996), essa teoria baseia-se no princípio da racionalidade de comportamento, os vendedores inseridos em determinado mercado sempre estarão dispostos a vender a maior quantidade de produtos possível, pelo maior preço. Isso se dá em razão de que, primeiro, a venda a altos preços é sempre mais benéfica do que manter em estoque; segundo, os preços elevados provêm vendas mais lucrativas; e, terceiro, porque vendas a preços altos expandem o mercado e permitem que uma maior quantidade de produto seja ofertada.

Carvalho (1996, p. 96) define a lei geral da oferta como: “A oferta de um produto qualquer varia na razão direta da variação do seu preço, mantidas constantes as demais influências porventura existentes em cada momento.

Sendo assim, sempre que houver um aumento de preço de determinado bem, a quantidade oferecida de certo produto deve ser maior. Entretanto, Carvalho (1996) adverte que a lei tem suas exceções. O mercado de capitais é um dos exemplos, já que mesmo com preços declinantes a oferta aumenta. Por sua vez, o Mercado Hortifrúti também se encaixa como exceção, pois é observado que mesmo com os preços baixando tem-se um aumento na oferta. Empiricamente, esse fator pode ser reflexo de uma produção em safras, quando o período entre produção e venda é predeterminado pelas formas de cultivo e de produção.

2.1.3 As Diferentes Estruturas de Mercado

Para analisar a estrutura de mercado de frutas no Brasil e em Santa Catarina, cabe revisar, por fim, a bibliografia em torno das diferentes estruturas de mercado. Uma vez que os formatos de oferta diferentes determinam variações nos preços e na produção (VASCONCELLOS, 2006), faz-se importante entender essas estruturas de mercado para poder definir como são analisados tais mercados em questão neste trabalho.

Vasconcellos (2006) afirma que, no mercado de bens e serviços, considerando as três variáveis principais às quais um mercado está condicionado – número de firmas produtoras, diferenciação do produto, impedimento à entrada de novas empresas – as formas de mercado definidas são:

- a) Concorrência Perfeita.
- b) Monopólio.
- c) Concorrência Imperfeita.
- d) Oligopólio.

Nas subseções seguintes, serão apresentadas uma breve revisão de cada estrutura de mercado e uma definição de em qual estrutura encaixa-se o mercado de fruticultura nacional e estadual.

2.1.3.1 Mercado de Concorrência Perfeita

O modelo de mercado de concorrência perfeita ou mercado de concorrência pura, segundo Varian (2003), ocorre quando em um mercado existem diversas firmas que concentram sua produção em um mesmo produto e partem do pressuposto de que o preço de mercado independe do seu nível de produção. De tal forma, como é destacado por Varian (2003), o preço a ser vendido dessa mercadoria não é decidido pelo produtor, o que o torna um tomador de preço: o preço é definido por fatores externos que não são definidos pelo produtor, fazendo com que se concentre apenas na maximização da sua produção e venda de seu produto pelo preço vigente definido pelo próprio mercado. Um dos exemplos citados por Varian (2003) é o mercado de trigo, no qual existem diversos produtores e mesmo assim o maior produtor de trigo produz apenas uma pequena fatia do total da produção de determinado país ou estado. Esse mesmo produtor, quando decidir vender seu produto, terá que vender no preço definido pelo mercado, não havendo a possibilidade de um único produtor conseguir alterar o preço vigente já estabelecido.

A Figura 1 ilustra a curva de demanda dentro de um mercado competitivo proposta por Varian (2003). O gráfico mostra que a demanda da empresa é horizontal ao preço de mercado, ou seja, com preços maiores, a empresa não vende nada, e abaixo do preço de mercado, ela se insere na curva de demanda de todo o mercado.

Figura 1 – Curva de demanda e ponto de equilíbrio



Fonte: Varian (2003)

Assim, nesse modelo de mercado, a firma só pode vender o produto ao preço determinado pelo mercado. Vasconcellos (2006) complementa que se a firma quiser vender a um preço mais alto, não venderá nada, pois os consumidores comprarão mais barato de outras empresas; por outro lado, pelo princípio da racionalidade, a empresa não venderá mais barato se pode vender pelo preço definido no mercado.

Para que tal gráfico faça sentido, é importante salientar que, no mercado da concorrência perfeita, algumas hipóteses definem o modelo estudado para que este possa ser apresentado como um mercado livre e transparente. Vasconcellos (2006) aponta que algumas das hipóteses do mercado de concorrência perfeita são:

- a) Hipótese da atomicidade: mercado com infinitos vendedores e compradores, de forma que um agente isolado não tem condições de afetar o preço de mercado.
- b) Hipótese da homogeneidade: todas as firmas oferecem um produto semelhante.
- c) Hipótese da mobilidade de firma: mercado sem barreiras à entrada e saída, tanto de compradores como de vendedores.
- d) Hipótese da racionalidade: as empresas sempre buscam maximizar o lucro e os consumidores buscam maximizar a satisfação.
- e) Transparência de mercado: consumidores e vendedores têm acesso a todas as informações de atributo dos produtos, desde formação de preços a custos e qualidade.
- f) Hipótese da mobilidade de bens: não existem custos de transporte entre

as regiões, logo o modelo não considera a localização espacial de vendedores e consumidores.

Essas hipóteses demonstram como o mercado de concorrência perfeita é um modelo definido como ideal e pouco realista. Dessa forma, é um modelo de mercado constituído para estudo, mas que permite a construção de modelos mais próximos da realidade, uma vez que, do ponto de vista metodológico, é mais útil construir inicialmente modelos simples e depois preencher os detalhes do que construir diretamente modelos com todos os detalhes da realidade (VASCONCELLOS, 2006).

2.1.3.2 Mercado Monopolista

O modelo de mercado monopolista tem características únicas em relação aos outros mercados. Nesse caso, apenas uma única firma faz parte do mercado e é a responsável por toda a produção do bem. Conforme avalia Varian (2003), a firma inserida nesse mercado não é tomadora de preços, mas também não consegue determinar o preço sem que a demanda desse mercado sofra influências. Em comparativo com o modelo apresentado anteriormente, uma firma pode encontrar-se em ambos os cenários de acordo com o contexto: se perder todos os seus clientes ao aumentar o preço, possivelmente se comportará como um mercado de concorrência; por outro lado, se perder apenas parte dos clientes, perceberá certo monopólio de mercado.

Na verdade, a maioria das indústrias encontra-se em algum ponto entre esses dois extremos. Se um posto de gasolina de uma cidadezinha elevar o preço da gasolina que vende e perder a maioria dos fregueses, é razoável supor que essa empresa terá de agir como uma empresa competitiva. Se um restaurante da mesma cidade aumentar os preços e perder apenas uns poucos clientes, será razoável pensar que essa casa comercial tem algum grau de poder de monopólio. (VARIAN, 2003, p. 499)

Para além do controle sobre os preços, outro ponto de diferenciação do mercado de monopólio é em relação às barreiras de acesso de novas empresas. De acordo com Vasconcellos (2006), as barreiras podem ocorrer de várias formas, como:

- a) Monopólio puro ou natural: uma empresa monopolista já se encontra estabelecida em grandes dimensões. Ou seja, devido à alta escala de produção, torna-se difícil alguma outra empresa oferecer um preço semelhante. Essa barreira é comum em serviços de utilidade pública,

como água e energia elétrica.

- b) Proteção de patentes: quando uma empresa possui o direito único de produzir o bem.
- c) Controle sobre matérias-primas: quando uma empresa detém controle sobre o fornecimento de material-chave para a produção de determinado bem.
- d) Tradição de mercado: uma empresa que deseje adentrar nesse mercado deve investir muito dinheiro para concorrer com uma empresa tradicional estabelecida.

Nesse sentido, o mercado monopolista resume-se a uma estrutura de mercado na qual uma única empresa é produtora do bem ou serviço; não há produtos substitutos próximos e existem barreiras para a entrada de firmas concorrentes (VASCONCELLOS, 2006).

2.1.3.3 Mercado de Concorrência Monopolística

O mercado de concorrência monopolística diferencia-se da concorrência perfeita por apresentar um modelo mais próximo da realidade. Ou seja, nessa estrutura, as hipóteses que tornam a concorrência perfeita como um mercado totalmente livre e transparente não são consideradas, uma vez que a concorrência imperfeita não vai suportar produtos complementares homogêneos, sem diferenciação.

O que Vasconcellos (2006) destaca é que a estrutura de mercado de concorrência monopolística tem as seguintes características principais:

- a) muitas empresas produzindo determinado bem ou serviço;
- b) cada empresa produz um produto diferenciado, mas com substitutos próximos;
- c) cada empresa tem certo poder sobre os preços, uma vez que, com produtos diferenciados, o consumidor tem maior poder de escolha individual.

Dessa forma, o mercado de concorrência imperfeita é semelhante à concorrência perfeita por apresentar a característica principal de muitas empresas produtoras e por não apresentar barreiras de entrada de novas firmas, mas difere quanto à diferenciação dos produtos. Uma vez que cada empresa produz um produto diferente em termos de qualidade e aparência, essa estrutura de mercado apresenta

um possível monopólio associado com a capacidade de diferenciação dos produtos. Pindyck e Rubinfeld (2006) ressaltam que o grau de poder de monopólio que a empresa exerce depende de seu sucesso na diferenciação de seu produto em relação aos das demais empresas.

Em muitos setores, os produtos são diferenciados entre si. Por uma razão ou outra, os consumidores veem a marca de cada empresa como algo diferente, distinguindo-se das outras marcas. Nota-se que o creme dental Crest, por exemplo, é considerado diferente do creme dental Colgate, do Aim e de vários outros. A diferença está parcialmente no aroma, na consistência e na reputação — por exemplo, a imagem que o consumidor tem (correta ou não) da relativa eficácia do creme dental Crest na prevenção de cáries. Em consequência, alguns consumidores (mas não todos) estão dispostos a pagar mais por ele. Pelo fato de a Procter & Gamble ser a única produtora do Crest, ela tem poder de monopólio. Mas seu poder é limitado, pois os consumidores poderão facilmente substituir o produto por outras marcas, caso o preço do Crest aumente. (PINDYCK; RUBINFELD, 2013, p. 448)

De forma complementar, Vasconcellos (2006) afirma que a diferenciação de produtos ocorre devido às características físicas, à embalagem, à promoção de vendas, à manutenção e ao atendimento pós-venda. Assim, as empresas competem vendendo produtos diferentes, substituíveis, mas não substitutos perfeitos. Para Pindyck e Rubinfeld (2006), nesses casos, a elasticidade dos preços de demanda cruzada são grandes, mas não infinitas.

2.1.3.4 Mercado Oligopolista

O oligopólio se caracteriza pelo número reduzido de firmas dentro do mercado, assim como o monopólio, mas, nesse caso, os bens produzidos pelas firmas podem ou não ser diferenciados (PINDYCK; RUBINFELD, 2006). Dessa forma, cada uma das empresas pode influenciar seu preço de mercado ao variar sua produção. Segundo Pindyck e Rubinfeld (2006), existem barreiras de entrada muito altas nesse modelo de mercado, assim como no mercado monopolista descrito por Varian (2003), pois as economias de escalas, as patentes e a intensidade de capital configuram impedimentos para a chegada de novas firmas. Desse modo, os agentes econômicos que agem nessa estrutura podem exercer poder de mercado.

De acordo com Pindyck e Rubinfeld (2013, p. 453),

Em mercados oligopolistas, os produtos podem ou não ser diferenciados. O importante é que apenas algumas empresas são

responsáveis pela maior parte ou por toda a produção. Em alguns desses mercados, algumas ou todas as empresas obtêm lucros substanciais no longo prazo, já que barreiras à entrada tornam difícil ou impossível que novas empresas entrem no mercado. O oligopólio é um tipo de estrutura de mercado predominante. Exemplos de setores oligopolistas incluem os de automóveis, aço, alumínio, petroquímica, equipamentos elétricos e computadores.

É importante ressaltar que os mercados oligopólios podem ser qualificados como sendo os modelos de mercados dominantes, que diferem do mercado monopolista, pois são algumas empresas que detêm o monopólio e não apenas uma. No entanto, as duas estruturas se assemelham na existência de barreiras de entrada que vão surgir por estruturas naturais do mercado, como escala de produção, acesso à tecnologia, patentes e necessidade de investimento, mas também por uma característica específica do oligopólio que é quando empresas já atuantes podem adotar ações estratégicas para desestimular a entrada de novas empresas. Pindyck e Rubinfeld (2013, p. 453) sugerem que as empresas estabelecidas:

[...] podem ameaçar inundar o mercado com seus produtos e fazer com que os preços caiam caso uma nova firma entre no mercado e, para tornar a ameaça crível, elas podem instalar um excesso de capacidade produtiva.

Por isso, como coloca Vasconcellos (2006), o oligopólio assemelha-se ao monopólio na tendência de lucros a longo prazo. Diferente da estrutura de concorrência imperfeita na qual não existem barreiras e os lucros normais tendem a permanecer a longo prazo, tanto no oligopólio como no monopólio, a longo prazo os lucros extraordinários permanecem, pois as barreiras à entrada de novas firmas persistirão.

Ainda, pode-se diferenciar o mercado de oligopólio de duas formas, e, de acordo com Vasconcellos (2006, p. 167), as definições são:

[...] oligopólio concentrado: pequeno número de empresas no setor. Exemplo: indústria automobilística; oligopólio competitivo: ou um pequeno número de empresas domina um setor com muitas empresas. Exemplo: Nestlé, Ambev, Parmalat no setor de alimentos, Brahma, Antarctica e Coca-Cola no setor de bebidas, Pão de Açúcar e Carrefour no setor de supermercados etc.

De tal forma, no mercado de oligopólio, pelo fato de haver poucas empresas concorrendo, cada uma deve considerar cautelosamente como suas ações afetarão empresas rivais, bem como as possíveis reações que as concorrentes terão (PINDYCK; RUBINFELD, 2013).

2.2 O MERCADO DE FRUTAS NO BRASIL

O mercado de frutas no Brasil é um setor historicamente relevante na Economia nacional, e, há alguns anos, o país evidencia-se como o terceiro maior produtor mundial de frutas. Com a China em primeiro lugar como o maior mercado produtor, seguida da Índia, o Brasil encontra-se em terceiro lugar (CONAB, 2020). As boas condições climáticas e de solo permitem uma diversidade de frutas o ano inteiro, o que tem conduzido o setor a uma expansão com excelência e um crescimento no mercado internacional.

Como o Brasil é um país de dimensões continentais, a fruticultura valoriza o desenvolvimento regional e é por causa da diversidade de ecossistemas que esse setor consegue uma grande produção. Como já mencionado, os dez estados com maior valor de produção em 2019 são estes: São Paulo, Bahia, Pará, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Pernambuco, Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Norte e Ceará (IBGE, 2019). Entre as frutas mais produzidas no país, é possível listar laranja, banana, melancia, abacaxi e uva, segundo dados do IBGE (2021).

De acordo com o prognóstico da Secretaria de Agricultura e do Abastecimento do Estado do Paraná (2020), o Brasil figura entre os principais produtores mundiais de frutas, com colheitas superiores a 40 milhões de toneladas. Em relação à exportação, segundo dados da Confederação de Agricultura e Pecuária no Brasil (CNA-SENAR, 2022), a cesta de exportações é composta de mais de 40 frutas. Tal variedade de produção, com a oferta de frutas tropicais e de clima temperado durante boa parte do ano, é possível pela extensão territorial do país, posição geográfica e condições de clima e solo privilegiadas (SECRETARIA DE AGRICULTURA E DO ABASTECIMENTO DO ESTADO DO PARANÁ, 2020).

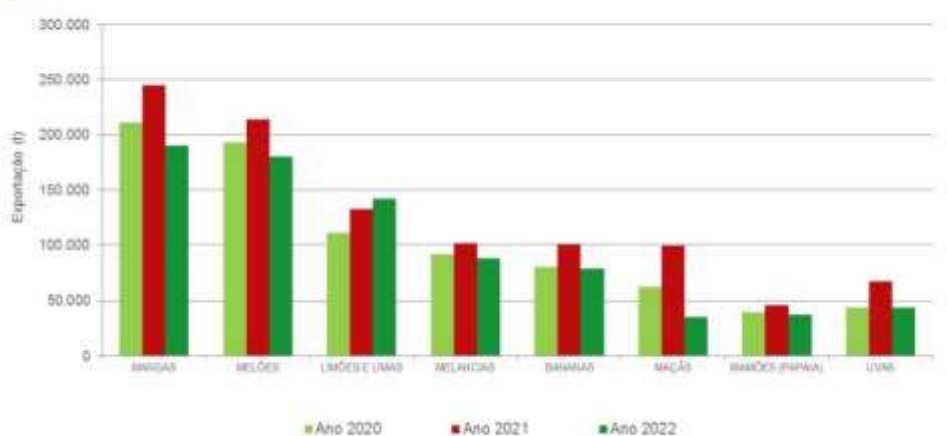
Em relação ao território, a base agrícola da cadeia produtiva das frutas abrange 2,3 milhões de hectares (DERAL, 2020). Em comparação com o território total ocupado por lavouras no país de 7,8%, a área destinada à fruticultura representa apenas 0,3%. Existem mais de 940 mil estabelecimentos agropecuários em todas as regiões do país, dos quais 81% são classificados como agricultura familiar. Em 2021, a produção de frutas gerou empregos para 193,9 mil trabalhadores formais, um aumento de 9% em relação a 2020 (CNA-SENAR, 2022).

