ISSN 2525-4812 (versão on-line)
ISSN 2238-7641 (versão impressa)
http://www.revistaterceiramargem.com/index.php/terceiramargem/index

Recebido em: 20/8/2022
Aceito em: 31/8/2022
Período de publicação: 2024

Revista Terceira Margem Amazônia
(v. 10 • n. 22 • 2024)

Como citar o artigo:

PEDROSO, M. T. M.; MONTEBELLO, A. E. S.; MARJOTTA-MAISTRO, M. C.; SANTOS, J. A. dos. Principais regiões produtoras e de comercialização: o fluxo de abastecimento do tomate no período de 2016 a 2020. **Revista Terceira Margem Amazônia**, v. 10, n. 22, p. 147-158, 2024. DOI: http://dx.doi.org/10.36882/2525-4812.2024v10i22.p147-158.

PRINCIPAIS REGIÕES PRODUTORAS E DE COMERCIALIZAÇÃO

O FLUXO DE ABASTECIMENTO DO TOMATE NO PERÍODO DE 2016 A 2020

Maria Thereza Macedo Pedroso[1]
Adriana Estela Sanjuan Montebello[2]
Marta Cristina Marjotta-Maistro[3]
Jeronimo Alves dos Santos[4]

Resumo: O presente estudo tem como objetivo compreender o fluxo de comercialização de tomate para mesa das principais regiões de produção e de comercialização de 2016 a 2020. Especificamente, identificou as regiões que apresentaram a maior contribuição relativa em termos de volume do produto ofertado e das centrais de abastecimento que obtiveram os maiores volumes de tomate para mesa. O método utilizado foi o de revisão de literatura com abordagem exploratório-descritiva e utilizou informações secundárias, principalmente do site da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), da base de dados do baixo limite. Os resultados alcançados indicaram que o ano de 2016 foi o período de maior comercialização do produto, sendo a região Sudeste com 72% do total da participação, enquanto a região Norte com 0,01% de participação do tomate comercializado no País. A região Norte ficou praticamente desabastecida nos últimos 3 anos apresentados, com uma participação quase zerada na comercialização. Conclui-se que a região Sudeste vem reduzindo a sua participação na comercialização de tomate de mesa e a região Centro-Oeste apresenta maior contribuição; no entanto, as outras regiões reduziram o desempenho no período observado. Entende-se que a localização entre produção e centrais de comercialização aumenta a performance dos fluxos de comércio.

Palavras-chave: origem, destino, desempenho.

[1] Engenheira-agrônoma, doutora em Estudos Comparados sobre as Américas, pesquisadora da Embrapa Hortaliças, Brasília, DF.
E-mail: maria.pedroso@embrapa.br
https://orcid.org/0000-0002-7589-186X

[2] Docente da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Centro de Ciências Agrárias (CCA), Araras.
E-mail: adrianaesm@ufscar.br
https://orcid.org/0000-0003-2822-6434

[3] Docente da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Centro de Ciências Agrárias (CCA), Araras.
E-mail: marjotta@ufscar.br
https://orcid.org/0000-0003-2548-6214

[4] Docente da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), Centro de Ciências Agrárias (CCA), Araras.
E-mail: jeronimo@ufscar.br
https://orcid.org/0000-0002-4793-4973

MAIN PRODUCING AND MARKETING REGIONS: TOMATO SUPPLY FLOW IN THE PERIOD FROM 2016 TO 2020

Abstract: The present study aimed to understand the flow of tomato marketing in the main production and marketing regions in 2016 and 2020. Specifically, it identified the regions that presented the greatest relative contribution in terms of the volume of the product offered and the supply centers that obtained the highest volumes. The method used was a literature review with an exploratory-descriptive approach and used secondary information, mainly from the website of the Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), from the PROHORT – SIMAB database. The results achieved indicated that the year 2016 was the period of greatest commercialization of the product, with the Southeast region accounting for 72% of the total share, while the North region with 0.01% share of tomatoes sold in the country. North was practically out of supply in the last three years presented, with practically zero participation in sales. It is concluded that the Southeast region has been reducing its participation in the commercialization of table tomatoes, the Central-West region presented a greater contribution, however, the other regions have been reducing the performance in the observed period. It is understood that the location between production and marketing centers increases the performance of trade flows.

Key words: origin, destination, performance.

Introdução

O Brasil ainda não dispõe adequadamente de um acervo sistemático e organizado de informações econômicas e sociais sobre as cadeias produtivas de hortaliças. A análise permanente dessas cadeias permitirá determinar com maior precisão uma agenda de prioridades de políticas públicas, como, por exemplo, aquelas de financiamento, de assistência técnica e de pesquisa agronômica para esse setor. Adicionalmente, propiciará informações aos agentes privados das cadeias produtivas de hortaliças para que tomem decisões mais seguras. Dessa forma, o presente trabalho pretende contribuir com parte desse tipo de análise, aportando informações sobre os fluxos de produção e abastecimento de tomate para mesa no Brasil.

O tomate é uma das principais hortaliças cultivadas no mundo. É consumido in natura e após passar por processo de industrialização. No caso do presente estudo, o foco foi o tomate in natura, que também é chamado de "tomate para mesa". Aliás, o tomate é uma das hortaliças mais importantes do cardápio dos brasileiros. É consumido amplamente ao longo de todo o ano e em todo o País e produzido em diferentes localidades brasileiras. Em certas conjunturas, torna-se um parâmetro inflacionário, largamente mencionado pela mídia nacional. Isso pode ocorrer em função de fenômenos climáticos adversos, quando a produção é prejudicada e seu preço de venda para os consumidores finais se eleva, e também em função do aumento do preço dos insumos agrícolas utilizados em sua produção, todos quase sempre cotados em dólar.

