

VOLUME 15

N. 2
2025



REVISTA
agro em questão

**Promoção comercial
da fruticultura brasileira
pela agência brasileira de
promoção de exportações
e investimentos (APEX
-BRASIL): A Feira
Internacional Fruit Logistic**



**Faculdade
CNA**

Promoção comercial de frutas pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex – Brasil): sobre a feira internacional *Fruit Logistic*

Ernesto Lacerda¹

Hélio Alves²

Thiago Siqueira Masson³

RESUMO

A pesquisa analisou a estratégia setorial de marketing e promoção competitividade internacional do segmento de frutas do Brasil entre 2020 e 2023. Além de avaliar a importância da feira Fruit Logistic para as exportações brasileiras, o estudo também demonstrou a crescente demanda dos principais países importadores pela responsabilidade socioambiental das frutas do país. A pesquisa evidenciou a importância das iniciativas da Apex-Brasil para o setor fruticultor brasileiro, contribuindo para o aumento da competitividade e da visibilidade das frutas brasileiras no mercado global. Por meio da coleta de material bibliográfico e dados secundários, analisaram-se as características que fazem o Brasil ser competitivo na produção de frutas e ser o ocupante do terceiro lugar. O trabalho também descreveu a promoção comercial da fruticultura brasileira, por meio da promoção comercial das exportações desse produto à União Europeia realizada pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex – Brasil), de 2020 a 2023. A Apex-Brasil adaptou estratégias e conseguiu não só manter, mas também aumentar a visibilidade e competitividade das frutas brasileiras no cenário global. Nesse sentido, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex – Brasil) tem como objetivo fortalecer a

¹ Discente da Faculdade CNA.

² Discente da Faculdade CNA.

³ Docente da Faculdade CNA.



presença das frutas brasileiras nos mercados internacionais, promovendo a qualidade e a competitividade dos produtos.

Palavras-chave: Apex-Brasil, Fruit Logistica, exportação, Brasil.

1. INTRODUÇÃO

As frutas desempenham um papel de grande importância na cultura brasileira, refletem uma rica biodiversidade e fluência tradições no país, como a culinária, a suplementação alimentar e hábitos nutricionais.

O Brasil, com sua vasta extensão territorial e diferentes climas, abriga uma enorme variedade de frutas, muitas das quais são endêmicas e pouco conhecidas fora do país.

As frutas não só fazem parte da dieta diária dos brasileiros, mas também têm presença garantida em festas populares, sobremesas tradicionais e até mesmo em lendas e mitos. Seja na feira livre, onde são vendidas frescas e suculentas, ou em preparações culinárias sofisticadas, são um símbolo da riqueza natural e cultural do Brasil.

O setor frutífero é de grande relevância para a economia nacional, a produção e exportação gera empregos e instiga o desenvolvimento que automaticamente contribui para o aumento do PIB, frutas como laranja, açaí e até mesmo a castanha são importantes para as exportações.

A concentração geográfica da produção de frutas reflete não apenas nas condições climáticas e de solo favoráveis, mas também a infraestrutura e a tradição agrícola que facilitam o cultivo em larga escala. A diversidade climática e geográfica do Brasil permite a produção de uma ampla variedade de frutas durante o ano todo, atendendo tanto ao mercado interno quanto às demandas externas, esse cenário coloca o país em uma posição de destaque no setor fruticultor global.

1.1 Objetivo Geral



Analisar a estratégia de promoção comercial da Apex-Brasil para o setor de frutas na União Europeia 2020 e 2023.

1.2 Objetivo Específico

Analisar as participações do Brasil na Fruit Logistic entre os anos de 2020 e 2023.

2. METODOLOGIA DE TRABALHO

Trata-se de pesquisa qualitativa, com utilização de recursos de livros, sites e matérias na área de fruticultura, além de artigos científicos relacionados ao tema.

Para Minayo (1994), a pesquisa qualitativa responde a questões particulares, enfoca um nível de realidade que não pode ser quantificado e trabalha com um universo de múltiplos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Esta abordagem pressupõe a análise minuciosa de poucas fontes ou dados, visando a exploração e elaboração de hipóteses.

Os trabalhos clássicos do assunto publicados anteriormente também foram consultados para base de formulação.