Ainda, com relação ao destino da produção de frutas no país, em sua maioria, a produção é comercializada no mercado interno, com apenas 3% da produção

nacional destinadas à exportação (AGROFY, 2023). Das frutas exportadas, em 2018, 75% das exportações brasileiras têm como destino a Europa e o Reino Unido, e 12% se destinaram ao mercado dos EUA. Das variedades de frutas exportadas, dados da Abrafrutas de 2022 indicam que são manga, melão, limão e lima, uva e melancia as frutas de maior valor exportado. A Figura 2 apresenta a quantidade de exportação em toneladas das frutas no Brasil.

Figura 2 – Gráfico de exportação de frutas no Brasil

Gráfico 1: Exportação de frutas pelo Brasil acumulada de janeiro a outubro de 2020, 2021 e 2022.



Fonte: Comex Stat

Fonte: Conab (2022)

Segundo o presidente da Abrafrutas em 2022, Guilherme Coelho, a lista de frutas exportadas é tradicionalmente a mesma, podendo ter apenas uma troca entre as primeiras posições, mas mantendo as espécies, e tal variação depende das safras (AGROFY, 2023).

2.2.1 Principais Desafios da Fruticultura no Brasil

Uma das revisões possíveis em relação aos desafios do mercado de fruticultura no Brasil se dá em relação às exportações. Se comparados os *rankings* de produção e de exportação do país em caráter nacional, respectivamente terceira e 20ª posição, o Brasil exporta quantidades pequenas de frutas. Ainda, mesmo que o país possua um potencial de produção de grande variedade de frutas, atualmente apenas sete espécies de frutas correspondem a mais de 80% do faturamento do setor no mercado internacional (CNA-SENAR, 2022).

Por um lado, uma causa apontada como impeditivo de maior exportação do país é o alto grau de exigência de importação para países como Estados Unidos e participantes da União Europeia. “São muitas as exigências para a entrada de frutas [...], o que exige maior investimento do fruticultor com o manejo das frutas, um fator que pode ser o entrave para a exportação [...]”, afirma o engenheiro agrônomo do Escritório de Desenvolvimento Rural (EDR) de Jales, Gilberto Pelinson (ABRAFRUTAS, 2022).

De forma complementar, Lígia Carvalho, diretora-presidente da Abacates do Brasil e presidente da Comissão Nacional de Fruticultura da CNA, reforça que é necessário “[...] correr atrás de estrutura de comercialização, como packing houses de alto nível de adequação à exigência dos países destinos” (AGROFY, 2023). Apesar da grande qualidade da produção de frutas brasileiras e da variedade, há também a necessidade de adequação do mercado de ponta a ponta para atender às demandas internacionais.

Entre os principais concorrentes do país na exportação, estão Peru, Colômbia e África do Sul, esses países produzem as mesmas variedades que o Brasil. Para enfrentar esses desafios, uma pesquisa da Agrofy (2023) sugere a possibilidade de abertura de novos mercados e reforça que algumas iniciativas já estão em andamento. A Abrafrutas possui ações nesse sentido, promovendo as frutas brasileiras em feiras comerciais, tanto nacionais como internacionais, com o objetivo de negociar compras e, conseqüentemente, abrir novos mercados (ABRAFRUTAS, 2022).

3 O MERCADO DE FRUTAS EM SANTA CATARINA

Santa Catarina é um importante produtor de frutas no cenário nacional, sendo um estado com clima que permite uma grande variedade de espécies de frutas. O Estado destaca-se especialmente na produção de maçã, banana, uvas, pêssego, maracujá, laranjas e frutas de caroço (GOULART Junior, 2019). Segundo o Relatório da Fruticultura do Sebrae (2022), a fruticultura de Santa Catarina é uma das mais fortes do país e responde por um faturamento anual estimado de R\$ 1,6 bilhão.

Estima-se que a produção tenha mais de 13 mil produtores e 54 mil hectares, com pomares espalhados por todas as regiões do Estado. Santa Catarina é o sétimo estado com maior volume de exportação de frutas do país, e mais recentemente, maracujá e pitaya entraram na lista dos destaques da fruticultura catarinense (SEBRAE, 2022). Nos últimos anos, a produção de maçãs em Santa Catarina tem representado cerca de 50% do total nacional, e o Estado ainda é o segundo maior produtor de pitayas do Brasil.

De acordo com o relatório do Sebrae (2022), Santa Catarina tem condições climáticas e novas tecnologias a seu favor, e, devido a isso, expõe-se como um potencial de mercado cada vez maior.

Devido a sua relevância, este trabalho revisa a seguir os dados da demanda e da oferta de frutas em Santa Catarina.

3.1 CARACTERÍSTICAS DA DEMANDA POR PRODUTOS DA FRUTICULTURA EM SANTA CATARINA

Um dos fatores essenciais para o funcionamento dos mercados é o consumo, e o conceito de consumo está diretamente relacionado ao conceito de demanda em um mercado. Segundo Vasconcellos (2006), a demanda de determinado bem está relacionada diretamente ao desejo do consumidor de adquirir esse bem, dentro de um período, dada sua renda, seus gastos e o preço desse bem dentro do mercado. Dessa forma, a demanda pelos produtos de fruticultura em Santa Catarina está diretamente relacionada com o desejo de consumo desses produtos por parte do consumidor final.

Atualmente, um dos indicativos da existência de demanda por produtos hortifrútiis é o aumento do interesse da população em geral em buscar uma vida mais saudável. Com base nisso, Kepler e Fair (2008, p. 2) destacam o seguinte:

[...] há algum tempo que a sociedade, não só brasileira, mas mundial, cada vez mais vem tendo uma preocupação com a qualidade de vida e principalmente com a qualidade da alimentação, resultando diretamente no crescimento de setores de alimentos saudáveis como as frutas. Os grandes centros urbanos, cientes da importância das frutas na dieta humana, criaram uma demanda por produtos derivados que apresentam maior conveniência, mantendo a cor e sabor das frutas “In natura”, assim como seus componentes nutricionais e funcionais.

Assim, as frutas adentram mais na dieta mundial e nacional e, por sua vez, também regional no Estado de Santa Catarina. A demanda então é representada por uma busca de alimentação saudável, e, segundo uma pesquisa de BroadCast Agro (2019), as frutas são consumidas de diferentes formas, em sua grande maioria em sucos e *snacks*. A pesquisa também evidenciou que o consumo aumenta proporcionalmente conforme a idade do consumidor, indicando a preocupação com a saúde, além disso, quanto maior o nível educacional, maior é o consumo de frutas, legumes e verduras.

Dentro desse contexto de demanda por uma alimentação saudável, no cenário nacional, a participação do Estado de Santa Catarina é relevante para suprir esse aumento da demanda pelo consumidor final. De tal forma, é importante para onde é destinada a produção de hortifrúti no Estado. Como apresentado no estudo da Secretaria de Agricultura e da Pesca (SAR) pela Epagri (2019), realizado com informação de 1.387 agroindústrias do Estado, 98,8% das propriedades dos agricultores vendem parte de sua produção diretamente ao consumidor: cerca de 20% do valor comercializado total é gerado nesse tipo de venda.

São 1.370 agroindústrias atuando diretamente com o consumidor, das quais 502 entregam o produto na casa do consumidor, 291 vendem nas feiras livres, 880 vendem seus produtos na própria agroindústria e 40 colocam seus produtos em pontos de venda na estrada. Prevaecem, portanto, as vendas no domicílio e no próprio estabelecimento agropecuário. (GOULART JUNIOR, 2019, p. 26)

Os dados da Epagri demonstram que a maior parte da produção catarinense é destinada ao mercado interno, e, em sua maioria, com grande proximidade entre produtor e consumidor (GOULART JUNIOR, 2019). Na revisão da instituição, essa seria uma característica positiva da demanda local, uma vez que as vendas diretas permitem uma ampliação das relações sociais com os consumidores e, por isso, uma expansão da demanda à medida que o produto se torna mais conhecido (GOULART JUNIOR, 2019).

Entre as frutas consumidas no Brasil e na região, a pesquisa de orçamentos

familiares do IBGE (2019) permite visualizar a aquisição alimentar domiciliar *per capita* anual em quilos (kg). A Região Sul do país destaca-se como a maior consumidora de frutas tanto de clima tropical como temperado, especialmente bananas e tangerina. Entre os estados do Sul do Brasil, Santa Catarina é o que mais consome frutas, com destaque para goiaba, manga, melancia, maçã e uva.

Tabela 1 – Aquisição alimentar domiciliar *per capita* anual (kg)

Produtos	Aquisição alimentar domiciliar <i>per capita</i> anual (kg)					
	Brasil	Grandes Regiões				
		Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Frutas	26,414	13,851	23,876	28,610	31,931	27,136
Frutas de clima tropical	22,648	12,374	21,070	24,379	26,194	23,618
Abacate	0,321	0,287	0,254	0,339	0,420	0,305
Abacaxi	1,392	0,846	1,738	1,309	1,292	1,416
Acerola	0,107	0,175	0,256	0,042	0,003	0,053
Banana-d'água	2,457	0,585	0,482	3,300	4,995	2,207
Banana-da-terra	0,482	0,583	1,053	0,267	0,055	0,317
Banana-maçã	0,258	0,245	0,147	0,238	0,128	1,030
Banana-ouro	0,005	0,001	0,001	0,007	0,005	0,009
Banana-prata	3,050	2,057	4,223	2,858	2,473	2,126
Outras bananas	0,826	0,639	1,117	0,691	0,633	1,105
Goiaba	0,362	0,194	0,719	0,238	0,224	0,222
Laranja-baía	0,121	0,005	0,063	0,054	0,544	0,037
Laranja-lima	0,641	0,274	0,486	0,825	0,611	0,644
Laranja-pera	2,550	0,868	1,690	3,584	2,204	2,444
Laranja-seleta	0,121	0,169	0,062	0,157	0,093	0,138
Outras laranjas	0,866	0,735	0,886	0,775	0,855	1,472
Limão comum	0,809	0,579	0,412	1,106	0,824	0,814
Mamão	1,795	0,556	1,375	2,193	2,253	1,628
Manga	1,188	0,288	1,028	1,440	1,493	0,813
Maracujá	0,446	0,202	0,740	0,397	0,178	0,441

Produtos	Aquisição alimentar domiciliar <i>per capita</i> anual (kg)					
	Brasil	Grandes Regiões				
		Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro-Oeste
Melancia	2,645	2,070	2,605	2,219	3,674	3,865
Melão	0,835	0,461	0,870	0,821	0,953	0,984
Tangerina	0,987	0,201	0,395	1,212	1,953	0,935
Outras	0,382	0,354	0,467	0,309	0,332	0,612
Frutas de clima temperado	3,767	1,477	2,806	4,231	5,737	3,518
Ameixa	0,106	0,016	0,043	0,127	0,204	0,132
Caqui	0,161	0,023	0,012	0,170	0,513	0,147
Maçã	2,120	1,006	1,724	2,350	2,881	2,090
Morango	0,142	0,043	0,052	0,175	0,285	0,121
Pera	0,320	0,107	0,168	0,479	0,257	0,335
Pêssego	0,152	0,004	0,006	0,181	0,479	0,072
Uva	0,668	0,268	0,771	0,614	0,933	0,544
Outras	0,098	0,010	0,030	0,134	0,184	0,078

Fonte: IBGE (2019)

Tabela 2 – Aquisição alimentar domiciliar *per capita* anual por Unidade da Federação (kg)

Produtos	Aquisição alimentar domiciliar <i>per capita</i> anual (kg)			
	Região Sul	Unidades da Federação		
		Paraná	Santa Catarina	Rio Grande do Sul
Frutas	31,931	29,445	36,887	31,336
Frutas de clima tropical	26,194	24,796	29,013	25,839
Abacate	0,420	0,389	0,469	0,421
Abacaxi	1,292	1,030	1,427	1,471
Acerola	0,003	0,007	0,001	-
Banana-d'água	4,995	5,426	5,314	4,366
Banana-da-terra	0,055	0,047	0,023	0,084
Banana-maçã	0,128	0,283	0,016	0,041
Banana-ouro	0,005	0,012	0,004	-

Produtos	Aquisição alimentar domiciliar <i>per capita</i> anual (kg)			
	Região Sul	Unidades da Federação		
		Paraná	Santa Catarina	Rio Grande do Sul
Banana-prata	2,473	1,147	2,817	3,585
Outras bananas	0,633	0,507	0,898	0,595
Goiaba	0,224	0,176	0,480	0,113
Laranja-baía	0,544	0,203	0,543	0,885
Laranja-lima	0,611	0,250	0,732	0,898
Laranja-pera	2,204	3,054	2,484	1,178
Laranja-seleta	0,093	0,180	-	0,065
Outras laranjas	0,855	1,006	0,490	0,930
Limão comum	0,824	0,943	0,966	0,615
Mamão	2,253	1,615	2,330	2,844
Manga	1,493	1,654	1,922	1,063
Maracujá	0,178	0,240	0,195	0,104
Melancia	3,674	3,597	5,337	2,715
Melão	0,953	1,010	0,729	1,035
Tangerina	1,953	1,685	1,431	2,546
Outras	0,332	0,337	0,403	0,284
Frutas de clima temperado	5,737	4,649	7,873	5,497
Ameixa	0,204	0,154	0,215	0,247
Caqui	0,513	0,420	0,845	0,398
Maçã	2,881	2,438	3,826	2,738
Morango	0,285	0,176	0,198	0,449
Pera	0,257	0,242	0,170	0,326
Pêssego	0,479	0,482	0,506	0,459
Uva	0,933	0,629	1,735	0,739
Outras	0,184	0,107	0,378	0,141

Fonte: IBGE (2019)

De acordo com os dados do orçamento familiar do IBGE (2019), é possível concluir que o Estado de Santa Catarina possui uma boa demanda *per capita* por

frutas em relação ao consumo total do país, o que justifica a maior parte da produção ser destinada ao mercado interno. Por outro lado, a diversificação dos dispositivos mercantis é uma estratégia que deve ser explorada pelos agricultores (GOULART JUNIOR, 2019). Há espaço para Santa Catarina na exportação, uma vez que o Brasil está em sétimo lugar na representação dos países com maior exportação de frutas. Também é possível variar as espécies produzidas. Além disso, um relatório do Sebrae (2022) indica a pitaya como uma fruta de grande demanda atual. Segundo essa revisão, é ainda papel dos agricultores estar atento às tendências de interesse do consumidor.

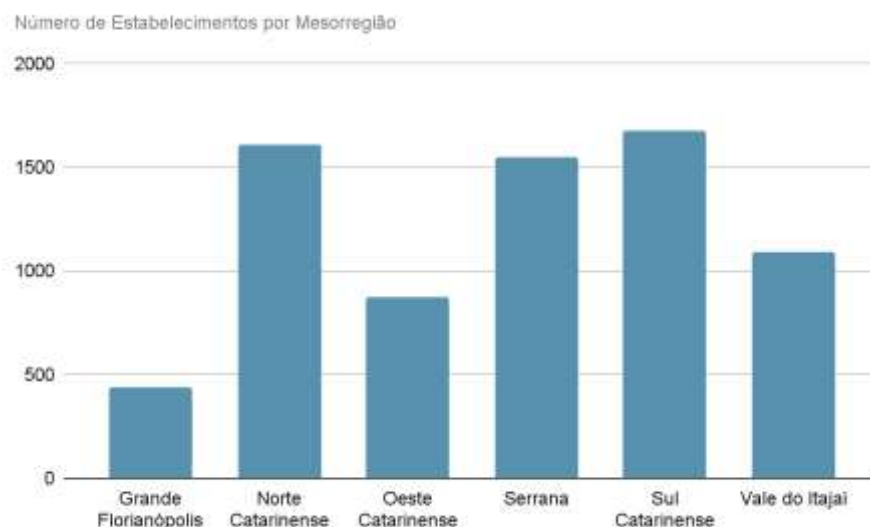
Destaca-se que se deve levar em conta a condição de consumo interno, uma vez que Santa Catarina situa-se entre os estados com maior consumo *per capita* dessas frutas, isso associado à renda da população catarinense.

3.2 CARACTERÍSTICAS DA OFERTA DE FRUTAS EM SANTA CATARINA

A fruticultura no Estado de Santa Catarina não é recente, pois o início da produção de frutas no Estado se dá desde a colonização. Porém essa atividade era em pequena escala, normalmente realizada como suplemento para renda de famílias rurais (GOULART JUNIOR, 1996). Segundo a Epagri (1999), algumas iniciativas tornaram mais atrativa a produção de frutas para produtores do estado. Uma dessas iniciativas foi a Sociedade Agrícola Fraiburgo Ltda., também existiram a colônia cooperativa japonesa de Curitibanos e o Posto de Fruticultura de Videira. Essas iniciativas foram fundamentais para o incentivo da produção de frutas no estado.

Atualmente, de acordo com o Censo de 2017 (IBGE, 2017), o Estado de Santa Catarina conta com 7.253 estabelecimentos agropecuários de horticultura das frutas morango, banana, maçã, maracujá, laranja e uva espalhados por todas as regiões. Destes, 82,8% são considerados de agricultura familiar. Ainda, os estabelecimentos são divididos nas atividades de lavoura permanente, temporária e fruticultura, com maior predominância da primeira. Entre as regiões do Estado, os estabelecimentos estão espalhados como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Número de estabelecimentos de Hortifrúti por região



Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

Nesse sentido, o Sul Catarinense é a região mais produtora do Estado das frutas analisadas, contemplando 1.677 estabelecimentos, dos quais, 91,12% são de agricultura familiar. Por sua vez, a região Serrana é a terceira região mais produtora do Estado, e, nesta, encontra-se um ponto diferente das demais, uma vez que a relação entre agricultura familiar e não familiar é a menor de todas, com 67,96% de estabelecimentos familiares e 32,04% não familiares.