Importante destacar que, no Brasil, o custo de produção de tomate para mesa é alto, quando comparado com hortaliças mais rústicas. Quando o preço dos insumos utilizados sobe muito, aumenta o custo de produção, e alguns produtores de tomate menos capitalizados, muitas vezes, optam por plantar outras hortaliças mais rústicas, pois são menos dependentes de insumos agrícolas. O tomateiro, em condições tropicais, é alvo de muitas pragas, exigindo o uso de muitos defensivos agrícolas. Como o tomate é uma hortaliça fortemente dependente de defensivos

agrícolas, é muito comum que alguns grupos sociais contrários à agricultura moderna o utilizem como exemplo de alimento produzido com uso exagerado de agrotóxicos.

De forma muito geral, o tomate para mesa (ou tomate de consumo in natura) é plantado de forma estaqueada em campo aberto ou em estufas. Já o tomate para a indústria é preferencialmente plantado sem estaqueamento, é o chamado "tomate rasteiro", plantado e colhido por máquinas agrícolas. E quando o tomate produzido para a indústria é fornecido como tomate para mesa, aumenta a oferta dessa hortaliça, diminuindo o valor pago ao produtor.

Em termos gerais, a cadeia produtiva do tomate para mesa no Brasil é composta pelos seguintes principais agentes econômicos: as indústrias de insumos agrícolas, cujos produtos são comercializados, em sua maioria, em revendas de insumos agropecuários; produtores de mudas de tomate; por óbvio, os produtores de tomate; os intermediários, que são aqueles que compram o tomate nos estabelecimentos agropecuários e vendem o produto para as empresas de atacado ou de varejo; as empresas de atacado de hortaliças que, em geral, estão localizadas nas centrais de abastecimento, desde a Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp) até as chamadas "ceasinhas" (as centrais de pequeno porte, localizadas regionalmente); as empresas de varejo de alimentos, que podem ser desde redes de supermercados que possuem centrais de distribuição, até as quitandas ou bancas de feiras, passando por todos os tipos de supermercados pequenos, médios e grandes. Por fim, temos os consumidores finais, que podem consumir o tomate em restaurantes e refeitórios ou em suas próprias moradias.

Há distintos canais de comercialização do tomate para mesa: do agricultor com o intermediário, com a empresa de atacado ou diretamente com as redes de supermercados. Nesse último caso, é comum que sejam estabelecidos contratos de compra e venda, nos quais estão pactuados os volumes, a frequência e a qualidade do tomate. Mas também tem sido verificado uma tendência à especialização das empresas de atacado de hortaliças. Inclusive, algumas delas classificam, lavam e embalam o tomate e, assim, agregam valor ao seu produto. Parte delas firma contratos informais diretamente com os produtores de tomate.

Ao longo da cadeia do tomate de mesa, os compradores (intermediários, atacadistas e varejistas) exigem que ele esteja limpo, sem manchas ou podridões, sem injúrias físicas e separados de acordo com o tipo e faixas de peso e tamanho. O fruto do tomateiro é frágil e facilmente apodrece. Esse fato impossibilita a sua armazenagem por longo tempo, e ainda que o preço esteja baixo, é necessário vender a produção com rapidez. Por outro lado, é um produto muito manipulado.

O produtor, os intermediários e os repositores manipulam o fruto, e isso aumenta o risco de contaminação biológica e também a chance de inviabilizá-lo como um todo, acarretando elevado descarte.

Diante de todas essas questões citadas, o presente estudo busca compreender e descrever o fluxo de comercialização do tomate para mesa.

Revisão de Literatura

A comercialização se inicia desde o transporte na origem (local de produção) até o consumidor final. O tomate pode ser vendido em atacado ou em pequenas quantidades, mas caso não se

tenha um bom planejamento, haverá perdas em todo o processo. Além disso, fatores como gosto, renda, sazonalidade e local de compra influenciam bastante o mercado desse produto (Naika et al., 2006).

Costa e Caixeta Filho (1996) investigaram as perdas na comercialização de tomate enfocando na pós-colheita, na comercialização entre Apiaí, SP, até Piracicaba, SP. Observaram que as maiores perdas do produto ocorrem no varejo; no entanto, o varejista incorpora toda a perda da pós-colheita e a receita é superior em 33% em comparação ao intermediário e 17% inferior em relação ao produtor. Esses autores concluíram que o produtor é o agente que mais absorve os prejuízos nas perdas pós-colheita, enquanto o intermediário é indiferente às variações de preço. Para o varejista, é desfavorável a perda da pós-colheita, e para o consumidor é onerosa qualquer variação de perda no processo de comercialização do tomate.

Quintanilha, Tavares e Corcioli (2019) realizaram um estudo de mapeamento do fluxo de tomates comercializados na Central de Abastecimento S/A (Ceasa), no estado de Goiás, entre 2017 e 2018, com o objetivo de apresentar a origem e o destino do comércio dessa hortaliça do estado para os outros estados brasileiros. Identificaram que a comercialização de tomates para as Ceasas – Goiás tem procedência de diversos estados, mas o estado de Goiás é o principal originador entre as Ceasas. Os autores concluíram que esse estado é o principal fornecedor de tomates para a Ceasa – Goiás.