Adotou-se também o método de citação direta. Conforme Umberto Eco (2008), em sua obra "Como se faz uma tese", a citação direta como a reprodução fiel das palavras de um autor, acompanhada de referência bibliográfica. Ele destaca a importância de utilizar citações diretas de forma criteriosa e contextualizada, evitando plágio e garantindo a credibilidade do trabalho acadêmico.

Eco ressalta que as citações diretas devem ser integradas organicamente ao texto, contribuindo para o desenvolvimento do argumento e enriquecendo a discussão. Sua abordagem oferece orientações valiosas para estudantes e pesquisadores sobre o uso adequado das citações diretas em trabalhos acadêmicos.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Agronegócio



O agronegócio é um termo amplo referente a todas as atividades que abrangem, desde a produção agrícola, a transformação dos produtos até o consumidor final. O termo é uma combinação das palavras “agricultura” e “negócios” e foi introduzido por John Davis e Ray Goldberg. O agronegócio envolve uma variedade de operações, incluindo o cultivo de insumos agrícolas até o marketing e a distribuição dos produtos.¹ Abrange diversas cadeias produtivas como grãos, carne e até mesmo frutas que contribui para o desenvolvimento e para a segurança alimentar do país.

Segundo John Davis e Ray Goldberg, o conceito de Agribusiness é "a soma das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas cadeias agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos e dos itens produzidos a partir deles".

Em 1968, Goldberg redefine este conceito como:

“Um sistema de commodities que engloba todos os atores envolvidos com a produção, processamento e distribuição de um produto. Tal sistema inclui o mercado de insumos agrícolas, a produção agrícola, operações de estocagem, processamento, atacado e varejo, demarcando um fluxo que vai dos insumos até o consumidor final. O conceito engloba todas as instituições que afetam a coordenação dos estágios sucessivos do fluxo de produtos, tais como as instituições governamentais, mercados futuros e associações de comércio.” (GOLDBERG, 1968)

O Sistema de commodities “inclui o suprimento das fazendas, operações de estocagem, processamento, atacado e varejo envolvidos em um fluxo, desde a produção de insumos até o consumidor final. Inclui as instituições que afetam e coordenam os estágios sucessivos do fluxo do produto, tais como governo, associações e mercados futuros”. (O Sistema de Commodities – Commodity System Approach – Harvard – 1968).

Segundo LAURET (1983), a cadeia agroalimentar é "uma sequência de empresas ligadas entre si por relações do tipo fornecedores-clientes “. "As cadeias de empresas, os canais, os circuitos são realidades concretas diretamente observáveis. São relativas a um espaço, situado na sociedade, específico de um conjunto de empresas. A observação das cadeias, canais e circuitos não implica a apreensão da totalidade das atividades econômicas relativas aos produtos enfocados. Ela contempla subconjuntos limitados” LAURET (1983).



As análises de Harvard (Commodity Systems Approach, CSA) e das Filières, embora originadas em contextos distintos e influenciadas por diferentes correntes teóricas, compartilham vários pontos em comum e apresentam notáveis divergências em suas abordagens. Ambas as metodologias visam compreender e aprimorar a eficiência e a sustentabilidade dos sistemas produtivos, mas o fazem a partir de perspectivas variadas.

A análise de Harvard (CSA) e a das Filières partilham uma visão sistêmica e uma preocupação com a coordenação e eficiência dos sistemas produtivos. No entanto, diferem significativamente em seus enfoques e influências teóricas, a abordagem das Filières é mais abrangente e detalhada, incluindo considerações sobre poder de mercado e barreiras à entrada.

Em contraposição, a CSA se concentra mais no impacto das preferências dos consumidores e no comportamento de mercado. E essas diferenças refletem as distintas origens teóricas e práticas de cada metodologia, proporcionando perspectivas complementares para a análise e melhoria dos sistemas produtivos.

De maneira geral, a agricultura até meados do século XX era muito diferente da atual, nas propriedades, seja nas de *plantation* ou nas de subsistência. Além das atividades de plantio, muitas vezes bastante diversificadas, eram também criados animais de produção e tração, produzidos e adaptados implementos, ferramentas, equipamentos de transporte e insumos básicos, como fertilizantes, sementes e alguns químicos. As roupas, o processamento de alimentos (embutidos, doces, queijos, etc.), o armazenamento e a comercialização também estavam incorporados às fazendas. Era grande o número de pessoas que moravam nas unidades de produção. (NEVES, 2012).