Em relação às espécies de frutas ofertadas em cada região, Goulart Junior, Reiter e Mondardo (2016, p. 4) afirmam:

Em regiões mais altas como a Serrana e o Vale do Rio do Peixe, que no inverno pode contar com as horas-frios necessárias para a produção de pêssigo, maçã, pera e uvas viníferas são as mais favoráveis para a produção comercial destas frutas. Em outras regiões, como as do litoral catarinense e o Vale do Itajaí, com temperaturas mais amenas e presença de umidade, se incentiva o cultivo de banana, maracujá e tangerinas. Já no Oeste Catarinense com grandes variações de temperatura e clima mais seco é mais adequado para a produção de laranjas e uvas comum e de mesa entre outras.

Então, evidencia-se que o clima de cada região e as ferramentas disponíveis determinam quais frutas terão maior destaque. O Censo de 2017 (IBGE, 2017) ajuda a confirmar o que apontam Goulart Junior, Reiter e Mondardo (2016), uma vez que os dados demonstram que, entre os 1.571 estabelecimentos em que é identificada a produção de maçãs no Estado, 1.399 encontram-se na região Serrana. De forma semelhante, 320 produtores de laranja encontram-se no Oeste Catarinense, em

relação aos 497 produtores totais do Estado.

De acordo com dados apresentados no *X Encontro de Economia Catarinense* (GOULART; REITER; MONDARDO, 2016), as frutas com maior participação no valor bruto da produção (VBP) estadual, em 2013/14, foram: a maçã (47,7%), a banana (26,6%), a uva (7,4%), o pêssego (2,4%) e o maracujá (2,2%). Os valores produzidos e vendidos por cada região do Estado de acordo com a fruta podem ser verificados na Tabela 3.

Tabela 3 – Quantidade produzida e vendida de banana, maçã, morango, maracujá, laranja e uva por mesorregião de Santa Catarina

Mesorregião Geográfica	Grande Florianópolis (SC)	Norte Catarinense (SC)	Oeste Catarinense (SC)	Serrana (SC)	Sul Catarinense (SC)	Vale do Itajaí (SC)	Total	
Variável	Valores	Valores	Valores	Valores	Valores	Valores	Valores	
Quantidade vendida de produtos da horticultura (Toneladas)	Total	1938	269621	8189	358519	68550	184943	891760
Uva (mesa)		137	0	129	0	0	495	761
Morango		1590	156	617	661	975	7	4006
Maracujá		24	0	0	0	19096	16	19136
Maçã		0	450	1464	357822	0	0	359736
Laranja		44	145	5902	36	0	23	6150
Banana		143	268870	77	0	48479	184402	501971
Quantidade produzida na horticultura (Toneladas)	Total	2035	286480	8523	383497	73876	188765	943176
Uva (mesa)		162	0	172	0	0	556	890
Morango		1596	158	624	662	982	10	4032
Maracujá		24	0	0	0	19537	18	19579
Maçã		0	562	1464	382799	0	0	384825
Laranja		44	220	6157	36	0	86	6543
Banana		209	285540	106	0	53357	188095	527307
Total		3973	556101	16712	742016	142426	373708	1834936

Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

O Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017) demonstra a importância de cada região na produção total do Estado, já que as variáveis se equilibram de acordo com a fruta, com exceção da Grande Florianópolis que tende a apresentar resultados bem menores do que as outras regiões.

É importante salientar uma diferença quanto aos dados no valor de produção. Em sua maioria, os estabelecimentos encontrados em Santa Catarina são de caráter familiar, representando 82,38%. Porém, quando esse dado é considerado em relação ao valor da produção e não em número de estabelecimentos, chega-se quase ao

equilíbrio, com 51,62% do valor da produção vindo da agricultura familiar e 48,38% dos estabelecimentos não familiares. Tal dado se dá, pelo de as grandes empresas terem capacidade produtiva e de comercialização muito superior aos estabelecimentos familiares, ainda que eles existam em maior quantidade.

Por isso, o mercado estudado tem como uma das suas características uma grande informalidade, com imensa participação de agricultura familiar, que traz um paradoxo de maior diversificação do mercado ao mesmo tempo que não regulamenta produções e estratégias. O grau de formalização das agroindústrias é importante no sentido de atender aos requisitos exigidos pela legislação tributária, favorecendo a atuação nos mercados, sobretudo aqueles de cadeias longas (empreendimento de agregação de valor). De acordo com o Relatório da Epagri (2019):

Entre os 1.387 empreendimentos agroindustriais da agricultura familiar de Santa Catarina, 665 (48%) relataram algum tipo de dificuldade relacionada à legislação na qual estão enquadrados. Nada menos que 549 (82,6%) indicaram que os problemas de adequação se deram na esfera da legislação sanitária, 40,8% na legislação tributária, 33,8% na legislação ambiental, 11,3% na legislação trabalhista e 8,4% se referiram à legislação previdenciária.

Assim, a questão da gestão desses empreendimentos se torna um desafio atual de tal mercado, considerando a quantidade de estabelecimentos presentes. Em 87% deles, a administração é realizada ou pelo proprietário (67%) ou por uma pessoa da família (20%). A prática da gestão parece deficitária, já que em 18% não existe qualquer tipo de controle administrativo, e, em 54%, é realizada anotação somente dos principais itens de despesas (GOULART JUNIOR, 2016).

3.3 ANÁLISE DO MERCADO DE FRUTAS EM SANTA CATARINA

Para aprofundar a revisão dos desafios e dos potenciais da horticultura em Santa Catarina, a interpretação dos dados é dividida nas frutas destacadas para a pesquisa. Com a finalidade de demonstrar sua demanda e produtividade dentro do sistema produtivo catarinense, cada subseção seguinte evidencia as reflexões possíveis a partir do Censo Agropecuário de 2017 produzido pelo IBGE (2017).

3.3.1 O Mercado do Morango

O morango é uma fruta originária da Europa, onde seus cultivos iniciais se

deram em hortas domésticas no início do século XV. No Brasil, o morango teve seu ingresso por imigrantes italianos, por volta dos anos de 1930, na cidade de Jundiaí, no interior do Estado de São Paulo. Já atualmente, segundo Almeida *et al.* (2009), a produção do morango encontra-se em sua maioria nas regiões serranas de clima temperado, próxima aos grandes centros metropolitanos devido à facilidade de comercialização.

Com a evolução do sistema de produção e de cultivos apresentado em meados de 1960, as áreas de cultivo aumentaram e fizeram com que a fruta fosse mais acessível à população em geral (VIEIRA, 2005). Segundo Faostat (2020 *apud* CAMPO E NEGÓCIO, 2021), entre as pequenas frutas *berries*, o morango é a mais popular, representando 67% da produção mundial.

De acordo com Neri *et al.* (2012), a cultura do morangueiro se sobressai por ser um cultivo microclimático. Sendo classificada como uma planta rasteira, o morango necessita que seja plantada uma nova muda todo ano, pois, na segunda safra, a produção diminui drasticamente. A cultura do morango é acessível aos pequenos produtores, caracteriza-se pela grande exigência em mão de obra, baixos custos de implantação e manejo, gerando bom retorno econômico a curto prazo (RONQUE, 1998; MADAIL *et al.*, 2007; BIASIO *et al.*, 2015). Atualmente, o sistema de plantio do morango é realizado de forma semi-hidropônica, ou seja, estão sendo desenvolvidas formas de plantio suspenso, no qual as plantas são cultivadas em bancadas suspensas, diminuindo a mão de obra e, conseqüentemente, aumentando a produtividade (NASCIMENTO; ALESSIO, 2022).

3.3.1.1 A Demanda do Morango em Santa Catarina

O Estado de Santa Catarina é considerado o quinto maior consumidor nacional de morango, segundo dados do IBGE (2009). A Região Sul do país tem um consumo *per capita* superior ao restante do território nacional, sendo a média de consumo em Santa Catarina de 0,221kg ao ano (IBGE, 2009). Rojas-Molina *et al.* (2020), ao analisar as seis Mesorregiões do Estado de Santa Catarina, destacam que estas apresentam o comportamento de produzir morangos para comercialização e também para autoconsumo.

As formas de comercialização do morango variam entre os produtores: há agricultores que já venderam de forma comercial, outros que sempre produziram para

autoconsumo e ainda os que vendem apenas o excedente da produção. Em pesquisa realizada com 85 municípios produtores do Estado, Rojas-Molina *et al.* (2020, p. 66) descobriram que “A produção para autoconsumo abrangeu hortas caseiras e em alguns municípios o excedente é vendido na cidade”. Na Figura 3, pode-se verificar os resultados da pesquisa em relação ao consumo da produção.

Figura 3 – Produção comercial e não comercial do morango por Mesorregião

Mesorregião	Com produção comercial de morango	Sem produção comercial de morango	Produção para autoconsumo, incipiente ou ocasional*		
	Total	Já teve	Nunca teve	Total	
Grande Florianópolis	4	1	1	2	1
Norte Catarinense	11	1	1	2	--
Oeste Catarinense	30	7	30	37	10
Serrana	17	1	5	6	--
Sul Catarinense	13	6	17	23	3
Vale do Itajaí	10	8	9	17	6
Total	85	24	63	87	20
Total (%)	49,4	14,0	36,6	50,6	11,6

* Valor incluso na classe "sem produção comercial", independente da sub-classe "já teve" ou "nunca teve".

Fonte: Rojas-Molina *et al.* (2020)

Assim, é possível perceber que nas regiões Vale do Itajaí, Sul Catarinense e Oeste Catarinense, a demanda maior é interna, com mais agricultores produzindo sem fins comerciais, e destes, a maioria sempre agiu dessa forma, nunca produzindo morango para comercialização. A região Serrana destaca-se pela maior diferença entre os números de produtores com e sem fins comerciais, com maior quantidade do primeiro (com fins comerciais), apesar de não ser a região com maior número.

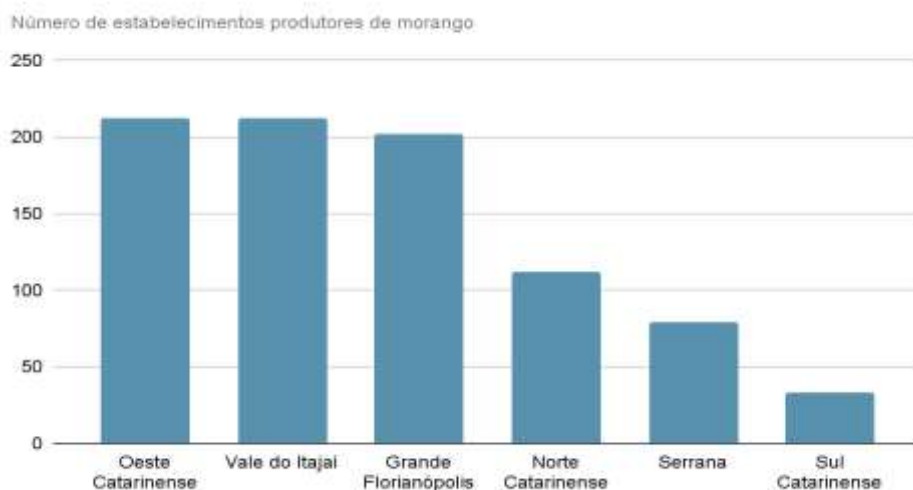
3.3.1.2 A Oferta do Morango em Santa Catarina

Em 2015, a cultura do morango ocupou uma área em torno de 225,9 ha, com produção de 9.918 t (ROJAS-MOLINA *et al.*, 2020). A produção em Santa Catarina relatada pelos extensionistas em 2015 foi maior do que a reportada no Censo

Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), sendo estimada em 5.481t (IBGE, 2019). O município de Rancho Queimado, dentro da região da Grande Florianópolis, é considerado a Capital Catarinense do Morango; outros municípios com destaque na produção são Urupema, São Joaquim, Urubici, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Capão Alto, Campo Belo do Sul e Lages da Mesorregião Serrana (ROJAS-MOLINA *et al.*, 2020).

Segundo o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), existem 850 estabelecimentos agropecuários em Santa Catarina. Destes, a maioria encontra-se nas Mesorregiões Oeste Catarinense, Vale do Itajaí e Grande Florianópolis. Em relação ao tipo de negócio, 86,59% dos estabelecimentos produtores de morango são de agricultura familiar. Na maior parte da atividade econômica, os morangos são produzidos em horticultura, representando 480 estabelecimentos; 356 dos estabelecimentos são de lavoura temporária e apenas 14 produzem em lavouras permanentes.

Gráfico 2 – Número de estabelecimentos produtores de morango em Santa Catarina por Mesorregião

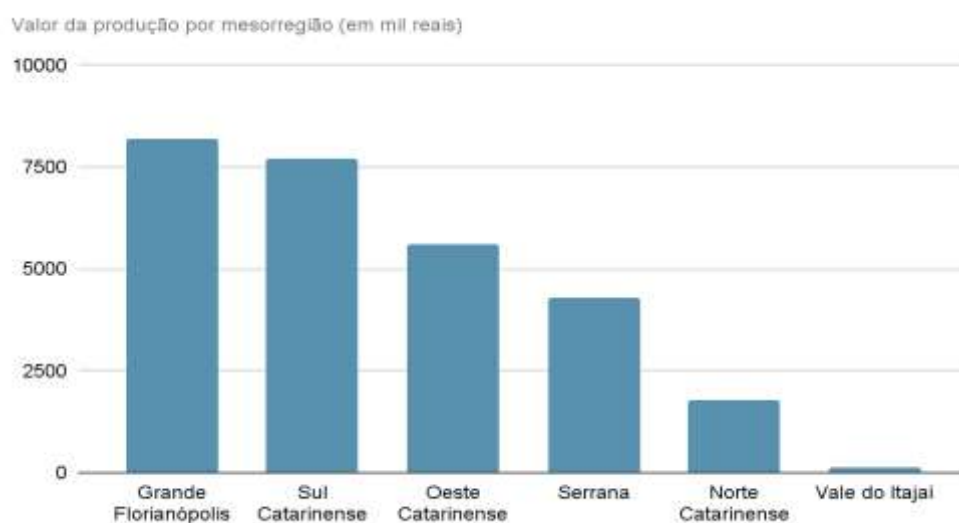


Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

Quando analisados os dados em relação ao valor da produção da horticultura, por sua vez, ainda que os estabelecimentos sejam em maior número de agricultura familiar, outra vez os dados atingem de maior forma o equilíbrio. Dos 86,59% estabelecimentos produtores de agricultura familiar, quando se trata do valor da produção (R\$ 1.000,00), a porcentagem muda para 64,88% da participação de agricultura familiar e 35,12% para a não familiar (IBGE, 2017).

De forma semelhante, o valor da produção (R\$ 1.000,0) das Mesorregiões também não é proporcional à quantidade de estabelecimentos de cada uma. Por exemplo, a Grande Florianópolis é a terceira região com maior número de estabelecimentos, mas quando se refere ao valor da produção, ela se torna a primeira. No Gráfico 3, apresenta-se a relação de cada Mesorregião e o valor da produção de morango (R\$ 1.000,00) segundo o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017).

Gráfico 3 – Valor da produção da Horticultura – morango (R\$ 1.000,00)



Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

No Gráfico 3, pode-se perceber que o Vale do Itajaí é uma Mesorregião com uma particularidade evidente: ainda que represente a segunda região com maior número de estabelecimentos, é a última região na participação do valor de produção. Isso ocorre porque o foco da região não é o morango, mas a banana, fruta que gerou mais de R\$ 111.304.000 em valor de produção, de acordo com o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017). Por sua vez, o foco da Grande Florianópolis é o morango, que representou R\$ 8.209.000 em 2017, sendo a fruta de maior expressão da Mesorregião.

Assim, percebe-se que as regiões da Grande Florianópolis e Sul Catarinense são as Mesorregiões com enfoque na produção e na comercialização do morango, ambas com participação alta da agricultura familiar. Por sua vez, o Oeste Catarinense e o Vale do Itajaí são as regiões com maior número de estabelecimentos produtores, ainda que o valor da produção seja menor, uma vez que, respectivamente, o foco dessas regiões é a laranja e a banana (IBGE, 2017).

3.3.1.3 Desafios e Potenciais do Mercado de Morango em Santa Catarina

Segundo a leitura dos dados do Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), é possível presumir o potencial da agricultura familiar na produção do morango em Santa Catarina. Todavia, o desafio encontra-se em potencializar esse valor da produção, uma vez que empresas conseguem produzir em quantidades muito maiores do que os estabelecimentos familiares. Desse modo, surge o desafio de modernizar as formas de produção para que a agricultura familiar possa reduzir custos com mão de obra, entre outros, e potencializar seus ganhos com a produção.

Destaca-se o potencial da Grande Florianópolis e da região Sul Catarinense no valor da produção do morango, e, por isso, a importância de continuar incentivando a produção e a comercialização dessa fruta nas regiões. O desafio de comercialização encontra-se nas regiões do Oeste Catarinense e Vale do Itajaí, que, apesar de possuírem potencial produtivo, não geram o mesmo valor. Segundo Rojas-Molina *et al.* (2020), os produtores de ambas as regiões relataram dificuldades com a comercialização devido à alta perecibilidade dos morangos, somada à necessidade de capacitação e de se ter estruturas para a colheita e a pós-colheita (ROJAS-MOLINA *et al.*, 2020).

3.3.2 O Mercado da Banana

A banana é uma fruta de caráter tropical, que pode ser cultivada durante todas as estações. Sua comercialização começou já no Sudeste da Ásia, sendo posteriormente expandida para o Oriente Médio, Europa Mediterrânea e América Latina. As produções na América Central e caribenhas, na segunda metade do século XIX, se tornaram relevantes no comércio mundial (PIMENTEL, 2006).

Atualmente, o Brasil é o 4º maior produtor mundial da fruta, ficando apenas atrás da Índia, China e do Paquistão (UAIAGRO, 2022). De acordo com os dados do IBGE (2017), a produção é estimada em cerca de 7 milhões de toneladas, com apenas 1% desta destinada à exportação. Tal fato tem relação com o grande consumo interno da fruta, uma vez que a banana foi a fruta mais consumida no país em 2022 (ABRAFRUTAS, 2022).