Vilela e Macedo (2000) realizaram um estudo sobre as hortaliças para demonstrar a competitividade e conjuntura dos atributos no mercado e procuraram entender o porquê da tendência de segmentação da comercialização das hortaliças. Identificaram que o tomate é o principal produto na diferenciação quando se observa o mercado de enlatados e conservas, além de ter importância no ramo de produtos desidratados e liofilizados. Além disso, autores verificaram que o mercado de hortaliças vem se orientando cada vez mais para a segmentação de mercado para atender às necessidades do consumidor e, desta forma, fazendo a atividade de hortaliças mais lucrativa, destacando-se os setores das minimamente processadas, supergeladas, congeladas, conservas e orgânicas.

Pagliuca et al. (2017) procuraram mensurar o risco financeiro para a produção de tomate de mesa em Mogi Guaçu, SP. Para tanto, utilizaram o método de probabilidades por Monte Carlo, analisando as receitas operacionais líquidas. Eles observaram que, mesmo sendo a principal região produtora na safra de inverno, pelos dados constatados em determinados períodos, ficaram com resultados bem próximos de receitas negativas. Identificaram que é necessário que o produtor seja estratégico, como ter outra atividade que assegure resultados positivos em paralelo à produção de tomate, já que essa produção apresenta altos riscos financeiros. Concluíram, além disso, que o planejamento (como reserva financeira e atuação em outra atividade durante o período de preços abaixo do custo de produção) é fundamental para o produtor permanecer na atividade.

Santo e D'Agostini (2003) realizaram um estudo para averiguar a perspectiva de aumento de produção de tomates em Chapecó, SC. Tal estudo realizou uma análise de cadeia produtiva e utilizou a metodologia de margem de comercialização. Os autores identificaram que a principal forma de comercialização nesse município é por feiras livres e canal indireto curto; além disso, é importado tomate de outros estados para atender a demanda. A pesquisa apontou também

que o motivo de os preços do produto serem altos nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro é devido a características climáticas, falta de substitutos, crédito, tecnologia cara, perdas durante transporte e falta de assistência técnica para melhorar o grau tecnológico da produção. Concluem que a produção de tomate é um bom empreendimento para o produtor, mesmo com altos custos de produção; no entanto, para aumentar a produção, são exigidos maiores custos, o que impede a ampliação da oferta do produto, sendo mais viável a importação de outras regiões.

Metodologia e Fonte de Dados

Foi empregado, neste artigo, o método de revisão de literatura de caráter narrativo, em que é adotado um tema sob o viés do pesquisador, ou seja, coleta de informações sobre determinada temática que se deseja analisar (Cordeiro et al., 2007; Ferenhof; Fernandes, 2016; Toledo; Rodrigues, 2017).

Ainda segundo Rother (2007) e Vosgerau e Romanowski (2014), foram pesquisadas fontes de acordo com o critério do investigante e sua apreciação; no entanto, esse método pode contribuir com argumentações para o entendimento técnico-científico.

A aplicabilidade dessa metodologia pode ser encontrada nos trabalhos de Rodrigues et al. (2011), Leitner e Alves Filho (2019) e Araújo, Brinques e Gurak (2021).

A pesquisa exploratória auxilia no esclarecimento quantitativo e qualitativo dos fenômenos estudados (Marconi; Lakatos, 2003). Amorim et al. (2021) empregaram a pesquisa exploratória para destacar os impactos ambientais do plantio de eucalipto sob a perspectiva do uso do solo, água, proteção de florestas nativas, ciclagem de nutrientes e fixação de carbono, destacando os pontos positivos e negativos dessa cultura.

Gil (2008) acentua que esse método estabelece o ponto inicial de uma investigação, e caso o tema seja amplo, é necessário delimitá-lo. Assim, considera-se importante o acesso a uma quantidade de artigos e periódicos para levantamento e determinação do problema de pesquisa, passando por reorganizações sucessivas para a assertividade do objetivo do estudo com o problema a ser pesquisado.

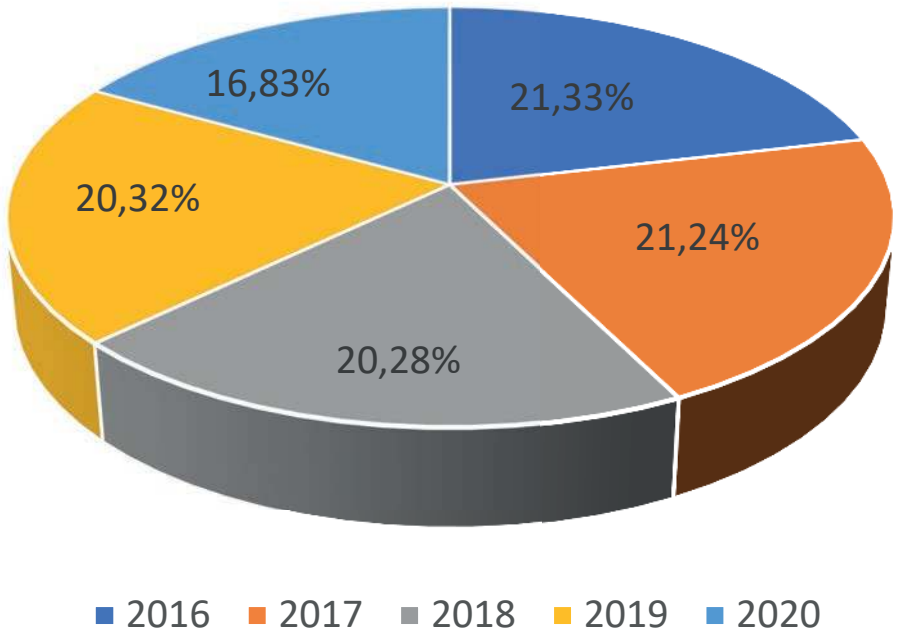
Dessa forma, este trabalho utilizou os dados secundários procedentes de livros, revistas, artigos e sites de bancos de dados do setor público e privado. A base para os dados apresentados no presente estudo foi coletada do site da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). Tais dados foram retirados da Prohort-Simab.