Quando se fazia referência ao termo “agricultura”, todas essas atividades estavam inclusas, sendo o termo abrangente o suficiente para todo o setor. Os produtores não eram especializados. Eram versáteis para entender e executar todo o processo ao nível de especificidade e desenvolvimento tecnológicos dos padrões da época.

4. DESENVOLVIMENTO

Observando a estrutura econômica voltada para a área da agricultura no Brasil, pode-se notar que houve uma grande evolução no setor ao longo do tempo, passando assim de uma agricultura eminentemente extrativa para uma nova realidade de multifacetada, e quando se



fala sobre a agricultura envolve o cultivo de frutas, que se desenvolveu a larga escala no mercado produtivo.

Segundo ELIAS (2002), a agropecuária brasileira passou por profundas metamorfoses nas últimas cinco décadas. Devidas atualizações originam a uma atividade intensiva em capital, tecnologia e informação, com o conseqüente aumento de produtividade do setor e acumulação de capital. Permutação de base técnica, com dura substituição de matéria-prima natural produzida em larga escala por indústrias, é um dos vetores desta transformação que afeta drasticamente as forças produtivas do setor, pois propicia maior controle do ciclo biológico das plantas e dos animais.

A fruticultura tem grande capacidade de expansão, devido à crescente demanda da população para alimentos saudáveis, fontes de vitaminas e minerais. As tendências de “sensorialidade e prazer” estão relacionadas com o aumento do nível de educação, informação e renda da população (BARBOSA et al., 2020).

A sua promoção é realizada em feiras internacionais de frutas e alimentos, através também de rodadas de negócios para exportadores e importadores, com a realização de missões comerciais visando inteligência comercial em novos mercados, entre outras iniciativas. Nesse contexto, essas ações permitem mostrar aos importadores e consumidores internacionais a qualidade e sabor das frutas brasileiras e seus derivados e, a capacidade de fornecimento desses produtos o ano todo, característica de diferenciação de competitividade entre o Brasil e seus principais concorrentes neste setor. Assim, as condições climáticas do Brasil, associadas ao uso de tecnologias de produção inovadoras e manejo dos pomares dentro das melhores práticas agrônômicas, permitem a produção contínua de frutas ao longo dos 12 meses do ano, de forma sustentável e oferta de alimentos seguros para o consumo.

Dada à diversidade e quantidade de frutas produzidas no Brasil, há elevado potencial de exportação, não apenas para a Europa, mas também para outros mercados. Observa-se uma falta de estudos que analisem mercados potenciais.

Nesse sentido, frutas exóticas são aquelas que apresentam características que as tornam únicas e muito diferentes. Estas costumam ser cultivados em uma pequena escala local, sendo raras para consumidores fora destes locais. O comércio destas frutas é considerado um negócio muito lucrativo, já que as frutas exóticas são consideradas rústicas e atraentes chamando a atenção da população em geral (NASCENTE, 2003).



Uma das principais iniciativas de promoção do setor foi a participação do Brasil na Fruit Logistica, edição 2023. O evento anual em Berlim, na Alemanha, contou com mais de 2.610 expositores de 92 países e o Brasil foi representado por uma delegação composta por 46 empresas expositoras.

Por meio dessa iniciativa, esperou-se aumentar as oportunidades de negócios para os produtores de frutas brasileiros, ampliando sua participação nos mercados globais e contribuindo para o crescimento do setor de fruticultura do país.

4.1 Comércio Exterior

Os dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex) revelam os principais destinos das exportações brasileiras de frutas frescas em 2023, demonstrando a diversificação e a relevância dos mercados internacionais para o setor de fruticultura do Brasil. Os Estados Unidos lideraram como principal destino, com um montante de US\$ 382,7 milhões, representando 35,2% do total exportado. Em seguida, a União Europeia se destacou com US\$ 280,2 milhões (25,6%), seguida pela China (US\$ 141,2 milhões;13,2%), o Japão com US\$ 116,9 milhões (10,8%) e os Emirados Árabes Unidos com US\$ 62,8 milhões (5,8%). Em 2023, a Europa foi responsável por US\$ 140,94 milhões das exportações do setor (CNA BRASIL, 2023).

Figura 1 - Exportação de Frutas Brasileiras – Toneladas por ano.