Os cinco estados que mais produzem a fruta no país são estes: São Paulo, Bahia, Minas Gerais, Santa Catarina e Pernambuco (EMBRAPA, 2022). O rendimento

da produção (toneladas por hectare) em Santa Catarina é mais alto comparado aos três estados que o superam em produção, o que colocou o Estado em uma posição relevante na escala nacional. A banana é um produto cuja produção reflete uma série de iniciativas da Epagri para tornar o produto mais competitivo. Segundo a Epagri (1999), o desenvolvimento de pesquisas e novos cultivares foram incorporados a partir de 1987, tornando possível que a fruta se destacasse além do mercado de fruticultura e, também, como um dos hortifrúteis de maior produção no Estado.

3.3.2.1 A Demanda da Banana em Santa Catarina

A banana é a fruta mais consumida no Brasil, segundo a *Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018: primeiros resultados* (IBGE, 2019). Essa demanda inclui também o Estado de Santa Catarina, uma vez que a produção da fruta no Estado é direcionada para o mercado interno e externo. De acordo com Pimentel (2006), aproximadamente 15% da produção é direcionada para a industrialização no próprio estado; 20% destinam-se ao consumo *in natura* no mercado interno, sendo que a maioria da produção, 40%, é consumida pelos mercados externos. Os outros estados brasileiros absorveram 22% do total produzido em 2004, e os 18% restantes foram exportados, sendo a maioria enviada para países pertencentes ao Mercosul.

Tais dados indicam que a demanda da banana é nacional, ainda que seja também relevante dentro de Santa Catarina. A produção da fruta é destinada para todas as frentes, mercado interno, externo e exportação. Em relação às formas de comercialização, a maior parte das vendas é feita por atacadistas. Dados de 2004 demonstram que 49% da produção de Santa Catarina são destinados a atacadistas dos centros de produção, que vendem para depósitos climatizadores, e, então, ao consumidor (PIMENTEL, 2006). Dessa forma, a banana não é uma fruta vendida em grande escala diretamente ao consumidor final.

Ainda, conforme aponta Goulart Junior (2018), foi por causa da estiagem nas regiões Nordeste e de Minas Gerais que ocorreu uma variação nos preços do mercado de atacado na comercialização de grandes quantidades de bananas nas principais centrais de abastecimento da região Sudeste do país.

Com redução na oferta da fruta no mercado atacadista nacional, ocorre o aumento da demanda pela banana do Sul e Sudeste do país e a conseqüente valorização dos preços. Porém em anos marcados por invernos mais rigorosos no Sul e Sudeste a alta umidade e as

temperaturas frias propiciam, principalmente, a ocorrência de doenças fúngicas que afetam a planta e a qualidade da fruta no mercado reduzindo as cotações neste período. (GOULART JUNIOR, 2018, p. 10)

A demanda da banana nos estados do Sul pode ser considerada um reflexo de redução da oferta nacional, o que abre espaço para esse mercado em Santa Catarina. Entretanto, como se trata de um cultivo suscetível a mudanças de temperatura, especialmente no Sul que passa por todas as estações, as safras variam em produtividade.

3.3.2.2 A Oferta da Banana em Santa Catarina

O Estado de Santa Catarina é o quarto estado com maior produção de bananas no Brasil. O rendimento da produção (toneladas por hectare) em Santa Catarina é mais alto comparado aos três estados que o superam em produção, o que coloca o Estado em uma posição relevante na escala nacional (EMPRABA, 2021). Segundo o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), existem 3.286 estabelecimentos produtores de banana em Santa Catarina. As Mesorregiões do Norte Catarinense, Sul Catarinense e Vale do Itajaí destacam-se como as maiores produtoras. Na Tabela 4, pode-se observar o número de estabelecimentos e a quantidade produzida na horticultura, em toneladas, por cada Mesorregião do Estado.

Tabela 4 – Relação entre número de estabelecimentos e quantidade produzida de banana por Mesorregião do Estado

Variável	Grande Florianópolis	Norte de Santa Catarina	Oeste de Santa Catarina	Região Serrana	Sul de Santa Catarina	Vale do Itajaí
Número de estabelecimentos	152	1.376	74	0	942	742
Quantidade Produzida (ton.)	209	285.540	106	0	53.357	188.095

Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

De acordo com os dados da Tabela 4, pode-se perceber primeiro que a Mesorregião Serrana não possui participação na produção de banana do Estado. Isso porque a região apresenta clima frio, não adequado para o plantio da banana, já que é uma fruta de clima subtropical. Ainda, existe uma desproporção no número de estabelecimentos e quantidade produzida nas regiões do Sul Catarinense e do Vale do Itajaí. Apesar de o Sul possuir mais unidades produtoras, a quantidade produzida

do Vale do Itajaí é superior, e esse fenômeno pode ser entendido como reflexo de que no Sul a cultura do maracujá também é de grande importância e foco, enquanto no Vale do Itajaí é a banana que é a principal fonte de renda do hortifrúti.

Em relação à atividade produtiva dos estabelecimentos no Estado, em sua maioria, a banana é produzida em lavouras permanentes, representando 2.669 estabelecimentos (IBGE, 2017). Em todas as mesorregiões, as lavouras permanentes representam a maior parte da atividade, com exceção do Oeste Catarinense onde as lavouras temporárias são maioria.

A agricultura familiar tem grande relevância nessa produção, sendo 86,37% dos estabelecimentos do Estado. Ambas as Mesorregiões com maior valor de produção e de venda da banana, Norte Catarinense e Vale do Itajaí, apresentam individualmente bastante participação da agricultura familiar, com, respectivamente, 69,87% e 70,25% da produção oriunda desse tipo de negócio. Das seis frutas analisadas nesta pesquisa, a banana é a terceira com maior participação da agricultura familiar nos estabelecimentos do Estado.

Na participação total no valor de produção do hortifrúti no Estado de Santa Catarina, a banana fica atrás apenas da maçã. Com valor de produção estimado em R\$ 332.519.000, de acordo com o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), a banana apresenta cada vez mais relevância estadual, chegando próximo ao valor produzido pela principal fruta do Estado, a maçã, que atingiu valores de R\$ 391.093.000.

3.3.2.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Banana em Santa Catarina

Segundo a leitura dos dados do Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), é possível presumir o potencial da agricultura familiar na produção da banana em Santa Catarina e a relevância dessa produção nas Mesorregiões Norte Catarinense e Vale do Itajaí. Um potencial que pode ser observado no Estado é o rendimento da produção (toneladas por hectares) ser superior ao dos outros Estados que são destaque nacional na produção dessa fruta. Isso indica que mesmo possuindo menos espaços de terra, pela forma da produção catarinense, clima e diversidade de ser produzido em mais de uma região, Santa Catarina tem potencial de ganhar maior destaque nacional se mantiver tais níveis.

Em relação à demanda, existem potenciais e desafios. Como apresentado por

Goulart Junior (2018), quando as ofertas no mercado atacadista nacional diminuem, a demanda no Sul cresce e se apresenta uma oportunidade. Existe um potencial no mercado da banana em Santa Catarina, já que a demanda existe nos mercados interno e externo e também há espaço para exportação. Porém, como apontado por Pimentel (2006), são poucos os produtores que conseguem vender diretamente ao consumidor, criando uma rede que passa por muitos intermediários e atacadistas antes do cliente final. É um desafio do Estado, então, melhorar a comercialização direta, dado o alto grau de consumo dessa fruta no Brasil.

3.3.3 O Mercado da Maçã

A maçã é uma fruta originária da Ásia, que tem florestas nativas inteiras de macieiras. No Brasil, ela chegou junto com a imigração no século XIX, e rapidamente espalhou-se pelo país. O clima muito apropriado para a produção e cultivo da maçã torna o Brasil um dos dez maiores produtores da fruta no mundo. Com um rendimento médio de 50 toneladas por hectare, o país responde por apenas 1,5% da produção mundial, amplamente liderada pela China, que detém 52% do volume produzido da fruta (AGROINSIGHT, 2021).

O Estado de Santa Catarina é o maior produtor nacional da fruta, responsável mais de 50% da produção brasileira (GOULART JUNIOR, 2002). Essa produção se concentra de forma consolidada na microrregião dos Campos de Lages com a produção de maçã Fuji e Gala. A cadeia produtiva da maçã se caracteriza pela presença de pequenos produtores cooperados dispendo de casas de embalagem e classificação nas cooperativas, principalmente, na Mesorregião Serrana; e ainda, grandes agroindústrias com suas *packing-houses* e serviços de distribuição das frutas *in natura* ou processadas para a produção de suco. No levantamento 2014-15, o VBP estimado para a maleicultura é de R\$ 527,1 milhões com 44% de crescimento em relação à safra 2012-13 e um retorno médio bruto por produtor/cooperativa/agroindústria de R\$ 14,5 mil (GOULART; REITER; MONDARDO, 2016).

Na Tabela 5, pode-se ver os dados relativos à participação dos cinco Estados que mais produzem a fruta no país.

Tabela 5 – Principais estados produtores de maçãs e quantidades em toneladas

Estado	Toneladas	Posição no Ranking	%
Santa Catarina	635	1	49
Rio Grande Do Sul	628	2	48
Paraná	30	3	2
São Paulo	4	4	0,5
Minas Gerais	3	5	0,5

Fonte: Agrolink (2021)

De acordo com os dados da Tabela 5, pode-se ver que Santa Catarina é a maior produtora do fruto, com uma produção estimada no montante de 635 mil toneladas, seguida pelo Rio Grande do Sul com 628 mil toneladas, Paraná com 30 toneladas, São Paulo com 4 toneladas e Minas Gerais com 3 toneladas. Assim, entre as frutas pesquisadas neste projeto – banana, maçã, maracujá, laranja, uva, morango – é a maçã a que representa a maior participação de Santa Catarina no contexto nacional.

3.3.3.1 A Demanda da Maçã em Santa Catarina

Segundo relatório da Embrapa (EMBRAPA, 2022), com produção próxima de 77 milhões de toneladas de maçã no Brasil, a fruta tem um consumo médio *per capita* anual ao redor de 10 quilos. Ainda que não seja a fruta mais consumida no país, durante muito tempo, a maior parte do consumo interno era atendido por importações, em grande parte da Argentina. Nos anos de 1980, o país importava 75% do consumo de maçã (PEREIRA; SIMIONI; CARIO, 2010).

Com uma mudança na estrutura produtiva a partir dos anos de 1980, o país conseguiu consolidar a autossuficiência, e, gradativamente, as importações diminuíram e a produção nacional assumiu a demanda interna. Atualmente, Santa Catarina e Rio Grande do Sul representam 95% da produção nacional e suprem esse mercado interno, com a comercialização principalmente por meio das centrais de abastecimento. Segundo Pereira, Simioni e Cario (2010, p. 2020):

Grande parte da produção é distribuída pelas empresas na forma de atacado, utilizando-se das Centrais de Abastecimento S. A. (Ceasa) e, como principal ponto de referência, da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp). A partir dos centros atacadistas, a maçã é distribuída para os locais de venda ao consumidor, como os super e os hipermercados, feiras, fruteiras, etc. É crescente a importância das grandes redes de supermercados na distribuição da maçã, que passaram a transacionar diretamente com

as empresas produtoras, mediante a realização de contratos de fornecimento.

Assim, como no mercado da banana, são os centros atacadistas que distribuem as frutas para o consumidor final. Ainda que o cenário nacional seja positivo e Santa Catarina seja responsável por suprir a demanda do mercado interno, por meio das feiras e supermercados, quando algumas safras são afetadas em qualidade e quantidade devido a fatores externos, a importação no país cresce outra vez. Segundo dados da Epagri (OBSERVATÓRIO AGROSC, 2023), foram importadas 755 toneladas de maçã em janeiro de 2022, em sua maioria da Argentina. Já em janeiro de 2023, foram 2,5 mil toneladas da fruta, dessa vez principalmente importadas da Itália. Conforme aponta o analista de Socioeconomia e Desenvolvimento Rural da Epagri/Cepa, Rogério Goulart Junior, dois fatores influenciaram o crescimento das importações: os baixos estoques de maçã nacional e a superprodução registrada em alguns países da Europa. (OBSERVATÓRIO AGROSC, 2023).

Por outro lado, ao atingir a autossuficiência da produção e ofertar para o mercado interno, o Brasil também ganhou possibilidade de exportações. Segundo Pereira, Simioni e Cario (2010, p. 222):

As exportações brasileiras de maçã iniciaram-se em meados dos anos 80, viabilizadas através de um pool de exportação. Estas aumentaram devido ao alto crescimento da produção interna, qualidade da fruta (sabor) bem aceita pelo consumidor externo e por seu preço atrativo.

Já em 2021, de acordo com dados do Abrafrutas (AGROLINK, 2021), o estado catarinense participou com 9,2% do volume exportado de maçãs. No primeiro trimestre de 2021, o valor alcançado com as vendas externas da fruta foi de US\$ 23,21 milhões, com um volume de 30,20 mil toneladas da fruta, avanço de 89%. Os dados constam no Boletim Agropecuário de abril, divulgado pela Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI, 2023). Dessa forma, é possível perceber que a demanda de maçãs no Estado de Santa Catarina é diversa, originada de uma demanda de mercado interna do estado e do país, mas também com exportações.

3.3.3.2 A Oferta da Maçã em Santa Catarina

O Estado de Santa Catarina é o maior estado produtor de maçãs no Brasil. A produção brasileira encontra-se localizada geograficamente em quatro estados

produtores, sendo que Santa Catarina é o maior produtor e, junto com o Rio Grande do Sul, ambos representam mais de 95% da produção total. Entre as Mesorregiões do Estado de Santa Catarina, a região Serrana é a que contém maior número de estabelecimentos, contemplando 1.399 das 1.571 Unidades do Estado (IBGE, 2017).

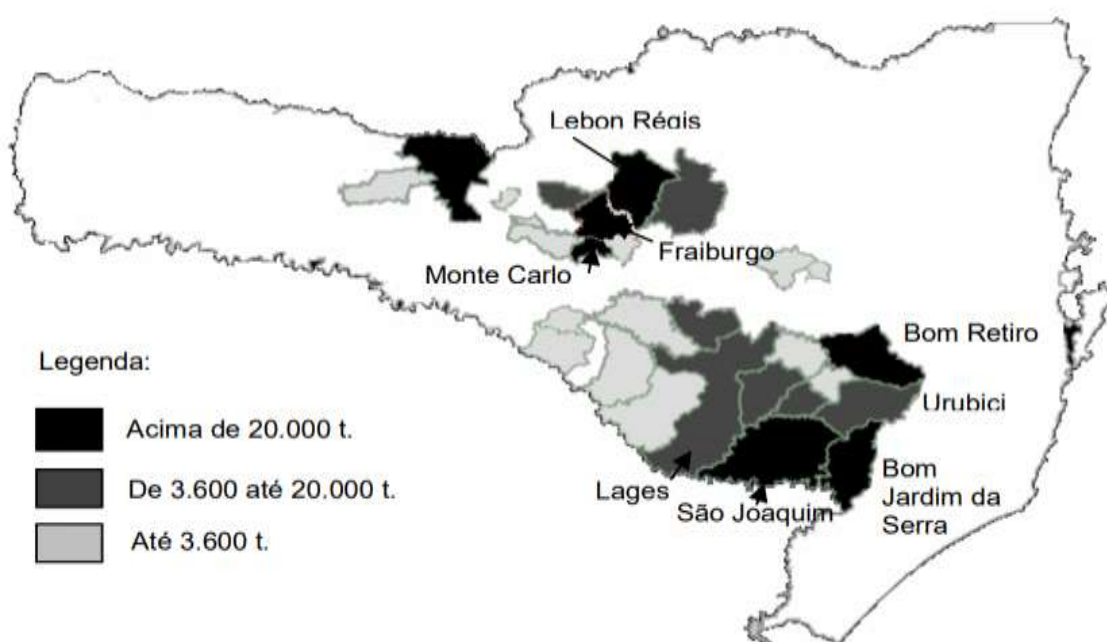
Segundo Pereira, Simioni e Cario (2010, p. 217):

As principais regiões produtoras em Santa Catarina são Fraiburgo, no Meio-Oeste, e São Joaquim, no Planalto Serrano. No Meio-Oeste, a produção de maçã está geograficamente mais concentrada no Município de Fraiburgo, e, no Planalto Serrano, a produção é mais dispersa, envolvendo um número maior de municípios, tendo como principal produtor o de São Joaquim.

No mapa da Figura 4, é possível verificar as regiões produtoras do Estado.

Figura 4 – Localização e classificações dos municípios produtores de maçã

Localização e classificação da produção dos municípios produtores de maçã no estado de Santa Catarina — 2006



Fonte: Pereira, Simione e Cario (2010)

De acordo com dados da Epagri de 2022 (CIRAM-EPAGRI, 2022), São Joaquim se consolidou como o maior produtor da fruta no Brasil, com uma área de 8.692 ha, representando 26% de todos os pomares do país. Já o Estado de Santa Catarina responde por aproximadamente 48% da área plantada no Brasil. Além da região Serrana, outras duas Mesorregiões do Estado contribuem com parte da produção, são elas o Norte Catarinense, com 37 dos estabelecimentos, e o Oeste Catarinense com 129 unidades produtoras. As Mesorregiões da Grande Florianópolis,

Sul Catarinense e Vale do Itajaí possuem entre um e quatro estabelecimentos produtores, contribuindo pouco para a participação do Estado.