A base de dados da Prohort-Simab viabiliza a retirada de dados, como preços médios, quantidades e valores do produto que se pretende analisar. Portanto, optou-se por selecionar e coletar a variável quantidade (em quilograma) comercializada entre as regiões de origem (por município, unidade da federação, micro e mesorregião, região e país) dos produtos comercializados nas Ceasas e destino (por município, unidade da federação, micro e mesorregião, região e país) no período de 2016 a 2020. Por consequência, foi possível cumprir com os objetivos desta pesquisa ao detectar as regiões que mais fornecem e as que mais consomem tomate.

Resultados e Discussão

Os dados apresentados na Figura 1 mostram que, em relação ao total de tomate comercializado nos anos de 2016 a 2020 (cerca de 4,8 milhões de toneladas), notou-se que o ano de 2016 foi o que apresentou maior percentual do volume total comercializado, seguido pelos anos de 2017, 2019, 2018 e 2020, com respectivos percentuais de participação no volume total comercializado nesse período: 21,24%, 20,32%, 20,28% e 16,82%.

Figura 1. Percentual do volume total de tomate comercializado entre 2016 e 2020, considerando origem-destino.



Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (2013).

A Tabela 1 e as Figuras de 2 a 6 permitem visualizar maior participação da região Sudeste, considerando os anos de 2016 e 2020 selecionados, em relação às demais regiões brasileiras.

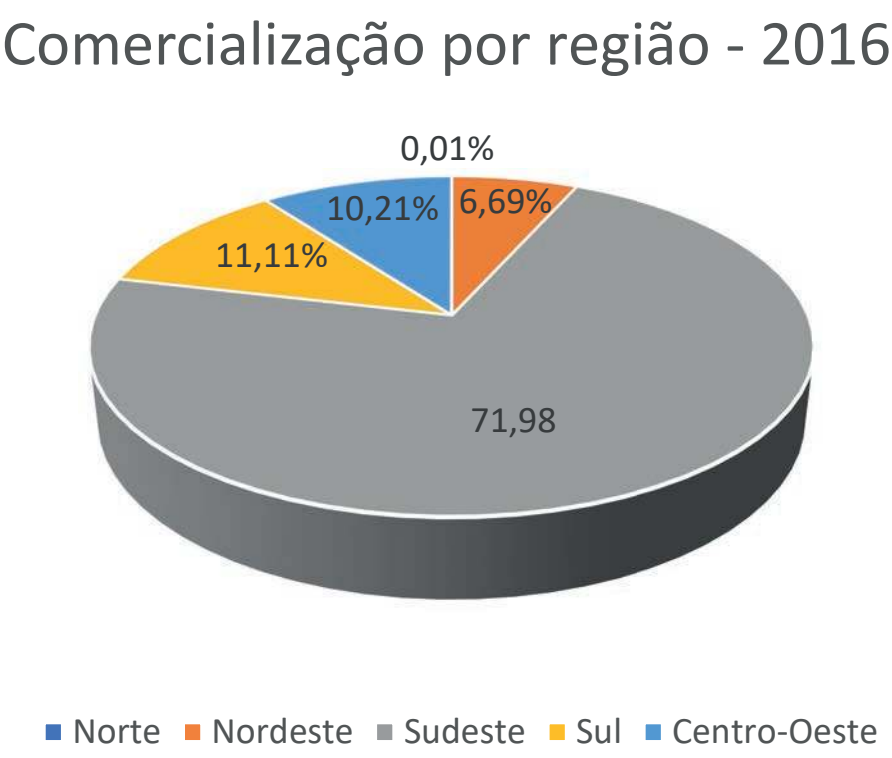
Tabela 1. Comercialização de tomate por regiões brasileiras (em toneladas).

Região	2016	2017	2018	2019	2020
Norte	74,97	166,039	35,571	4,246	28,494
Nordeste	67.812	67.152	72.701	76.417	62.573
Sudeste	729.262	707.117	654.642	659.313	553.986
Sul	112.565	118.953	99.500	95.640	52.827
Centro-Oeste	103.390	115.298	136.548	133.840	129.695
Brasil	**1.013.104**	**1.008.686**	**963.427**	**965.215**	**799.110**

Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (2013).

Considerando uma análise para cada ano do período considerado, em 2016, de acordo com a Figura 2, a região Sudeste representou 71,98% do total de tomate comercializado em relação ao total comercializado pelo País, seguido das regiões Sul (11,11%), Centro-Oeste (10,21%) e Nordeste (6,69%). A região Norte apresentou baixíssima representatividade, com 0,01% do total comercializado nesse ano.