Anos	Volume (Tom)	Valor (U\$\$)
------	--------------	---------------



2013	711.295.372	657.500,00
2014	733.179.409	840.840.386
2015	854.625.108	888.575.188
2016	814.562.831	852.015.211
2017	878.401060	946.793.096
2018	877.556.214	980.602.850
2019	1.006.908.022	1.018.204.736
2020	1.027.759.887	880.338.517,00
2021	880.338.517,00	1.066.269.120,00
2022	1.024.356.514	977.516.957,00
2023	1.085.667.414	1.238.782.658,00

Fonte: Mapa (2024)

Esses números ilustram a importância desses mercados para as exportações brasileiras de frutas frescas e, destacam a posição estratégica do Brasil como fornecedor confiável e competitivo no comércio global de frutas. A diversificação dos destinos de exportação é fundamental para garantir a estabilidade e o crescimento contínuo do setor de fruticultura.

Um outro ponto que pode trazer impactos ao mercado exportador é a classificação de risco de regiões e países. Quando se fala de competitividade, podemos citar alguns fatores que influenciam, dentre eles têm-se os custos de produção, a competitividade de preço, a qualidade dos produtos, a tecnologia adotada em cada região produtora, a competitividade territorial e, por fim, o papel do Estado na provisão de infraestrutura e na formulação de políticas explícitas, como as políticas agrícolas, ou implícitas, como as de comércio exterior e regime cambial.

Todos esses elementos somados determinam a capacidade do país em se manter ou expandir sua participação no mercado mundial (SAMPAIO, 2012).

Além disso, esse crescimento nas exportações contribui de forma significativa para a economia do país, gerando empregos e impulsionando o desenvolvimento das regiões produtoras. A conquista de novos mercados e o aumento da participação brasileira no comércio global de frutas frescas são indicativos promissores para o futuro do setor. Segundo



a Associação Brasileira dos Produtores de Frutas e Derivados (Abrafrutas), a produção de frutas no Brasil girou em torno de 45 milhões de toneladas nos últimos anos. Nas exportações, o setor alcançou a marca de US\$ 1 bilhão de dólares em 2021 e pretende dobrar esse valor. Ainda de acordo com a Abrafrutas, a fruticultura gera 5 milhões de empregos diretos, o que corresponde a 16% de toda mão de obra do agronegócio.

As principais frutas exportadas pelo Brasil, como manga, uva, limões e limas, melões e melancias, tiveram um desempenho muito positivo em 2023. O fato de que o preço médio (FOB) em dólar aumentou para a maioria delas é ainda mais encorajador, pois favoreceu o desempenho em arrecadação.

4.2. A Vantagem Competitiva do Brasil na Produção de Frutas

A presença brasileira no mercado interno e externo, 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 que o país tem (SEAB/DERAL, 2020).

Reconhecidas pela qualidade e sabor, as frutas brasileiras têm conquistado cada vez mais o mercado internacional; vale lembrar que recentemente Brasil e China firmaram acordo e, em breve, será exportada a primeira fruta brasileira para o país asiático (APEXBRASIL, 2020).

Em termos de exportação de frutas, o Nordeste brasileiro se destaca como a principal região exportadora do país. O Ceará ocupa a posição de maior exportador, consolidando-se como um importante polo fruticultor. Além do Ceará, outros Estados nordestinos que figuram entre os dez maiores exportadores em volume são Rio Grande do Norte, Bahia e Pernambuco.

Esta concentração de Estados nordestinos na liderança da exportação de frutas evidencia a relevância da região para o setor. Além dos Estados do Nordeste, outras regiões do Brasil também desempenham um papel significativo nas exportações de frutas. São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Espírito Santo, Minas Gerais são Estados que se destacam pelo volume exportado.

Esses Estados contribuem de maneira expressiva para o crescimento e a diversificação das exportações brasileiras de frutas, cada um com suas especialidades e características produtivas. A diversidade geográfica dos principais Estados exportadores reflete a capacidade



do Brasil de produzir uma vasta gama de frutas ao longo do ano, aproveitando as diferentes condições climáticas e de solo do país. Essa variedade não apenas atende à demanda interna, mas também posiciona o Brasil como um fornecedor importante no mercado internacional de frutas.