Uma característica diferente da oferta da maçã em Santa Catarina, em relação às outras frutas, é a menor porcentagem da agricultura familiar no total dos estabelecimentos. Ainda que a agricultura familiar seja a maior parte das unidades produtoras, respondendo por 66,39% dos estabelecimentos, esse número é muito menor quando comparado às outras frutas estudadas, em que a agricultura familiar responde por quase 90% dos estabelecimentos. Isso indica o maior grau de industrialização no mercado da maçã em Santa Catarina, que reflete também na sua grande participação nacional.

Em relação à atividade econômica, quase toda a produção de maçã no Estado acontece em lavouras permanentes, com exceção do Oeste Catarinense cuja produção ocorre em lavouras temporárias. De acordo com o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), a quantidade de produção vendida só da região Serrana foi de 357.822 toneladas, já a região Oeste Catarinense produziu 1.464 toneladas.

Outra característica da oferta da maçã no Estado é o alto número de terras com ocupantes e não proprietários. Ainda que existam mais estabelecimentos de proprietários, os dados do IBGE (2017) apontam que, no valor de produção da cultura da maçã, as terras caracterizadas como de “ocupantes” representam mais. A Figura 5 mostra as porcentagens da condição do produtor em relação à terra e em relação à quantidade de produtos vendidos.

Figura 5 – Valores de produção por condição do produtor rural de maçã



Fonte: Elaborada pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

Dessa forma, a oferta da maçã em Santa Catarina é marcada pela forte produção em apenas uma mesorregião, Serrana, com menos presença da agricultura

familiar do que outras frutas, mas ainda com alta participação desta na atividade. O cultivo é feito em sua maioria em lavouras permanentes, e parte da produção é vendida por ocupantes de terra.

3.3.3.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Maçã em Santa Catarina

O mercado da maçã em Santa Catarina é muito representativo na esfera estadual e nacional e já se encontra como um mercado bem consolidado. A produtividade de maçã tem uma boa rentabilidade, pois sua renda anual gira em torno de R\$ 7 bilhões para a economia brasileira. Um potencial que esse mercado apresenta é o crescimento das exportações, que, em 2021, atingiu uma alta 112% em valor (ABRAFRUTAS, 2022). Uma vez que o mercado interno já é bem atendido quando as safras não sofrem ação de agentes externos, há espaço para abrir cada vez mais mercado internacional.

Outro potencial que pode contribuir com o aumento das exportações é a qualidade do armazenamento das maçãs em Santa Catarina. A fruta somente é colhida nos meses de janeiro a maio, mas fica disponível para consumo durante todo ano, pois ficam armazenadas em câmeras frias especializadas. Santa Catarina apresenta a melhor estrutura de conservação da maçã, possui estrutura para armazenar 85% de sua produção, sendo 60% desta em atmosfera controlada (PEREIRA; SIMIONI; CARIO, 2010).

Os desafios giram em torno dos agentes externos – fenômenos naturais, pragas – que afetam as safras de Santa Catarina, refletem nos preços e tornam a maçã importada às vezes mais competitiva que a local. Também existem esforços na comercialização, pois, como apontaram Pereira, Simioni e Cario (2010), parte da safra proveniente dos pequenos produtores destina-se a intermediários e a outra parte destina-se a empresas integradas, e, nessas transições, há um nivelamento de bons e maus produtores, boas frutas são comercializadas junto com frutas de baixa qualidade, baixando significativamente o preço médio da produção.

3.3.4 O Mercado da Laranja

A laranja é uma das frutas mais antigas de cultivo, pois são datadas suas culturas e consumos da época dos romanos. Estes foram, provavelmente, os

primeiros europeus a entrarem em contato com esse fruto, possivelmente durante o primeiro século. Considerada um produto de luxo, a laranja tornou-se popular entre a classe nobre e os militares, sendo as primeiras espécies amargas e cultivadas para serem utilizadas com fins medicinais (CROPLIFE BRASIL, 2020).

Como todas as plantas cítricas, a laranjeira é nativa da Ásia, mas a região de origem é motivo de controvérsia (FERNANDES, 2010). Segundo pesquisadores, ela foi levada da Ásia para o Norte da África e de lá para o Sul da Europa, e teria chegado na Idade Média. Da Europa, foi trazida para as Américas na época dos descobrimentos, por volta de 1500. A laranja espalhou-se pelo mundo sofrendo mutações e dando origem a novas variedades.

Atualmente, a laranja é consumida no mundo todo, e o Brasil responde por 50% da produção mundial de suco de laranja, exportando 98% do que produz. (AGROLINK, 2021). A laranja é uma fruta cultivada em todos os estados brasileiros, e o país responde por $\frac{3}{4}$ das exportações globais desse suco. Depois do Brasil, as maiores produções de laranja são encontradas na China, Estados Unidos e Índia.

Dentro do país, o Estado de São Paulo é o maior produtor do fruto. Com uma produção correspondente a 77% do total nacional, o Estado de São Paulo destaca-se na frente, seguido por Minas Gerais com 6% da produção, Paraná com 5%, Bahia com 4% e Rio Grande do Sul com 2% (AGROLINK, 2021). Nesse contexto, Santa Catarina não é um dos estados com maior relevância nacional na produção de laranja, mas apresentou em 2021 números de produção de R\$ 29.554.000, enquanto São Paulo estimou em R\$ 9.212.488.000.

De toda forma, o mercado da laranja em Santa Catarina deve ser estudado para entender se há espaço para maior produção ou quais os desafios da oferta para produzir mais.

3.3.4.1 A Demanda da Laranja em Santa Catarina

O suco de laranja é o mais consumido no mundo, participando com 35% do consumo global entre todos os sucos (AGROLINK, 2021). A produção de sucos é um dos maiores destinos da produção de laranja no Brasil, com 75% da produção nacional sendo vendidos para as indústrias de suco concentrado (KOLLER, 2001). Essa alta demanda por sucos de laranja e a adequação da produção a esse contexto refletem no consumo de as frutas *in natura* serem o objetivo em segundo plano.

No Estado de Santa Catarina, são consumidas em maioria as variedades laranja-baía, laranja-lima, laranja-pera e laranja-seleta, segundo a pesquisa de orçamentos familiares (IBGE, 2019). A laranja-pera tem destaque para a mais consumida, com 3,054 kg de aquisição alimentar domiciliar *per capita* estimada. Entre os Estados do Sul do país, Santa Catarina é o segundo maior consumidor de laranja de acordo com os dados do POF 2017-2018 (IBGE, 2023), tendo um valor *per capita* um pouco menor que o Rio Grande do Sul, mas maior que o Paraná.

A origem da fruta consumida no Estado de Santa Catarina não é, em sua maioria local, já que o Estado importa mais de 75% dos frutos cítricos que consome *in natura*. Isso representa uma evasão de divisas aproximada de R\$ 20 milhões/por ano (KOLLER, 2001). A importação da fruta vem de outros estados do Brasil, como de São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul, e de fora, como do Uruguai.

Da pouca produção de laranja que Santa Catarina produz, de acordo com os dados encontrados de 1997 (KOLLER, 2001), a maior parte destina-se ao consumo interno da fruta *in natura* e, em menor parte, a exportação para o Rio Grande do Sul. Estima-se que apesar de a produção em Santa Catarina estar sendo incentivada e ter crescido desde a coleta dos dados até os dias atuais, o destino das frutas ainda pode ser considerado proporcional. A Figura 6 apresenta a origem e o destino das laranjas do Estado, segundo Koller (2001).

Figura 6 – Origem e destino das frutas cítricas em Santa Catarina

Tabela 1 – Origem e destino das frutas cítricas comercializadas em Santa Catarina em 1997		
Origem e destino	Quantidade de Frutas	
	t	%
Origem das frutas	155.400	100,0
Produção do Litoral e Vale do Itajaí	13.000	8,4
Produção do Oeste	55.000	35,4
Importação (SP, PR, RS, Uruguai)	87.400	56,2 ^(A)
Destino das frutas	155.400	100,0
Consumo <i>in natura</i>	113.000	72,7
Industrialização	37.400	24,1
Exportação (RS)	5.000	3,2

(A) A importação representa 77,3% do mercado estadual de frutas para consumo *in natura*.
Fonte: Indústrias e atacadistas de Santa Catarina.

Fonte: Koller (2001)

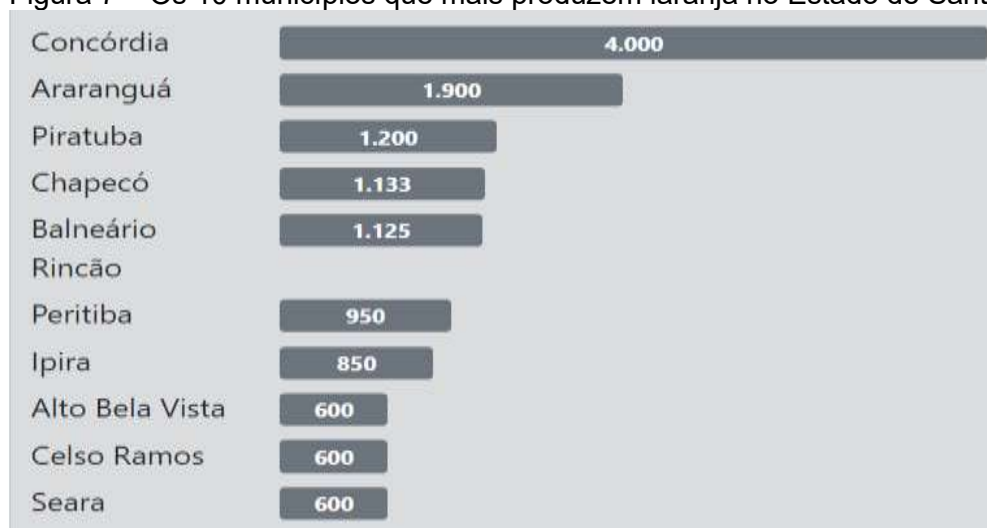
Assim, pode-se perceber que o Estado de Santa Catarina importa interna e externamente a maior parte das laranjas que consome. Já a produção interna é destinada às frutas *in natura*, à industrialização e, por fim, à exportação dentro do território brasileiro. É possível perceber que iniciativas de instituições, como a Epagri, vêm provocando diferenças nesses números para que o Estado não dependa tanto da importação.

3.3.4.2 A Oferta da Laranja em Santa Catarina

O Estado de Santa Catarina encontra-se na 14^a posição em relação ao valor da produção de laranja na participação nacional. Segundo os dados do IBGE (2021), em análise do valor da produção de laranja em mil reais no mesmo ano, Santa Catarina produziu um total de R\$ 29.554.000, participando de uma porcentagem próxima a 0,2% no total nacional, estimado em R\$ 12.534.709.000. Dentro as mesorregiões catarinenses, o Oeste Catarinense apresenta o maior número de estabelecimentos produtores de laranja, com 320 unidades produtoras das 497 totais. Nas demais regiões, encontram-se de 20 a 50 estabelecimentos produtores.

Na Figura 7, é possível verificar os 10 municípios que mais produzem laranja em Santa Catarina.

Figura 7 – Os 10 municípios que mais produzem laranja no Estado de Santa Catarina



Fonte: IBGE (2020b)

Apesar de o Estado de Santa Catarina não aparecer dentro da figuração nacional com muito destaque, as poucas cidades produtoras contribuem para a

economia local. A maior cidade produtora de laranja no Estado, Concórdia, na safra de 2014/15, segundo dados da Epagri (2016), apresentou um VBP de R\$ 2.901.632, para uma área colhida de 569 hectares. Em sua maioria, as unidades produtoras da cidade têm de 10 a 20 hectares, corroborando com os dados da alta participação da agricultura familiar no Oeste Catarinense na produção de laranja, que representa 82,19% dos estabelecimentos.

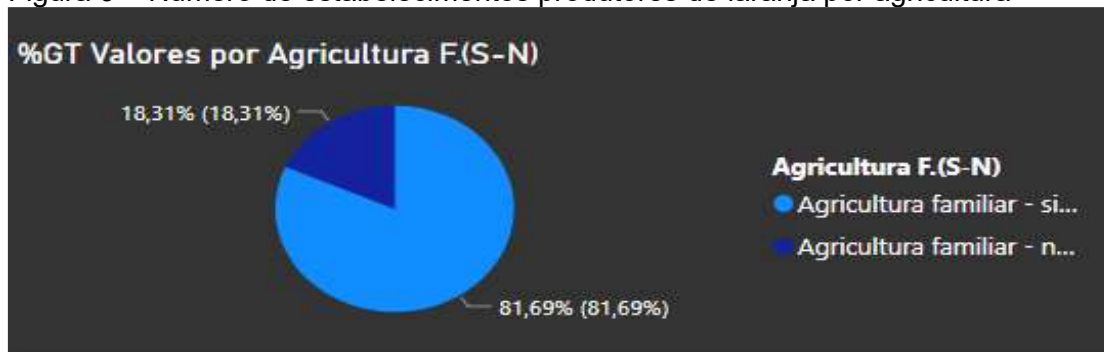
Nas figuras a seguir, verifica-se o número de estabelecimentos produtores de laranja no Estado por atividade econômica e tipo de agricultura.

Figura 8 – Número de estabelecimentos produtores de laranja por grupos de atividade econômica



Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

Figura 9 – Número de estabelecimentos produtores de laranja por agricultura



Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

A produção de laranja em Santa Catarina caracteriza-se pela agricultura familiar, com esse tipo de agricultura predominando em todas as mesorregiões. Por outro lado, nas formas de cultivo, há um maior equilíbrio, em que a maior parte do cultivo ocorre em lavouras temporárias, com 249 dos estabelecimentos, enquanto 225 são cultivos de lavouras permanentes. A produção no Estado também é caracterizada pela alta participação do Oeste Catarinense, já que a Mesorregião é responsável por 59% da produção de laranja estadual com 29% do VBP da fruta no estado (GOULART

JUNIOR; REITER; MONDARDO, 2016).

Na Tabela 6, estão apresentados os valores da atividade econômica e da agricultura familiar (ou não) para as variáveis de quantidade produzida de laranja, quantidade vendida e valores da produção.

Tabela 6 – Porcentagens de agricultura familiar e tipo de atividade econômica na produção da laranja em Santa Catarina

Tipo de estabelecimento	Quantidade produzida na horticultura (ton.)	Quantidade vendida na horticultura (ton.)	Valor da produção (mil reais)
Agricultura familiar	79,23%	80,65%	79,60%
Agricultura não familiar	20,77%	19,35%	20,40%
Atividade econômica			
Lavoura permanente	5610	5373	3334
Lavoura temporária	933	777	510

Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

Com base na tabela, pode-se observar que a participação da agricultura familiar não se altera muito em relação ao número de estabelecimentos exposto anteriormente (81,69%) e às variáveis de valor de produção e quantidade. Ou seja, a agricultura familiar continua participando em maioria dos valores da produção. Por outro lado, apesar de as lavouras temporárias serem maioria em número de estabelecimentos, a participação econômica das lavouras permanentes é maior em relação à quantidade produzida, vendida e ao valor da produção.

3.3.4.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Laranja em Santa Catarina

O mercado da laranja em Santa Catarina é menos representativo na esfera nacional do que em outras frutas que o estado produz. O mercado interno é suprido principalmente pela importação nacional e internacional, e, em sua maioria, a laranja é consumida em sucos concentrados. Um desafio que o estado encontra é em produzir melhor para suprir a demanda interna e aumentar sua participação na esfera nacional.

Iniciativas já estão sendo executadas neste sentido, e o crescimento dos pomares de laranja é um fenômeno constante na região de Celso Ramos, por exemplo. Segundo artigo da Epagri (GOULART JUNIOR, 2018), a mudança começou em 2004 quando as famílias de agriculturas se organizaram em uma Cooperativa dos Citricultores (COCICER). Dos 21 associados e dos 21 hectares de citros que iniciaram o movimento, hoje em dia estes contam com 41 famílias cooperadas que colhem 400 toneladas por anos em 40 hectares. As iniciativas das cooperativas são um potencial para o Estado aumentar a produção de laranjas, e é importante a parceria com as instituições como Epagri e Cidasc, como ocorre em Celso Ramos.

3.3.5 O Mercado do Maracujá

O maracujá é uma fruta de clima tropical, é originária da América tropical e faz parte do gênero das passifloras. O Brasil é o primeiro produtor mundial de maracujá, com 690.364 toneladas produzidas em 2020 (IBGE, 2020a), e o cultivo da fruta está crescendo cada vez mais, com o destino sendo o consumo *in natura* e também a produção de suco concentrado (EMBRAPA, 2021). No país, existem mais de 150 espécies de maracujá, mas nem todas são comestíveis.

No mapa da Figura 10, verifica-se os locais do Brasil que trabalham com a produção do maracujá.

Figura 10 – Mapa da produção de maracujá no Brasil em 2020



Fonte: Revista da Fruta (2022)

O Estado que mais produz maracujá no país é o Ceará, com um valor de produção estimado em R\$ 422.663.000 em 2021, segundo o IBGE (2021). Em seguida, está o Estado da Bahia, produzindo R\$ 323.572.000 no mesmo ano. Por sua vez, o Estado de Santa Catarina apresentou em 2021 o valor de produção do maracujá em torno de R\$ 87.702.000, ou seja, ainda que o valor seja muito abaixo dos outros dois estados, Santa Catarina é o terceiro estado que mais produz no país (IBGE, 2021).

De acordo com um artigo do Agrolink (2021), a estimativa para a safra de 2022 no Estado era de 45 mil toneladas. Com a produtividade média estimada de 25 toneladas por hectare, em uma área de produção de 1.800 hectares, a estimativa estava dentro da produção normal do Estado. Internamente, em Santa Catarina, o que chama a atenção é a produção do município de São João do Sul, a maior cidade produtora da fruta no Estado, com uma produção de 12.000 toneladas segundo o IBGE (2022).