Figura 2. Participação por região (percentual) no total de tomate comercializado no ano de 2016.



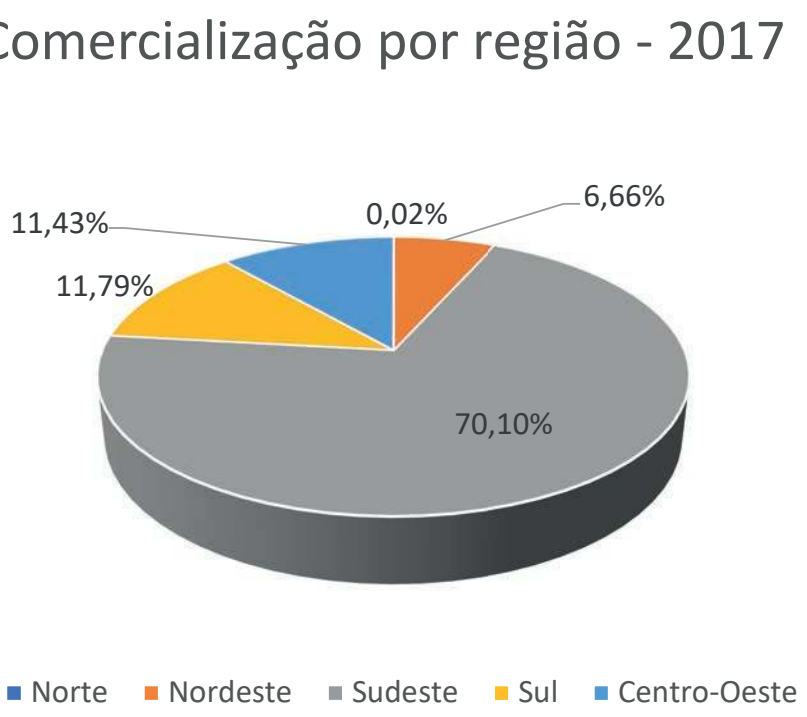
Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (2013).

A região Sudeste continuou a se destacar no ano de 2017 (Figura 3), com 70,10% do total de tomate comercializado no período, seguida das regiões Sul (11,79%), Centro-Oeste (11,43%) e Nordeste (6,66%), e baixa representatividade da região Norte, como verificado em ano anterior.

As Figuras 4, 5 e 6 trazem dados dos anos de 2018, 2019 e 2020, sendo possível verificar as participações relativas das regiões na comercialização do tomate. O que chama a atenção é que a região Sudeste permanece na liderança; no entanto, a região Centro-Oeste ultrapassa a região Sul, que vinha até então em segundo lugar. Assim, nos anos de 2018, 2019 e 2020, a participação da região Centro-Oeste foi de 14,17%, 13,87% e 16,23%, respectivamente.

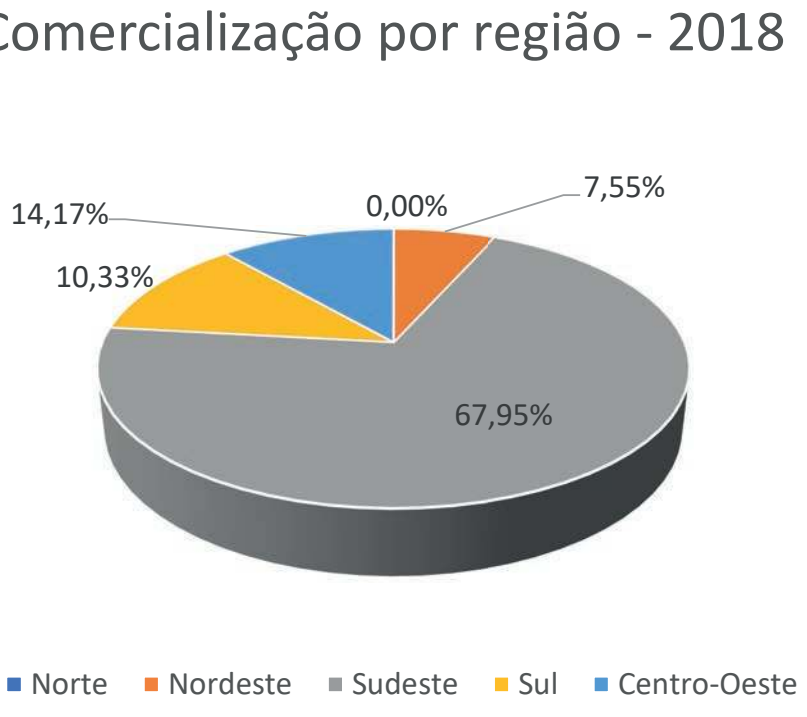
Por sua vez, a região Norte ficou praticamente desabastecida nos últimos 3 anos apresentados, com uma participação praticamente zerada na comercialização (em média 23 mil quilogramas).

Figura 3. Participação por região (percentual) no total de tomate comercializado no ano de 2017.