A liderança do Nordeste, com destaque para o Ceará, juntamente com a participação significativa de estados de outras regiões, fortalece a imagem do Brasil como um grande exportador de frutas frescas. A sinergia entre esses estados e o esforço conjunto para melhorar a qualidade e a eficiência produtiva são fatores fundamentais para manter e expandir a presença brasileira no mercado global de frutas.

No quadro a seguir, os dez principais destinos das exportações brasileiras de frutas frescas (incluindo nozes e castanhas), segundo o Ministério da Agricultura e Pecuária.

Figura 2 - Nordeste. Frutas. Área plantada, produção e valor (2020 e 2022)

Destino	Valores (US\$)	Quantidade (kg)
PAÍSES BAIXOS	285.332.100	266.867.097
REINO UNIDO	137.165.964	123.046.835
ESTADOS UNIDOS	96.983.738	42.334.183
ESPANHA	73.395.646	87.600.423
PORTUGAL	25.751.173	19.325.496
CANADÁ	25.214.917	13.155.033
ALEMANHA	23.081.110	15.439.073
URUGUAI	16.799.457	35.839.519
FRANÇA	16.323.015	11.801.648
ARGENTINA	16.078.381	25.003.741

Fonte: Mapa (2024)

4. 3. Sobre a Fruit Logistic



Essa feira cobre todos os setores da indústria de produtos frescos, proporcionando uma visão abrangente das inovações, produtos e serviços mais recentes ao longo de toda a cadeia de abastecimento internacional. Desde a produção e embalagem até a logística e distribuição, a FRUIT LOGISTICA oferece um panorama completo das tendências e desenvolvimentos que moldam o mercado global de produtos frescos. Uma das características distintivas da FRUIT LOGISTICA é a oportunidade ímpar de networking que ela oferece. Empresas de diversos tamanhos, desde grandes players globais até pequenas e médias empresas, encontram-se em Berlim para estabelecer contatos, formar parcerias estratégicas e explorar novas oportunidades de mercado.

A presença de tomadores de decisão e líderes do setor facilita discussões profundas e negociações eficazes, potencializando o crescimento e a inovação na indústria de produtos frescos. A feira também serve como um palco para o lançamento de novas tecnologias e produtos.

Os expositores utilizam o evento para apresentar inovações que podem transformar a eficiência, sustentabilidade e qualidade no setor de produtos frescos. Isso inclui avanços em técnicas de cultivo, soluções de embalagens inteligentes, melhorias em logística e distribuição, bem como novas variedades de frutas e vegetais que atendem às demandas crescentes dos consumidores por qualidade e sustentabilidade.

O impacto econômico da FRUIT LOGISTICA é significativo, não apenas para os participantes diretos, mas também para o setor de produtos frescos como um todo. A feira facilita transações comerciais que resultam em crescimento econômico e desenvolvimento de mercados. Além disso, ao reunir uma audiência global, o setor FLOGISTICA promove a integração de diferentes mercados e culturas, fomentando um ambiente de cooperação internacional e troca de melhores práticas.

A FRUIT LOGISTICA é mais do que uma feira; é um ponto de encontro crucial para o setor de produtos frescos, onde inovação, negócios e networking convergem. A participação de 3.300 expositores e 72.000 visitantes profissionais é um testemunho da importância e influência deste evento no comércio internacional de produtos frescos. A cada ano, a FRUIT



LOGÍSTICA não apenas reflete o estado atual da indústria, mas também molda seu futuro, impulsionando avanços e promovendo a sustentabilidade no setor.

A presença do Brasil na Fruit Logística tem sido consistente ao longo dos anos, refletindo o compromisso do país em promover suas exportações de frutas. O estande brasileiro na feira geralmente destaca a diversidade e a qualidade dos produtos brasileiros, apresentando uma ampla gama de frutas frescas, processadas e exóticas. Além disso, o estande pode incluir atividades promocionais, como degustações, apresentações culturais e sessões de networking.

A participação do Brasil no meio produtivo de fruta (Fruit Logístico) tem gerado diversos impactos positivos para o setor de fruticultura do país. Em primeiro lugar, a exposição dos produtos brasileiros a um público internacional aumenta a visibilidade e a demanda por esses produtos nos mercados globais. Isso pode resultar em um aumento nas exportações e na expansão dos negócios para os produtores brasileiros.