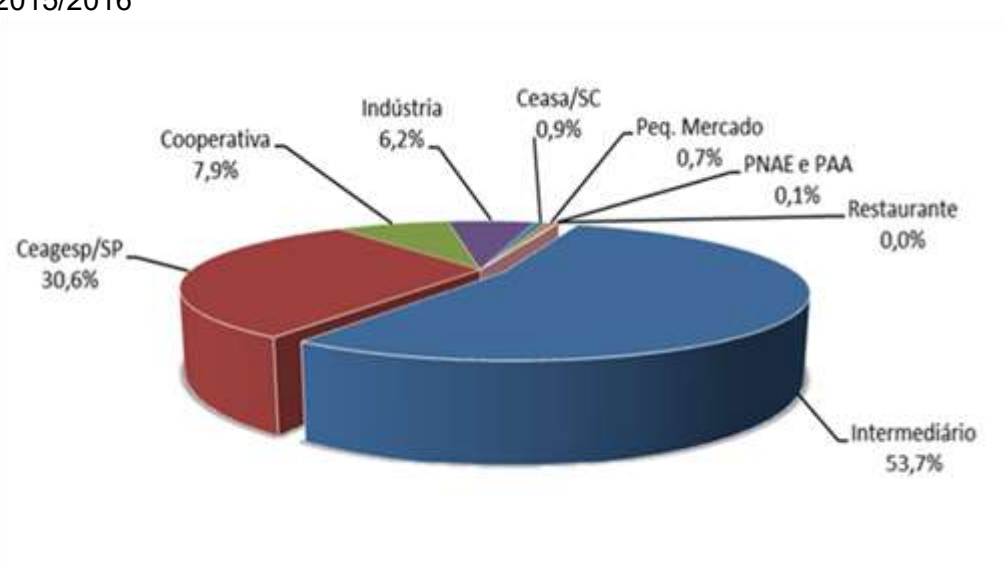
3.3.5.1 A Demanda do Maracujá

Além de ser o maior produtor mundial do maracujá, o Brasil também é o maior consumidor na fruta em escala global. O mercado do maracujá, assim como o da laranja, é marcado pelo consumo do suco e, em menor parte, da fruta *in natura*.

Segundo o relatório da Epagri (GOULART JUNIOR, 2018), o mercado internacional da fruta fresca cresce cada vez mais a partir do consumo de frutas exóticas em países da Europa e nos Estados Unidos, duas localidades que importam muito da fruta. Apesar de o Brasil ser um grande produtor do maracujá, não é expressivamente um grande exportador, já que o consumo doméstico é grande no país.

Em relação ao Estado de Santa Catarina, na Figura 11, apresenta-se os principais canais de distribuição da fruta no Estado.

Figura 11 – Canais de distribuição do maracujá na amostra de pesquisa da Epagri, para safra 2015/2016



Fonte: Goulart Junior (2018)

A maior parte da fruta produzida no Estado é destinada à venda para intermediários. Na pesquisa realizada pela Epagri (GOULART JUNIOR, 2018), foram identificados de três a cinco grandes compradores, que classificam, embalam e transportam a fruta *in natura* para mercados atacadistas da Região Sul e Sudeste do país. Outra grande demanda é a Ceagesp/SP, que recebe 30,6% da produção de maracujá estudada nesta amostra. Esse grupo também representa intermediários, quando maiores produtores conseguem embalar e transportar a fruta para as centrais de abastecimento do Sudeste (GOULART JUNIOR, 2018).

Já para a comercialização interna, a demanda é suprida sob distribuição das cooperativas e venda na Ceasa/SC. As cooperativas compram a produção, destinam as centrais de abastecimentos catarinenses, de mercados locais e de indústrias de processamento de polpa. Já a comercialização no Ceasa/SC atende em grande parte à Mesorregião da Grande Florianópolis.

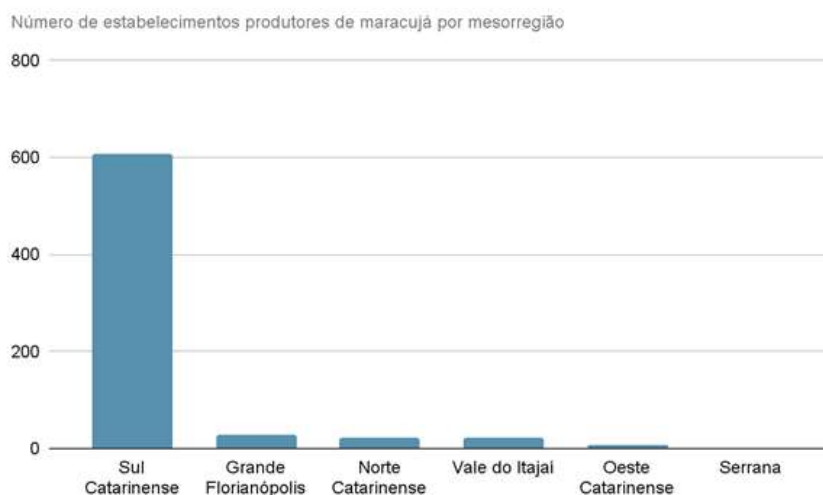
A demanda de maracujá, então, é grande para o consumo interno no país, e o Estado de Santa Catarina possui boa participação na venda para o Sul e Sudeste do país, representando um volume negociado na Ceagesp entre 9,5 mil e 11,5 mil toneladas, aproximadamente 25% do total anual. Entre 2012 e 2016, mais de 65% do maracujá vendido na Ceagesp era de Santa Catarina (GOULART JUNIOR, 2018). A demanda interna também é suprida pela produção catarinense, com a venda dos intermediários em mercados atacadistas, das cooperativas e comercialização na Ceasa/SC.

3.3.5.2 A Oferta do Maracujá

O Estado de Santa Catarina é o terceiro estado que mais produz maracujá no Brasil e apresentou em 2021 o valor de produção da fruta em torno de R\$ 87.702.000 (IBGE, 2021). Segundo Goulart Junior (2018), a produção catarinense de maracujá tem reconhecimento nacional principalmente em relação à qualidade dos frutos, às características socioeconômicas e às tecnológicas dos cultivos. Dados da Epagri (GOULART JUNIOR, MONDARDO; REITER, 2018) apontam que o maracujá foi a sexta fruta de maior representação no estado em termos econômicos, atingindo um valor bruto da produção em mais de R\$ 21,4 milhões.

No Gráfico 4, apresenta-se a distribuição dos estabelecimentos produtores de maracujá no Estado de Santa Catarina, de acordo com o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017).

Gráfico 4 – Número de estabelecimentos produtores de maracujá por Mesorregião Catarinense



Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

A região que se destaca por produzir maracujá no Estado é o Sul Catarinense, que abrange a maior parte dos estabelecimentos produtores, concentrando 84% do cultivo (GOULART JUNIOR, 2018). Entre as cidades produtoras, destacam-se: São João do Sul, Sombrio e Araranguá. O Sul Catarinense é também onde o cultivo mais cresce, entre 2014 e 2015, a produção do maracujá cresceu 13% no Estado, mas só a Mesorregião Sul aumentou 14,9% e representou 86% da produção no ano de 2015 (GOULART JUNIOR, 2018).

Dos 684 estabelecimentos agropecuários produtores de maracujá no Estado, 92,54% são de agricultura familiar. Especialmente na cultura do maracujá, as áreas de agricultura familiar têm também a característica de serem pequenas propriedades, com 48% das unidades produtoras da amostra de pesquisa da Epagri (GOULART JUNIOR, 2018), tendo uma área de produção de maracujá menor que 1 hectare. Destaca-se que 30% dos estabelecimentos têm área média colhida de 1,72 hectares e apenas 8% dos estabelecimentos apresentam mais de 5 hectares (GOULART JUNIOR, 2018).

A produção de maracujá no Estado é realizada em sua maioria em lavouras permanentes, contando com 488 dos estabelecimentos produtores de maracujá (IBGE, 2017). Outra parte dos estabelecimentos é de lavouras temporárias, como arroz, fumo, mandioca e feijão (GOULART JUNIOR, 2018). Goulart Junior (2018) aponta que as matas naturais ou plantadas também representam parte do cultivo de maracujá no Estado, bem como as pastagens.

Na Tabela 7, apresenta-se o valor da produção da horticultura do maracujá, em mil reais, de acordo com a mesorregião catarinense no ano de 2017 (IBGE, 2017).

Tabela 7 – Valor da produção (R\$ 1.000,00) de maracujá por Mesorregião de Santa Catarina

Mesorregião	Valor da produção (R\$ 1.000,00)
Grande Florianópolis	29
Norte Catarinense	0
Oeste Catarinense	0
Serrana	0
Sul Catarinense	19240
Vale do Itajaí	72

Fonte: IBGE (2017)

De acordo com a tabela, é possível perceber o destaque do Sul Catarinense na economia do maracujá no Estado. Com disparada distância das outras Mesorregiões, o Sul Catarinense atingiu o valor de produção de R\$ 19.240.000 de acordo com o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017). As outras duas Mesorregiões que apresentaram resultados no mesmo Censo foram a Grande Florianópolis e o Vale do Itajaí.

De forma geral, a produção do maracujá em Santa Catarina pode ser considerada uma produção quase exclusiva da região Sul Catarinense, com foco para as cidades de São João do Sul e Sombrio. Destaca-se a importância da agricultura familiar nesse cultivo, das lavouras permanentes e temporárias e das pequenas propriedades.

3.3.5.3 Desafios e Potenciais do Mercado do Maracujá em Santa Catarina

O mercado do maracujá em Santa Catarina é bem representativo na esfera nacional, ainda apresenta números bem abaixo dos dois Estados que mais produzem, Ceará e Bahia. O Estado tem boa importância na distribuição da fruta para as regiões Sul e Sudeste, e seu crescimento recente nessa participação é um potencial importante para a região. Como colocado pela pesquisa da Epagri (GOULART JUNIOR, 2018), a partir de 2012, Santa Catarina passou a representar o segundo maior volume da fruta negociada no Ceagesp, atingindo mais de 65% do produto negociado. Tal dado indica cada vez mais abertura desse mercado para Santa Catarina, que pode explorar com a qualidade da fruta e maior produção.

Um desafio apresentado por Goulart Junior (2018), em relatório da Epagri (GOULART JUNIOR, 2018), é o preço da fruta que pode oscilar devido à oferta e afetar o mercado da fruta *in natura*. São importantes iniciativas governamentais e incentivo a tecnologia para que os agricultores possam planejar a unidade de produção. Destaca-se que grande parte da renda das famílias produtoras de maracujá tem origem nesse cultivo, com a amostra da pesquisa da Epagri (GOULART JUNIOR, 2018), apresentando que 63,7% da renda dos produtores pesquisados era da venda do maracujá.

O mercado do maracujá em Santa Catarina é caracterizado pela importância disparada da região Sul Catarinense, pela grande participação da agricultura familiar, pela pequena propriedade e pelas lavouras permanentes e temporárias. A distribuição

da fruta é destinada ao Sul e Sudeste do Brasil, por meio dos atacados, das centrais de abastecimentos e das cooperativas.

3.3.6 O Mercado da Uva

Conhecida como viticultura, o cultivo da uva origina-se da videira, uma planta da germinação das trepadeiras, da família das vitáceas cujo fruto é a uva. A planta é originária da Ásia, e, desde o início, o consumo desta foi realizado pela fruta *in natura* até a fabricação de vinhos. No Brasil, a introdução da viticultura iniciou-se com os portugueses, na época da colonização. Atualmente, o Brasil ocupa a 20ª posição no *ranking* mundial de área cultivada com videiras e, entre os países de maior área produtora, estão Espanha, França, Itália, China e Turquia (EMBRAPA, 2012).

O cultivo da uva ganha espaço no Brasil cada vez mais. Sato (2004) produziu um estudo que mostra que, de 1996-2002, a produção de uvas no país cresceu 67,7%, com um aumento de 17,9% em área de produção e de 41,5% na produtividade média (SATO, 2004). O estado que mais produz uvas no país é o Rio Grande do Sul, que, em 2006, representava 57,46% da área total cultivada. Além do Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná, Pernambuco, Bahia e Santa Catarina destacam-se na produção da uva.

A produção de uvas em Santa Catarina está presente em todas as regiões do Estado, mas ocorre principalmente nas Mesorregiões Vale do Itajaí e Oeste Catarinense. As frutas são cultivadas em pequenas parreiras de uvas rústicas, com baixa tecnificação, nas variedades Niágara e Isabel, e a produção é voltada para vinhos, uvas de mesa e sucos (EPAGRI, 2007).

3.3.6.1 A Demanda da Uva em Santa Catarina

Segundo Almeida (2009), as principais variedades de uvas consumidas no Brasil podem ser separadas em dois grupos: as uvas rústicas, entre elas Niágara e Isabel (as mais comuns no Estado de Santa Catarina) e as uvas finas, com a variedade Itália sendo a mais conhecida. O destino dessas uvas cultivadas no país é bem dividido, já que metade das frutas costumam ser destinadas para consumo *in natura* e outra metade para preparação de vinhos e sucos. De acordo com a Embrapa (2022),

A produção de uvas é da ordem de 1,5 milhões de toneladas/ano. Deste volume, cerca de 50% é destinado ao processamento, para a elaboração de vinhos, sucos e outros derivados, e 50% comercializado como uvas de mesa. Do total de produtos industrializados, 42% são vinhos de mesa e 49% são sucos de uva, ambos elaborados a partir de uvas de origem americana, especialmente cultivares de *Vitis labrusca*, *Vitis bourquina* e híbridos interespecíficos diversos. Cerca de 7% são vinhos finos, elaborados com castas de *Vitis vinifera*; o restante dos produtos industrializados, 2% são outros derivados da uva e do vinho.

A demanda da produção de uva nacional divide-se em consumo de uvas de mesa e industrialização para produção de derivados. No Estado do Rio Grande do Sul, o maior produtor de vinho nacional, o valor de 50% da produção muda, e mais de 90% da produção do estado é destinada à industrialização (EPAGRI, 2007). Em relação ao consumo interno e exportações, a Epagri (2007, p. 10) aponta que:

Apenas o Nordeste é capaz de atender ao mercado nacional e exportar, em função da regularidade da oferta, da alta qualidade da fruta produzida na região e da atuação de grandes empresas locais, enquanto as demais regiões atendem somente ao mercado interno em um único período de produção (novembro a março), devido à safra concentrada e à baixa tecnologia utilizada.

Assim, a produção de uvas do Brasil não é em sua maioria destinada à exportação, uma vez que a Região Nordeste é a única capaz de produzir em tamanha quantidade. A demanda da uva no país perpassa o consumo interno e envolve a comercialização direta do produtor ao consumidor final; intermediários; atacadistas; varejistas e exportadores (EPAGRI, 2007).

Conforme aponta o fluxograma desenvolvido pela Epagri (2007), o produtor agrícola pode vender diretamente para a exportação (em menos casos, devido à baixa quantidade de produção); ao atacadista, que então leva aos centros de abastecimentos (Ceagesp, Ceasa, etc.), e destes, a produção chega ao consumidor final em feiras e mercados; ou vender para centrais de compras de redes de supermercado.

Em Santa Catarina, pelo pequeno volume de uvas produzido, a comercialização encontra mais dificuldades, tanto para mercados distantes quando para exportação (EPAGRI, 2007). Assim, o foco do escoamento da produção no Estado são venda para vinícolas do próprio município produtor; ou para atravessadores, agentes mais capacitados para auxiliar o produtor rural a classificar, embalar e vender o produto; para atacadistas, que destinam a venda para a central de abastecimento, Ceasa/SC; para o varejo local e direto com os consumidores finais.

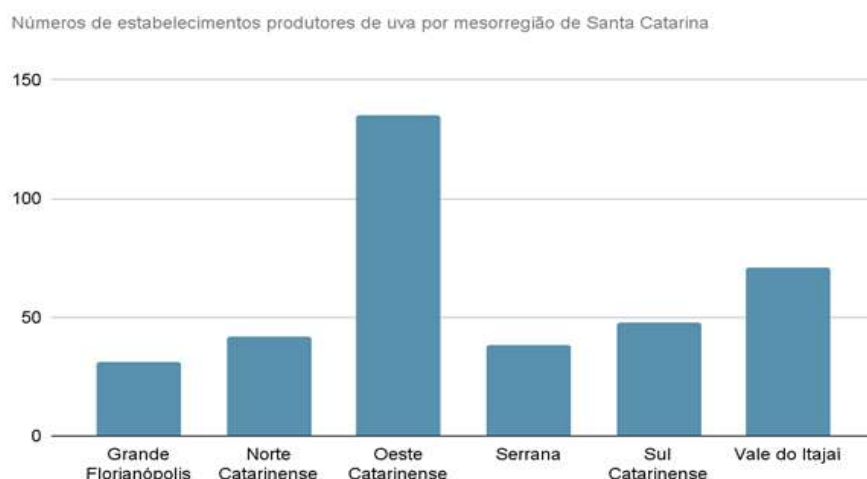
Ou seja, a demanda da produção de uvas em Santa Catarina é mais próxima do produtor e não se destina à exportação.

3.3.6.2 A Oferta da Uva em Santa Catarina

O Sul do Brasil é a região que mais produz uvas no país. Em 2020, o Rio Grande do Sul liderou a produção nacional, com 51,2% do volume total, seguidos pelos Estados de São Paulo e Pernambuco. Por sua vez, Santa Catarina é o quarto estado com maior produção nacional de uvas de mesa, com cerca de 50 mil toneladas anuais (EPAGRI, 2021). Segundo o Centro de Socioeconômica e Planejamento Agrícola da Epagri (EPAGRI, 2021), o valor bruto da produção (VBP) no Estado é de R\$ 55 milhões.