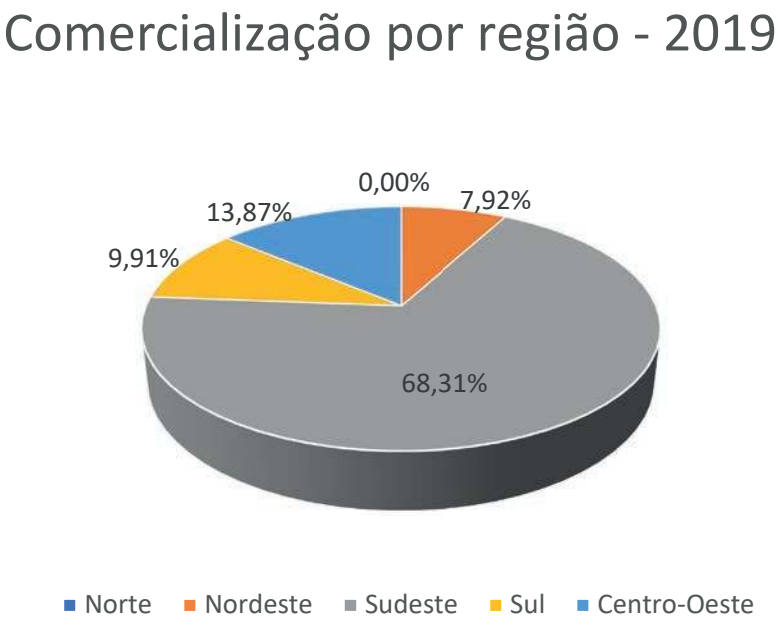
Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (2013).

Figura 4. Participação por região (percentual) no total de tomate comercializado no ano de 2018.



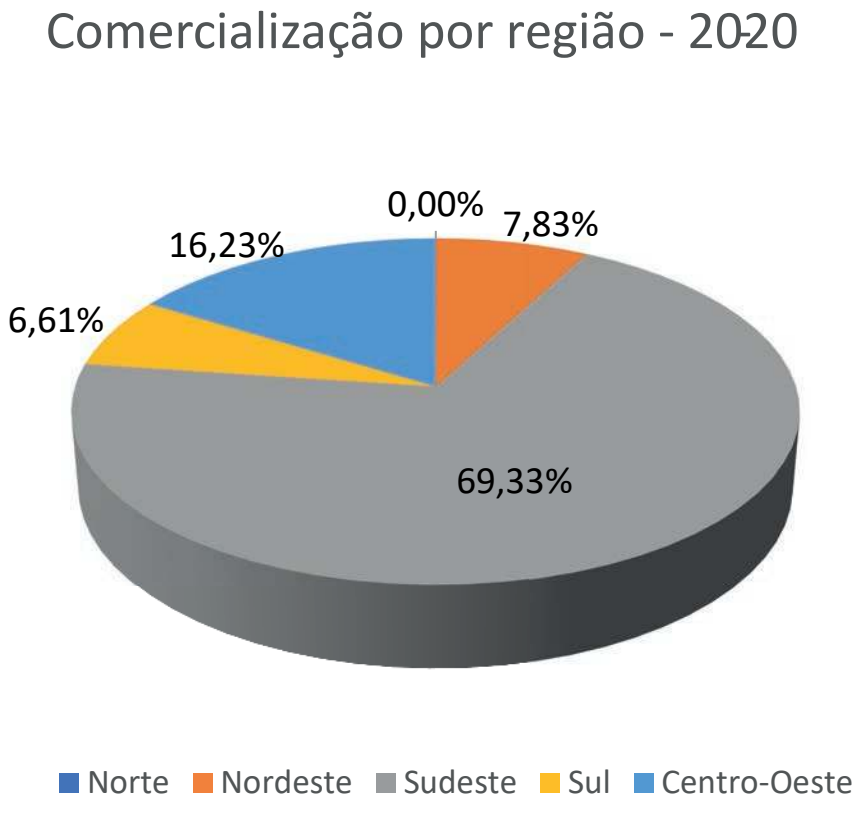
Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (2013).

Figura 5. Participação por região (percentual) no total de tomate comercializado no ano de 2019



Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (2013).

Figura 6. Participação por região (percentual) no total de tomate comercializado no ano de 2020.