Além disso, a participação na feira pode levar a parcerias estratégicas com empresas internacionais, facilitando o acesso a novos mercados e tecnologias.

Por fim, a presença do Brasil no setor reforça a imagem do país como um fornecedor confiável e competitivo de frutas, desempenhando um papel crucial na promoção das exportações de frutas e vegetais do país, proporcionando uma oportunidade única para destacar a diversidade e a qualidade dos produtos brasileiros. Ao adotar estratégias eficazes e aproveitar ao máximo a exposição global proporcionada pela feira, o Brasil pode continuar a fortalecer sua posição como um dos principais players no mercado internacional de frutas.

5. CONCLUSÃO

Por meio do programa "Frutas do Brasil", a Apex-Brasil ajudou a aumentar a visibilidade e a competitividade das frutas brasileiras no mercado global, entre 2020 e 2023, especialmente na União Europeia.

Nesse período, essa agência implementou diversas estratégias para promover as exportações de frutas. A participação em eventos internacionais como a Fruit Logística foi uma das principais ações que permitiram aos exportadores brasileiros apresentarem seus produtos e estabelecerem contatos comerciais



O sucesso dessas iniciativas é evidenciado pelos números expressivos das exportações, com um montante de US\$ 1,35 bilhão em 2023, distribuído entre diversos mercados internacionais. Os dados de exportação revelam um aumento significativo no volume e valor das exportações de frutas, com destaque para mangas, uvas, limões, melões e melancias.

Outro fator que ajudou a impulsionar o crescimento das exportações de frutas brasileiras foi o reconhecimento, por parte dos consumidores estrangeiros, da alta qualidade nutricional e do sabor característico das frutas do Brasil.²⁰ Acordos de livre comércio também poderão alavancar as vendas externas do setor. É o caso do acordo Mercosul – União Europeia.

O estudo tem grande relevância acadêmica ao oferecer uma análise detalhada das estratégias de promoção comercial e dos impactos econômicos das exportações de fruticultura. As informações fornecidas servem como base para futuras pesquisas em economia agrícola, comércio internacional e desenvolvimento sustentável

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira dos Produtores e exportadores de frutas e derivados, 2018.

Disponível em: <<http://abrafrutas.org/2018/08/14/fruticultura-setorem-expansao/>>. Acesso em: Julho, 2024.

ANUÁRIO BRASILEIRO DE HORTI&FRUTI 2020 / Cleonice de Carvalho ... [et al.]. - Santa Cruz do Sul: Editora Fazeta Santa Cruz, 2019. 96p. Disponível em:

<https://www.editoragazeta.com.br/sitewp/wpcontent/uploads/2020/05/HORTIFRUTI_2020.pdf>. Acesso em: Julho, 2024.

BARBOSA, Flávia R; PARANHOS, Beatriz Aguiar Jordão; DE SÁ, Luiz Alexandre Nogueira. **PRAGAS QUARENTENÁRIAS DA MANGUEIRA PARA O BRASIL**. [S. l.], 2005. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/en/busca-de-publicacoes//publicacao/156398/pragas-quarentenarias-da-mangueira-para-o-brasil>>. Acesso em: agosto, 2024.



ELIAS, Denise. Integração competitiva do semiárido cearense. In: ELIAS, Denise e SAMPAIO, José Levi Furtado. (Org.) **Paradigmas de Agricultura Cearense: modernização excludente**. Fortaleza Edição Democrático Rocha, 2002 p. 11/36.

FAVERET FILHO, Paulo de Sá Campello; ORMOND, José Geraldo Pacheco; PAULA, Sergio Roberto Lima de. Fruticultura brasileira: a busca de um modelo exportador. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 9, p. [191] -226, mar. 1999. Disponível em: <<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/2969>>. Acesso em: setembro, 2021.

MARTES, Telma. ApexBrasil: Abrafrutas leva exportadores de frutas para Fruit Attraction 2022. Disponível em: <https://blog.fastformat.co/referencias-bibliograficas-normas-abnt-exemplos-e-formatos/>. Acesso em Julho, 2024.

MARTES, Telma. ApexBrasil: Frutas do Brasil leva delegação com 37 empresas para a Attraction 2022. Disponível em: <https://blog.fastformat.co/referencias-bibliograficas-normas-abnt-exemplos-e-formatos/>. Acesso em Julho, 2024.