A produção de uvas em Santa Catarina está presente em todas as regiões do Estado, mas ocorre principalmente nas Mesorregiões do Vale do Itajaí e Oeste Catarinense. Como já mencionado, as frutas são cultivadas em pequenas parreiras de uvas rústicas, com baixa tecnificação, nas variedades Niágara e Isabel, e a produção é voltada para vinhos, uvas de mesa e sucos (EPAGRI, 2021). Dos 365 estabelecimentos produtores de uva em Santa Catarina, registrados pelo Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), 135 encontram-se no Oeste Catarinense e 71 no Vale do Itajaí. No Gráfico 5, apresentam-se as Mesorregiões e a quantidade de estabelecimentos em cada região.

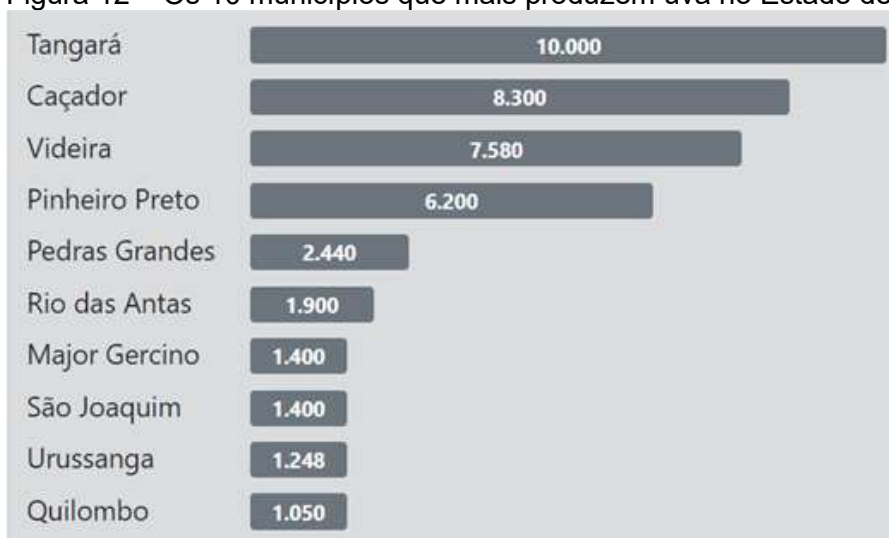
Gráfico 5 – Números de estabelecimentos produtores de uva por Mesorregião de Santa Catarina



Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

De acordo com os dados DO Gráfico 5, o Oeste Catarinense e o Vale do Itajaí se destacam na quantidade de estabelecimentos produtores. Segundo a Epagri (2021), a viticultura está presente em mais de 73% dos municípios catarinenses, e a região do Alto Vale do Rio do Peixe, no Oeste Catarinense, responde por 60% da produção estadual, segundo a Epagri (2021). Na Figura 12, é possível verificar as cidades que mais produzem uva no Estado.

Figura 12 – Os 10 municípios que mais produzem uva no Estado de Santa Catarina



Fonte: IBGE (2022)

A imagem corrobora com os dados da Epagri (2021) de que a região Oeste Catarinense, mais especificamente o Meio-Oeste, e o Vale do Itajaí produzem mais uva em Santa Catarina. A cidade de Tangará é a maior produtora de uva no Estado, com uma área de plantio de pouco mais de 500 hectares de parreiras, produzindo de forma industrializada e com alta qualidade (PORTAL RBV, 2020).

Ao analisar a quantidade produzida e vendida e o valor da produção de cada Mesorregião de Santa Catarina produtora de uvas, o Vale do Itajaí apresenta números maiores que o Oeste Catarinense. Na Tabela 8, verifica-se o número de estabelecimentos, a quantidade produzida e o valor da produção das três Mesorregiões com maior destaque no mercado dessa fruta.

Tabela 8 – Número de estabelecimentos, quantidade produzida e valor da produção da uva nas Mesorregiões Grande Florianópolis, Oeste e Vale do Itajaí

Variáveis	Grande Florianópolis	Oeste Catarinense	Vale do Itajaí
-----------	----------------------	-------------------	----------------

Número de estabelecimentos produtores	31	135	71
Quantidade produzida (ton)	162	172	556
Valor da produção (mil reais)	310	406	1542

Fonte: Elaborado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso com base no IBGE (2017)

O que se pode observar é uma inversão na participação do Oeste Catarinense e do Vale do Itajaí, ao trocar a variável número de estabelecimentos por quantidade produzida e valor de produção. Ainda que o Oeste represente maior número de estabelecimentos, o valor da produção no Vale do Itajaí é mais que três vezes o valor no Oeste. Esse fato tem relação com a maior importância de certos insumos em cada região, uma vez que, no Oeste, o morango é a fruta mais expressiva, seguida da banana e da laranja, deixando a uva na quarta posição. No Vale do Itajaí, a uva é a segunda fruta de maior expressividade, atrás apenas da banana. O mesmo acontece com a inversão dos valores na Grande Florianópolis, que, das frutas analisadas nesta pesquisa, também tem a uva como segunda mais expressiva.

Do total do valor da produção de uva de acordo com o Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), 91,72% são de participação da agricultura familiar. Destas, a maior parte do cultivo é feita em lavouras permanentes, e um terço é feito em lavouras temporárias. Isso difere Santa Catarina dos demais estados produtores de uva no país que apresentam um caráter mais empresarial, enquanto no Estado a fruta é cultivada em propriedades familiares, com vista ao retorno econômico e renda complementar (EPAGRI, 2007).

3.3.6.3 Desafios e Potenciais do Mercado da Uva em Santa Catarina

A produção de uvas em Santa Catarina está presente em todas as regiões do Estado, mas ocorre principalmente nas Mesorregiões Vale do Itajaí e Oeste Catarinense. O cultivo é feito majoritariamente pela agricultura familiar, em pequenas propriedades, em lavouras permanentes e temporárias. A demanda é interna, com a comercialização ocorrendo dentro do próprio estado, parte para a produção de vinhos e suco e outra parte para consumo *in natura*.

Por ser uma produção mais familiar e em menor escala, um desafio do Estado na produção dessa fruta é a competitividade nacional. Uma vez que outros Estados possuem uma produção mais industrializada, Santa Catarina não encontra tanto espaço no mercado nacional e não tem produção para tal. Por outro lado, observa-se que a produção de uva no Estado seja uma alternativa para diversificar a produção agropecuária, aumentando a fonte de renda dos estabelecimentos rurais (EPAGRI, 2007).

De acordo com pesquisa de campo da Epagri (2007), os principais problemas que os agricultores familiares encontram na produção de uvas é a falta de mão de obra qualificada e o alto custo de produção. Entre outros problemas, aparecem a tecnologia desatualizada, a falta de capital e a mão de obra insuficiente (EPAGRI, 2007). Como exposto, esses aspectos da agricultura familiar diferem a produção de uva em Santa Catarina da dos demais estados, ainda que, para a maioria dos agricultores locais, a produção de uva seja feita por razões emocionais, 55% declararam para a Epagri (2007) cultivar por tradição familiar e por complemento de renda, 67,5%.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme explicitado na definição dos objetivos do presente trabalho, foi possível coletar, organizar os dados quanto à oferta e produção, bem como identificar e apontar a situação atual, desafios e potenciais. Ao analisar o mercado de frutas em Santa Catarina, com foco nas culturas de morango, banana, maçã, laranja, maracujá e uva, e por meio de dados do Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2017), é possível observar um modelo muito bem consolidado, de grande importância nacional e na participação da renda familiar dos agricultores. O que se nota é que as expressividades produtivas variam de uma cultura para outra, tornando o Estado de Santa Catarina muito importante nacionalmente em certos cultivos.

De forma geral, Santa Catarina é um importante produtor de frutas no país por apresentar um território de climas variados, com possibilidades de cultivos diversos e por ter acesso a tecnologias para modernização das culturas. Um dos pontos positivos observados em relação à possibilidade de diversificar a produção é a abertura de novos mercados a partir da introdução de novos cultivos, como é o exemplo do maracujá, produção recente que já apresenta bons números, colocando o Estado como 3º maior produtor nacional. Também, mais recentemente, a pitaya entrou no mapa do consumo de frutas e está sendo vista pelos agricultores catarinenses como potencial.

Essa abertura de novos mercados é importante para a economia do Estado de forma ampla, mas também faz a diferença na renda complementar dos agricultores. Como observado nas revisões dos dados das frutas pesquisadas neste projeto, a maior parte do cultivo hortifrúti em Santa Catarina se dá por agricultura familiar. Com exceção da cultura da maçã, que é o mercado de fruta com maior caráter de industrialização no Estado, todas as outras cinco frutas estudadas apresentam porcentagens de participação da agricultura familiar no valor da produção acima de 60%. Quando se trata do número de estabelecimentos, essas cinco frutas estudadas apresentam porcentagens acima de 80%.

Assim, a fruticultura do morango, banana, maçã, laranja, maracujá e uva é altamente marcada pela agricultura familiar, seja em pequenas ou médias propriedades. As formas de cultivo se mesclam entre lavouras permanentes, temporárias e floricultura. Pode-se observar que nas Mesorregiões em que prevalece uma cultura de maior expressividade, o cultivo é normalmente feito em lavouras

permanentes; já quando a Mesorregião apresenta um equilíbrio maior entre a produção das frutas, há um aumento da presença de lavouras temporárias.

O trabalho também analisou a expressividade de cada Mesorregião definida pelo IBGE para cada fruta analisada. Em relação ao morango, as Mesorregiões do Oeste Catarinense, do Vale do Itajaí e da Grande Florianópolis são as maiores produtoras do Estado, com destaque para a cidade de Rancho Queimado. Percebeu-se que, mesmo que a Grande Florianópolis não possua o maior número de estabelecimentos produtores de morango do Estado, por ter prioridade nessa cultura, essa é a Mesorregião que apresenta o valor de produção mais alto. Todas as regiões produtoras de morango têm grande foco na agricultura familiar, com foco em atender à demanda interna e muitas vezes até sem interesse de comercialização, produzindo apenas para autossuficiência.

Na revisão do mercado da banana, observou-se a grande produtividade do Estado de Santa Catarina em relação aos outros estados produtores no Brasil. Ainda que Santa Catarina não seja o Estado com maior área plantada, é, entre os quatro maiores produtores, o Estado com melhor rendimento da produção, o que evidencia um grande potencial desse mercado para a economia estadual. As Mesorregiões que se destacam na produção dessa fruta são o Norte Catarinense, o Sul Catarinense e o Vale do Itajaí. A cultura da banana é feita majoritariamente em lavouras permanentes, com exceção do Oeste que predomina as lavouras temporárias. Observou-se que a agricultura familiar também prevalece no cultivo da banana no Estado, com a produção sendo destinada à demanda interna, e, em sua maioria, vendida para atacadistas dos centros de produção.

Os dados do mercado da maçã evidenciaram a importância de Santa Catarina no cenário nacional, sendo o Estado o maior produtor nacional da fruta. Observou-se a importância do incentivo público e da organização da estrutura produtiva, pois, dos anos de 1980 até os dias atuais, o Brasil e Santa Catarina passaram de importadores de maçã para produtores e exportadores. É na região Serrana que ocorre a maior produção de maçãs no Estado, com destaque para a cidade de São Joaquim. Uma característica diferente da oferta da maçã em Santa Catarina, em relação às outras frutas, é a menor porcentagem da agricultura familiar no total dos estabelecimentos.

No mercado da laranja, do maracujá e da uva, observou-se a semelhança do destino da produção, que, em todos os três, é bem dividida entre consumo *in natura* e industrialização para produção de sucos, e, no caso da uva, também vinhos. As três

frutas destacam-se das demais por apresentarem esse comportamento e por serem frutas em ascensão na produção local, mas que não são as mais produzidas no Estado. Em relação às Mesorregiões, a laranja destaca-se no Oeste Catarinense; o maracujá, no Sul Catarinense; e a uva, no Oeste Catarinense e no Vale do Itajaí.

Portanto, conclui-se que as seis frutas analisadas apresentam importância no cenário nacional, suprem uma demanda interna e são essenciais para a renda das famílias agricultoras. O Estado de Santa Catarina, apesar de menor área em relação a outros produtores do país, tem a seu favor um bom clima, bons índices de produtividade e iniciativas estaduais de instituições, como Epagri e cooperativas que melhoram a qualidade das produções.

Cabe atenção para a profissionalização dos processos de comercialização do Estado, que são pontos apontados nos dados como dificuldades que os agricultores encontram. O mercado de hortifrúti em Santa Catarina possui muitas condições favoráveis e caminha numa direção positiva em números, mas apresenta potencial para cada vez mais resultados por meio da qualificação desse mercado.

REFERÊNCIAS

- ABRAFRUTAS – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES E EXPORTADORES DE FRUTAS E DERIVADOS. **IBGE projeta expansão da produção de frutas no País nos próximos anos.** 2022. Disponível em: <https://abrafrutas.org/2022/01/ibge-projeta-expansao-da-producao-de-frutas-no-pais-nos-proximos-anos/>. Acesso em: 10 jun. 2023.
- ABRAFRUTAS – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES E EXPORTADORES DE FRUTAS E DERIVADOS. **SC: exportação de maçã cresce 112% em valor.** 2022. Disponível em: <https://abrafrutas.org/2021/04/sc-exportacao-de-maca-cresce-112-em-valor/>. Acesso em: 12 jun. 2023.
- AGRISHWODIGITAL. **Veja as tendências produtivas do maracujá no Brasil.** 2022. Disponível em: <https://digital.agrishow.com.br/hortifruti/veja-tendencias-produtivas-do-maracuja-no-brasil>. Acesso: 2 out. 2022.
- AGROFY. **Quais são as frutas mais produzidas no Brasil?** Por Adriana Giachini, em 13 de abril de 2023. Disponível em: <https://news.agrofy.com.br/noticia/201307/quais-sao-frutas-mais-produzidas-no-brasil>. Acesso em: 10 jun. 2023.]
- AGROINSIGHT. **Panorama da Fruticultura Brasileira: Maçã.** [2021]. Disponível em: [https://agroinsight.com.br/panorama-da-fruticultura-brasileira-maca/#:~:text=As%20exporta%C3%A7%C3%B5es%20brasileiras%20de%20ma%C3%A7%C3%A3,ABPM\)%2C%20Pierre%20Nicolas%20P%C3%A9r%C3%A8s](https://agroinsight.com.br/panorama-da-fruticultura-brasileira-maca/#:~:text=As%20exporta%C3%A7%C3%B5es%20brasileiras%20de%20ma%C3%A7%C3%A3,ABPM)%2C%20Pierre%20Nicolas%20P%C3%A9r%C3%A8s). Acesso em: 2 out. 2022.
- AGROLINK. SC deve produzir 45 mil toneladas de maracujá. Por Eliza Maliszewski, publicado em 27/12/2021. Disponível em: https://www.agrolink.com.br/noticias/sc-deve-produzir-45-mil-toneladas-de-maracuja_460244.html#:~:text=Santa%20Catarina%20se%20prepara%20para,da%20normalidade%20para%20o%20Estado. Acesso em: 2 out. 2022.
- ALMEIDA, I. R. de *et al.* **Potenciais regiões produtoras de morango durante a primavera e verão e riscos de ocorrência de geada na produção de inverno no estado do Rio Grande do Sul.** Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2009.
- AMORIM, Bruno. **A história da banana.** Publicação em 2 de dezembro de 2021. Disponível em: <http://www.invivo.fiocruz.br/historia/a-historia-da-banana/>. Acesso em: 2 out. 2022.
- APPC – COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL. **Você conhece a história da uva?** [2022]. Disponível em: https://appc.coop.br/pt_br/2019/11/08/voce-conhece-a-historia-da-uva/#:~:text=Uma%20das%20mais%20antigas%20frutas,na%20regi%C3%A3o%20do%20Oriente%20M%C3%A9dio. Acesso em: 2 out. 2022.
- BIASIO, R. *et al.* Determinação do custo e da rentabilidade na cultura do morango em uma pequena propriedade agrícola situada em Flores da Cunha/RS. **Custos e @gronegócio on line**, v. 11, n. 1, jan.-mar. 2015.
- BROADCAST AGRO. **Pesquisa mostra que brasileiros estão consumindo mais frutas, legumes e verduras.** 27/08/2019. Disponível em: <https://www.sna.agr.br/pesquisa-mostra-que-brasileiros-estao-consumindo-mais-frutas-legumes-e-verduras/>. Acesso em: 12 jun. 2023.

CAMPO E NEGÓCIO. **Morango**: produção aumenta ano a ano. 2021. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/222342/1/Antunes-Anuario-HF-2021-pag-87.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2023.

CARVALHO, Luiz Carlos P. **Microeconomia introdutória para cursos de administração e contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1996.

CASTRO, Antonio B.; LESSA, Carlos Francisco. **Introdução à Economia**: uma abordagem estruturalista. 21. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1980.

CIRAM-EPAGRI. **SC é o maior produtor de maçã do Brasil**: no Brasil são produzidas aproximadamente 1,3 milhão de toneladas de maçã por ano, basicamente em cinco estados. Publicado em 27 de abril de 2022. Disponível em: https://www.agrolink.com.br/noticias/sc-e-o-maior-produtor-de-maca-do-brasil_465070.html#:~:text=Segundo%20o%20IBGE%2C%20Santa%20Catarina,toda%20produ%C3%A7%C3%A3o%20nacional%20de%20ma%C3%A7%C3%A3. Acesso em: 2 out. 2022.

CNA-SENAR. **Fruticultura Brasileira**: diversidade e sustentabilidade para alimentar o Brasil e o Mundo. Por Leticia Assis Barony V. Fonseca em 3 de maio de 2022. Disponível: <https://cnabrazil.org.br/noticias/fruticultura-brasileira-diversidade-e-sustentabilidade-para-alimentar-o-brasil-e-o-mundo>. Acesso em: 2 out. 2022.