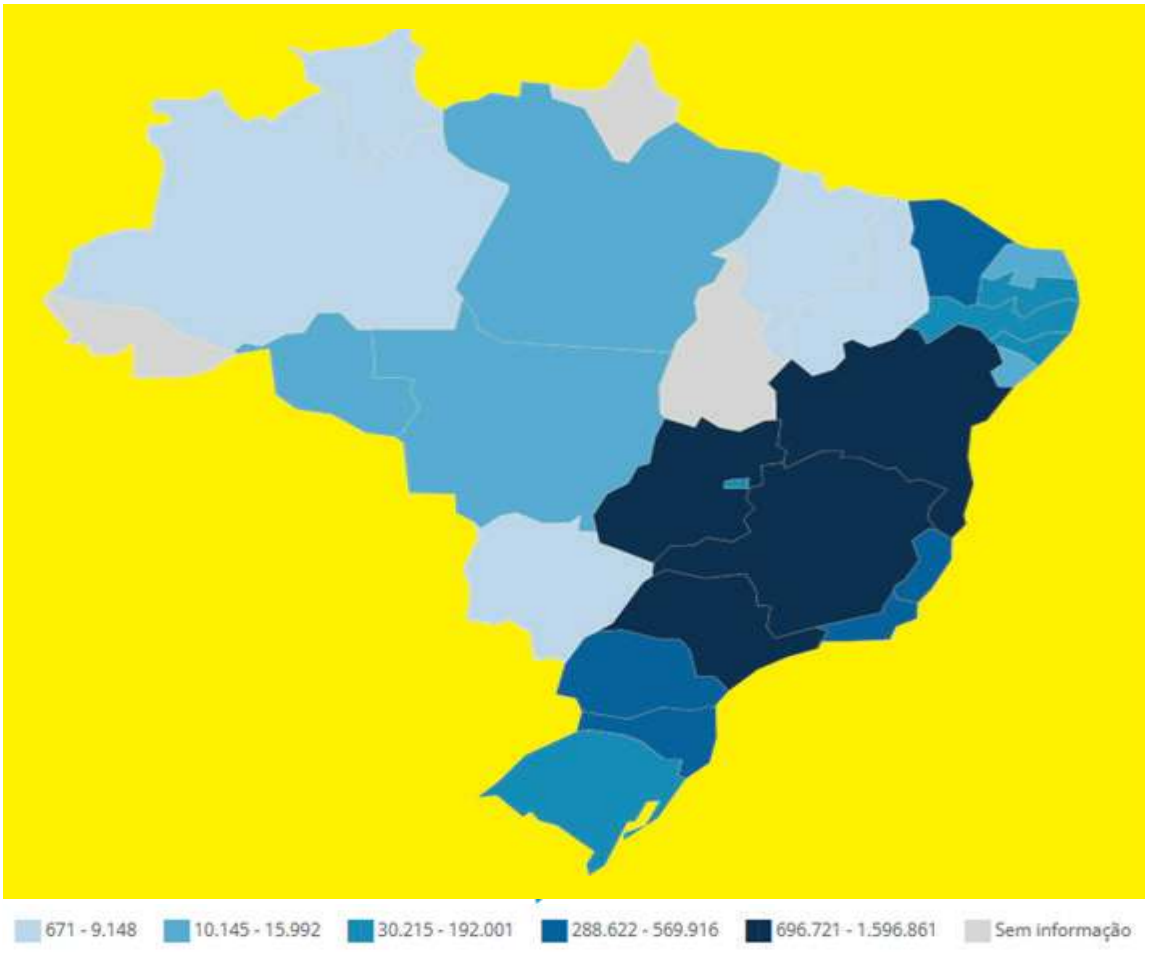


Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (2013).

Apesar de a região Sudeste ter apresentado maiores participações na comercialização do tomate, ao longo do período de 2016 a 2020, a taxa de crescimento na comercialização dessa região foi negativa (-6,64%), o que não ocorreu com a região Centro-Oeste, que teve taxa de crescimento positiva no valor de 5,83%, apesar da baixa participação na comercialização. Para as outras regiões e para o Brasil, também se observaram taxas de crescimento negativas, sendo que Sul, Norte, Nordeste e Brasil foram, respectivamente, -17,3%, -21,48%, -1,99% e -5,76%.

Pode-se visualizar que as regiões que comercializam a maior parte do tomate são as que apresentam o maior valor da produção (em reais), de acordo com Figura 7. Segundo dados do IBGE (2022), o valor da produção de tomate foi de 6,5 bilhões de reais; a quantidade produzida alcançou 3,7 milhões de toneladas; a área colhida foi de 51.097 ha; e o maior produtor, em 2021, foi São Paulo. Em termos de valor de produção, São Paulo alcançou 1,6 milhões de reais, seguido da Bahia, com 742 milhões de reais. Goiás alcançou 724 milhões de reais e Minas Gerais 697 milhões de reais.

Figura 7. Regiões que comercializam tomate e respectivo valor da produção (R$).



Fonte: IBGE (2022).

De acordo com o estudo da Companhia Nacional de Abastecimento (2019), Minas Gerais e São Paulo, por serem os estados com maior produção do fruto para consumo in natura, oferecem maior oferta dele durante a colheita, sendo a exportação uma boa opção para aumentar a renda do produtor.

Considerações Finais

O presente trabalho teve como objetivo central descrever a comercialização de tomate entre 2016 e 2020. Foi possível verificar que a região Sudeste concentrou a maior parte dessa comercialização no período considerado neste estudo. Apesar de a região Sudeste ter apresentado maiores participações na comercialização do tomate, ela teve crescimento negativo entre 2016 e 2020, o que não ocorreu com a região Centro-Oeste, que apresentou alta de 5,83%, apesar da baixa participação na comercialização. As outras regiões apresentaram decréscimos em suas comercializações de tomate. Estudos futuros devem acompanhar o fluxo de comercialização entre as regiões brasileiras, pois ele impacta diretamente no desempenho da cadeia produtiva. A localização é importante, pois se interliga diretamente no desempenho da produção, logística e comercialização.

REFERÊNCIAS

AMORIM, V. da S. S. de; MONTEIRO, K. M. S.; SOUSA, G. O.; DAMASCENA, J. F.; PEREIRA, J. A.; MORAES, W. dos S. The environmental benefits of eucalyptus planting: literature review. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 11, p. e318101119604, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i11.19604. Disponível em: https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/19604. Acesso em: 23 abr. 2023.

ARAUJO, N. C. de; BRINQUES, G. B.; GURAK, P. D. Análogos de carne: uma revisão narrativa e pesquisa comercial online. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, v. 28, p. e021037, 2021. DOI: 10.20396/san.v28i00.8665640. Disponível em: https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8665640. Acesso em: 23 abr. 2023.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **PROHORT – SIMAB**. Disponível em: http://dw.ceasa.gov.br/. Acesso em: 7 mar. 2023.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. **Tomate**: análise dos indicadores da produção e comercialização no mercado mundial, brasileiro e catarinense. Brasília, DF: Conab, 2019. 21 p. (Compêndio de Estudos, v. 21). Disponível em: https://www.conab.gov.br/institucional/publicacoes/compendio-de-estudos-da-conab/item/12529-compendio-de-estudos-da-conab-v-21-tomate-analise-dos-indicadores-da-producao-e-comercializacao-no-mercado-mundial-brasileiro-e-catarinense. Acesso em: 8 abr. 2023.

CORDEIRO, A. M.; OLIVEIRA, G. M. de; RENTERIA, J. M.; GUIMARÃES, C. A. Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, v. 34, n. 6, p. 428-431, nov. 2007. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rcbc/a/CC6NRNtP3dKLgLPwcgmV6Gf/?lang=pt#. Acesso em: 20 mar. 2023.

COSTA, F. G.; CAIXETA FILHO, J. V. Análise de perdas na comercialização de tomate: um estudo de caso. **Informações Econômicas**, v. 26, n. 12, p. 9-24, dez. 1996. Disponível em: http://www.iea.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=1035. Acesso em: 25 mar. 2023.

FERENHOF, H. G.; FERNANDES, R. F. Desmistificando a revisão de literatura como base para redação científica: Método SSF. **Revista ACB**, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 550-563, ago./nov. 2016. Anais do 34º Painel Biblioteconomia em Santa Catarina, 2016. Disponível em: https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1194. Acesso em: 21 abr. 2023.

GIL, A. C. **Método e técnica de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE. **Produção de tomate**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: https://sidra.ibge.gov.br/tabela/1612#resultado. Acesso em: 30 jan. 2023.

LEITNER, C. P. S.; ALVES FILHO, A. G. Estratégia de operações: uma abordagem teórica quanto à aplicabilidade do constructo para empreendimentos rurais produtores de grãos. **Gestão & Produçã**o, v. 26, n. 1, p. e2400, 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/j/gp/a/RL6YCfqTNj5gLpqr5FxKx5g/?lang=pt#. Acesso em: 12 fev. 2023.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NAIKA, S.; JEUDE, J. V. L. de; GOFFAU, M. de; HILMI, M.; DAM, B. V. **A cultura do tomate**: produção, processamento e comercialização. Wageningen: Digigraf, 2006.

PAGLIUCA, L. G.; ADAMI, A. C. O.; BOTEON, M.; BACCHI, M. R. P. Avaliação do risco econômico e financeiro da tomaticultura de mesa em Caçador e Mogi Guaçu. **Espacios**, Caracas, v. 38, n. 27, p. 32, 2017. Disponível em: https://www.revistaespacios.com/a17v38n27/a17v38n27p32.pdf. Acesso em: 25 jan. 2023.

QUINTANILHA, K. T.; TAVARES, E. B.; CORCIOLI, G. Mapping of the flow of tomatoes marketed at CEASA - Goiás in 2017 and 2018. **Research, Society and Developmen**t, [*S. l.*], v. 8, n. 10, p. e138101199, 2019. DOI: 10.33448/rsd-v8i10.1199. Disponível em: https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/1199. Acesso em: 23 abr. 2023.

RODRIGUES, W.; MORAIS, M. R.; CRUZ, F. V.; ALMEIDA, A. Competitividade do Sistema Agroindustrial do Frango de Corte no Tocantins: o caso da Empresa Frango Norte. **REGE Revista de Gestão**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 195-209, abr./jun. 2011. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S18;09227616303666. Acesso em: 8 abr. 2023.

ROTHER, E. T. Revisão sistemática x revisão narrativa. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 20, n. 2, p. 5-6, abr. 2007. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ape/a/z7zZ4Z4GwYV6FR7S9FHTByr/?lang=pt#. Acesso em: 22 abr. 2023.

SANTO, E. N. do E.; D'AGOSTINI, F. M. B. Tomates: produção e comercialização no município de Chapecó, SC. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, DF, v. 20, n. 1, p. 161-180, jan./abr. 2003. Disponível em: https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/AI-SEDE/24563/1/v20n1_161.pdf. Acesso em: 14 mar. 2023.

TOLEDO, J. A. T.; RODRIGUES, M. C. Teoria da mente em adultos: uma revisão narrativa da literatura. **Boletim da Academia Paulista de Psicologia**, São Paulo, v. 37, n. 92, p. 139-156. 2017. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X2017000100011. Acesso em: 14 abr. 2023.

VILELA, N. J.; MACEDO, M. C. Fluxo de poder no agronegócio: o caso das hortaliças. **Horticultura Brasileira**, v. 18, n. 2, p. 88-94, jul. 2000. Disponível em: https://www.scielo.br/j/hb/a/NyhNfJMtqMFDvt9tQTvC5yq/?lang=pt#. Acesso em: 23 abr. 2023.

VOSGERAU, D. S. A. R.; ROMANOWSKI, J. P. Estudos de revisão: implicações conceituais e metodológicas. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 14, n. 41, p. 165-190, abr. 2014. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981416X2014000100009&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 23 mar. 2023.