COMPAL. **Origem e história da maçã**. [2022]. Disponível em: <https://www.compal.pt/origem-das-frutas/maca/#:~:text=A%20origem%20%C3%A9%20atribu%C3%ADa%20%C3%A0,seja%20nas%20montanhas%20do%20Cazaquist%C3%A3o>. Acesso em: 2 out. 2022.

CONAB – COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Boletim Hortifrutigranjeiro de 2020**. 2020. Disponível em: [file:///C:/Users/patyc/Downloads/Boletim_Hortigranjeiro_Dezembro_2020-Perodo-Eleitoral%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/patyc/Downloads/Boletim_Hortigranjeiro_Dezembro_2020-Perodo-Eleitoral%20(1).pdf). Acesso em: 10 maio de 2023.

CONAB – COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Boletim Hortifrutigranjeiro de 2022**. 2022. Disponível em: file:///C:/Users/patyc/Downloads/Boletim-Hortigranjeiro-Julho-2022_1.pdf. Acesso em: 10 maio de 2023.

CROPLIFE BRASIL. **Produção de laranjas**: Brasil é líder nesse negócio. Publicado em 12 de agosto de 2020. Disponível em: <https://croplifebrasil.org/noticias/producao-de-laranjas-brasil-e-lider-nesse-negocio/>. Acesso em: 2 out. 2022.

DICIONÁRIO FINANCEIRO. **O que é oferta e demanda?** Por Leonardo Pereira. [2022]. Disponível: <https://www.dicionariofinanceiro.com/oferta-e-demanda/>. Acesso em: 2 out. 2022.

EDITORA GAZETA. **Anuário Brasileiro de Horti&Fruti 2021**. Benno Bernardo Kist [et al.]. Santa Cruz do Sul, RS: Editora Gazeta Sanata Cruz do Sul, 2021. Disponível: <https://www.editoragazeta.com.br/anuario-brasileiro-de-horti-fruti-2021/>. Acesso em: 2 out. 2022.

EMBRAPA – EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **A Viticultura no Brasil**. [2022]. Disponível em: <https://www.embrapa.br/cim-uva-e-vinho/a-viticultura-no-brasil#:~:text=A%20produ%C3%A7%C3%A3o%20de%20uvas%20%C3%A9,comerc>

ializado%20como%20uvas%20de%20mesa. Acesso em: 2 out. 2022.

EPAGRI – EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA. **Recomendação de cultivares para o Estado de Santa Catarina 1999/2000**. Florianópolis, SC: Epagri, 1999. 149p.

EPAGRI – EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA. **Documentos n. 289**: os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina 2016.

Junho de 2019. Disponível em:

https://docweb.epagri.sc.gov.br/website_cepa/publicacoes/Empreendimentos_agregacao_valor.pdf. Acesso em: 9 jun. 2023.

EPAGRI – EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA. **Safra de uva está com frutos de boa qualidade e colheita antecipada em SC**. 22 de janeiro de 2021. Disponível em:

<https://www.epagri.sc.gov.br/index.php/2021/01/22/safra-de-uva-tera-frutos-de-boa-qualidade-e-colheita-antecipada-em-sc/>. Acesso em: 24 jun. 2023.

EPAGRI – EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA. **Boletim Agropecuário**, n. 120, maio de 2023. Disponível em:

<https://publicacoes.epagri.sc.gov.br/ba>. Acesso em: 14 jun. 2023.

FAEG – FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DE GOIÁS. **Brasil se destaca como maior produtor mundial de laranja e exportador de suco da fruta**. [2022]. Disponível em: <https://sistemafaeg.com.br/faeg/noticias/citrus/brasil-se-destaca-como-maior-produtor-mundial-de-laranja-e-exportador-de-suco-da-fruta>.

Acesso em: 2 out. 2022.

FERNANDES, Bruno Campos. **Desenvolvimento histórico da citricultura**. 2010. 49p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, 2010.

FLORA JÚNIOR. **Horticultura – o que é?** Publicado em 2 de agosto de 2019.

Disponível em: <https://www.florajunior.com/post/horticultura-o-que-%C3%A9>. Acesso em: 5 nov. 2022.

FRANCO, João. Morango: história e propriedades. **Revista Jardins**. [2022].

Disponível em: <https://revistajardins.pt/morango-historia-propriedades/>. Acesso em: 2 out. 2022.

GEO5 INTERNACIONAL. **Origem da banana**. [2016]. Disponível em:

<http://geo5.net/origem-da-banana/>. Acesso em: 2 out. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008a.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008b.

GLOBO RURAL. **Como plantar maçã**. João Mathias, Consultora Andrea de Rossi Rufato, publicado em 8 de maio de 2017. Disponível em:

https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA_enBR985BR985&sxsrf=ALiCzsaGXD MYm4_JLywOfddTU2tngQ_nag%3A1666637782207&q=plantio%20da%20ma%C3%A7%C3%A3&ved=2ahUKEwjM6ujHxfn6AhUiBbkGHdE0DfEQmoICKAR6BAgBEAk&biw=1080&bih=1777&dpr=1. Acesso em: 2 out. 2022.

GOULART JUNIOR, Rogério. **Bananicultura**: Produção e Exportações Brasileiras

(2014-2018). [S./]: Epagri, 2019.

GOULART JUNIOR, Rogério. **Evolução da Produção de Maça no Estado de Santa Catarina (2014-2017)**. [S./]: Epagri, 2018.

GOULART JUNIOR, Rogério; MONDARDO, Marcia; REITER, Janice Maria Waituch. **Relatório de projeto: situação e perspectivas da cultura do maracujazeiro no Brasil e em Santa Catarina**. Florianópolis: Epagri, 2018.

GOULART JUNIOR, Rogério; REITER, Janice Maria Waituch; MONDARDO, Marcia. Panorama da Fruticultura Catarinense: Levantamento de Dados para a Safra 2014-15. *In: X ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE*, 2016. **Anais [...]**. [S./], 2016.

HOTEL RENAR. **A história da maçã brasileira: conheça e se apaixone pela fruta**. [2022]. Disponível em: <https://hotelrenar.com.br/a-historia-da-maca-brasileira-conheca-e-se-apaixone-pela-fruta/>. Acesso em: 2 out. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário – 2006**: Brasil, grandes regiões e unidades da federação. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário de 2017**: resultados definitivos do Censo Agro. IBGE, 2017. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/>. Acesso em: 2 out. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018**: primeiros resultados. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101670.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares**. 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/24786-pesquisa-de-orcamentos-familiares-2.html?edicao=28523&t=downloads>. Acesso em: 14 jun. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Principais municípios produtores de Maracujá de Santa Catarina**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020a. Disponível em: https://www.estadosecidades.com.br/sc/sc_producao-maracuja.html. Acesso em: 2 out. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Produção Agropecuária: Ranking – Agricultura - Valor da produção**. 2021.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Produção Agrícola Municipal. **Principais municípios produtores de Banana de Santa Catarina**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020b. Disponível em: https://www.estadosecidades.com.br/sc/sc_producao-banana.html. Acesso em: 2 out. 2022.

KEPLER, Roberto; FAIR, Tasso. **Estudo da Competitividade da Indústria de Polpa de Frutas Baiana**. [S./]: SEPA, 2008.

KLEIN, Daniele. **História do maracujá**. [2022]. Disponível em <https://www.ufrgs.br/alimentus1/feira/mpfruta/maracuja/histo.htm>. Acesso em: 2 out. 2022.

KOLLER, Osvino Leonardo. Citricultura catarinense seus números e suas

necessidades. **Agropec. Catarin.**, [s.l.], v. 14, n. 1, mar. 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LANGARO, Alexandra; ROSA, Eliane Barros da; CARON, Geruza Ramos. **Maçã: Plantio e Colheita**. [2022]. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/alimentus1/feira/mpfruta/maca/colheita.htm#:~:text=Plantio%20e%20Colheita&text=Acomoda%2Dse%20em%20muitos%20solos,exting%C3%BCir%20formigueiro%2C%20cupins%20e%20pragas>. Acesso em: 2 out. 2022.

MADAIL, J. C. M. *et al.* **Avaliação Econômica dos Sistemas de Produção de Morango: Convencional, Integrado e Orgânico**. Embrapa Clima Temperado. Comunicado técnico, n. 181. 4p. 2007.

MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. [2022]. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/renda>. Acesso: 5 nov. 2022.

MIOR, Luiz Carlos *et al.* Inovações Organizacionais da Agricultura Familiar: as Agroindústrias e Cooperativas Descentralizadas no Sul Catarinense. *In: SOBER – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL*. Goiânia, GO, 27 a 30 de julho de 2014. **Anais [...]**. Goiânia, 2014.

MIRANDA, Manuella. **Economia e Mercado 4ª AULA**. [2022]. Disponível em: <https://slideplayer.com.br/slide/1784027/>. Acesso em: 5 nov. 2022.

NASCIMENTO, Paula Almeida; ALESSIO, Felipe Jhonatan. Morango semi-hidropônico. **Campo e Negócios, on-line**, 2022. Disponível em: <https://revistacampoenegocios.com.br/morango-semi-hidroponico/>. Acesso em: 2 out. 2022.

NATURA. **Maracujá: conheça as principais propriedades do fruto**. Publicado em 1º de dezembro de 2021. Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/ingredientes/maracuja#:~:text=linha%20Ekos%20Maracuj%C3%A1,A%20origem%20do%20maracuj%C3%A1,nove%20meses%20ap%C3%B3s%20o%20plantio>. Acesso em: 2 out. 2022.

NERI, D. *et al.* Strawberry production in forced and protected culture in Europe as a response to climate change. **Canadian Journal of Plant Science**, [s.l.], v. 92, n. 6, p. 1021–1036, 2012. DOI: <https://doi.org/10.4141/cjps2011-276>.

OBSERVATÓRIO AGROSC. **Mercado da maçã deve ter redução das importações com a comercialização da safra nacional**. Em 30 de março de 2023. Disponível em: <https://www.observatorioagro.sc.gov.br/noticias/comercio-exterior/mercado-da-maca-deve-ter-reducao-das-importacoes-com-a-comercializacao-da-safra-nacional/>. Acesso em: 9 jun. 2023.

PÁGINA 3. **Produção de banana cresce em Santa Catarina e deve ser 50% maior em comparação a 2021**. Publicado em 28 de maio de 2023. Disponível em: <https://pagina3.com.br/economia/producao-de-banana-cresce-em-santa-catarina-e-deve-ser-50-maior-em-comparacao-a-2021/>. Acesso em: 2 out. 2022.

PEREIRA, Laércio Barbosa; SIMIONI, Flávio José; CARIO, Sílvio Antonio Ferraz. Evolução da produção de maçã em Santa Catarina: novas estratégias em busca de maior competitividade. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 31, n. 1, p. 209-234, ago. 2010.

- PIMENTEL, Rodrigo Viana. **Uma Análise da Competitividade da Bananicultura em Santa Catarina**. 2006. 54p. Monografia (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. Tradução Daniel Vieira, revisão técnica Edgard Merlo, Julio Pires. 8. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.
- PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. Tradução de Eleutério Prado e Thelma Guimarães. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
- PINHO, Diva B.; VASCONCELOS, Marco A. S. de. (org.). **Manual de Economia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1998.
- POR QUÊ, ECONOMÊS E FINANÇÊS EM BOM PORTUGUÊS. **Curva de oferta**. [2022]. Disponível: <https://porque.com.br/cards/curva-de-oferta/>. Acesso em: 2 out. 2022.
- PORTAL AGROPECUÁRIO. **7 orientações de especialistas sobre plantio de laranja**. Por Andréa Oliveira em 29 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.portalagropecuário.com.br/agricultura/fruticultura/7-orientacoes-de-especialistas-sobre-plantio-de-laranja>. Acesso em: 2 out. 2022.
- PORTAL RBV. Safrá da Uva. 2020. Disponível em: <https://portalrbv.com.br/tangara/safra-da-uva-ultrapassa-a-marca-das-mil-toneladas-em-tangara/>. Acesso em: 14 jun. 2023.
- REITER, J. M. W. *et al.* **Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina**. Florianópolis, SC: Epagri, 2019. 72p.
- REVISTA DA FRUTA. **Mapa da produção de maracujá no Brasil em 2020**. Publicado em 21 de fevereiro de 2022. Disponível em: [https://revistadafruta.com.br/eventos/mapa-da-producao-de-maracuja-no-brasil-em-2020,410811.jhtml#:~:text=O%20Brasil%20%C3%A9%20o%20maior,%20e%20lbia pina%20\(CE\)](https://revistadafruta.com.br/eventos/mapa-da-producao-de-maracuja-no-brasil-em-2020,410811.jhtml#:~:text=O%20Brasil%20%C3%A9%20o%20maior,%20e%20lbia pina%20(CE)). Acesso em: 2 out. 2022.
- REVISTA DA FRUTA. **Tecnologia para produção de morango em SC: Morango semi-hidropônico: como funciona o cultivo suspenso**. Publicado em 8 de outubro de 2020. Disponível em: <https://www.revistadafruta.com.br/eventos/tecnologia-para-producao-de-morango-em-sc,376616.jhtml>. Acesso em: 2 out. 2022.
- ROJAS-MOLINA, Anyela Mayerly *et al.* Diagnóstico da produção de morango em Santa Catarina em 2015. **Agropecuária Catarinense**, Florianópolis, v. 33, n. 2, p. 65-70, maio-ago. 2020. Disponível em: <file:///C:/Users/patyc/Downloads/541-5820-2-PB.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- RONQUE, E. R. V. **Cultura do morangueiro**: revisão e prática. Curitiba: Emater, 1998. 206p.
- SATO, G. S. Análise para consumo de uva para mesa no Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 34, n. 7, p. 50-53, jul. 2004.
- SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUEUNAS EMPRESAS. Agronegócio: potencial de mercado – retrato da fruticultura catarinense. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/potencial-de-mercado/fruticultura-catarinense>. Acesso em: 10 jun. 2023.

SECRETARIA DE AGRICULTURA E DO ABASTECIMENTO DO ESTADO DO PARANÁ. Departamento de Economia Rural – DERAL. **Prognóstico 2020**. Disponível em: <https://www.agricultura.pr.gov.br/Pagina/Prognostico-Agropecuario>. Acesso em: 10 jun. 2023.

SILVA, Thamires Olimpia. Renda per capita. **Brasil Escola**. [2022]. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/renda-per-capita.htm>. Acesso em: 19 nov. 2022.

SILVES CÂMARA MUNICIPAL. **História da laranja**. [2022]. Disponível em: <https://www.cm-silves.pt/pt/1670/historia-da-laranja.aspx#:~:text=A%20laranja%20%C3%A9%20um%20fruto,no%20primeiro%20mil%C3%A9nio%2C%20na%20China>. Acesso em: 2 out. 2022.

TECNOLOGIA NO CAMPO. **Origem da Banana – Geografia e História**. [2022]. Disponível em: <https://tecnologianocampo.com.br/plantio-de-banana/#:~:text=Para%20plantar%20as%20mudas%20de,menores%2C%202%20x%202%20metros>. Acesso em: 2 out. 2022.

TECNOLOGIA NO CAMPO. **Plantio de banana: conheça as vantagens da fruta para o agronegócio**. [2022]. Disponível em: <https://tecnologianocampo.com.br/plantio-de-banana/#:~:text=Para%20plantar%20as%20mudas%20de,menores%2C%202%20x%202%20metros>. Acesso em: 2 out. 2022.

TECNOLOGIA NO CAMPO. Plantio de Maracujá: guia completo para ter mais sucesso na sua produção. [2022]. Disponível em: <https://tecnologianocampo.com.br/plantio-de-maracuja/#:~:text=Segundo%20o%20Ceplac%2C%20as%20mudas,de%20maquin%20C3%A1rio%20para%20tratos%20culturais>. Acesso em: 2 out. 2022.

TORESAN, L. *et al.* Indicadores de desempenho da agropecuária e do agronegócio de Santa Catarina: 2019 e 2020. **Boletim Técnico**, Florianópolis, SC, Epagri, n. 198, 2021.

UAIAGRO. **Dia mundial da banana: Brasil é o 4º maior produtor da fruta**. 2022. Disponível em: <https://uaiagro.com.br/dia-mundial-da-banana-brasil-e-o-4o-maior-produtor-da-fruta/>. Acesso em: 14 jun. 2023.

VARIAN, Hal R. **Microeconomia**: uma Abordagem Moderna. 9. ed. São Paulo: Elsevier Editora Ltda, 2003.

VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval de. **Economia micro e macro**: teoria e exercícios, glossário com 300 principais conceitos econômicos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia micro e macro**: teoria e exercícios, glossário com os 260 principais conceitos econômicos. São Paulo: Atlas 2006.

VIEIRA, Clodoaldo Castro. Gostoso e vitaminado. **Revista Globo Rural**, [s./], ed. 233, março de 2005. Disponível em: http://revistagloborural.globo.com/EditoraGlobo/componentes/article/edg_article_print/0,3916,921364-1641-1,00.html#:~:text=Origin%C3%A1rio%20da%20Europa%2C%20o%20morango,a%20partir%20do%20segundo%20ano. Acesso em: 9 out. 2022.

VINÍCOLA CAMPESTRE. **Descubra agora como plantar um pé de uva (parreira) em casa!** Publicado em 4 de junho de 2020. Disponível em: <https://www.vinicolacampestre.com.br/blog/descubra-agora-como-plantar-um-pe-de-uva-parreira-em-casa-2/#:~:text=Ap%C3%B3s%20a%20escolha%20da%20muda,fertilizantes%20para%20cobrir%20a%20raiz.> Acesso em: 2 out. 2022.