

da terra à tela.

colhendo insights e
semeando
oportunidades no
mercado agro em SC.





da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Semeando liderança: o protagonismo nacional de SC

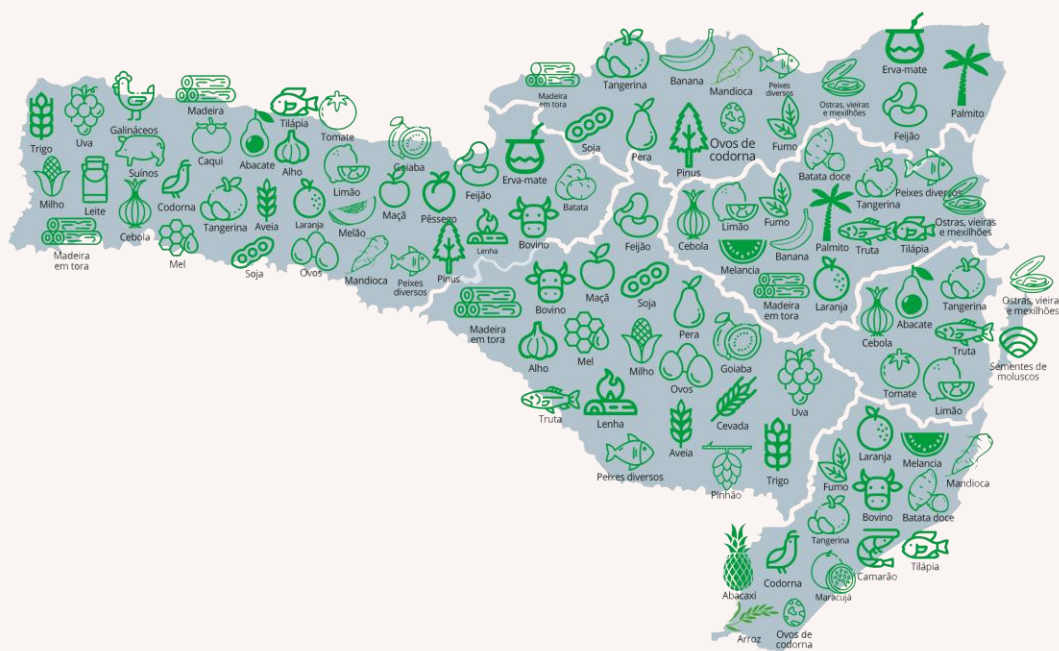
É claro que um bom solo gera colheitas abundantes. Em termos nacionais, Santa Catarina não só produz muito, como produz com qualidade superior, liderando diversas culturas no país.

Confira o ranking:

PRODUTO	POSIÇÃO NACIONAL	PART. % BRASIL
Maçã 🍏	1º lugar 🏆	53,4%
Cebola 🧅	1º lugar 🏆	28,0%
Arroz 🍚	2º lugar 🥈	9,4%
Truta 🐟	2º lugar 🥈	Aprox. 23%

FONTE: FACISC | Mapa do Agro Catarinense | 2025

Esses frutos da terra catarinense são prova de que o estado é uma verdadeira referência em diversidade produtiva, gerando grande potencial para comunicar marcas que se destacam nesses setores.





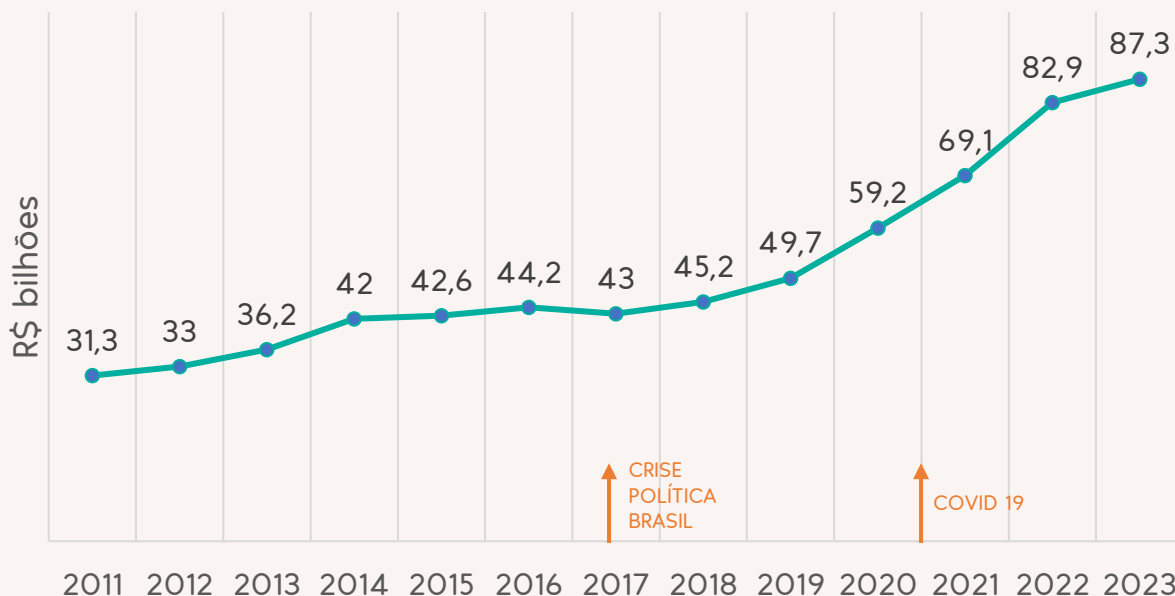
Culturas emergentes: setores em expansão

Como num campo que está sempre em rotação, surgem também novas culturas e setores que ampliam o potencial do agro catarinense. Nos últimos anos, destacaram-se:

- Produtos de padaria e confeitaria (+190%)
- Preparação de terrenos para cultivo (+117%)
- Atacado de insumos agropecuários (+90%)
- Consultoria agrônômica e inovação tecnológica (em crescimento contínuo)

Esses são novos horizontes de negócios que precisam ser comunicados estrategicamente para florescerem ainda mais.

Estimação do Valor Adicionado Bruto do Agronegócio de SC, R\$ bilhões, deflacionado pelo índice de volume do IBGE



FONTE: FACISC | Mapa do Agro Catarinense | 2025



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Pedras no caminho: os desafios da colheita

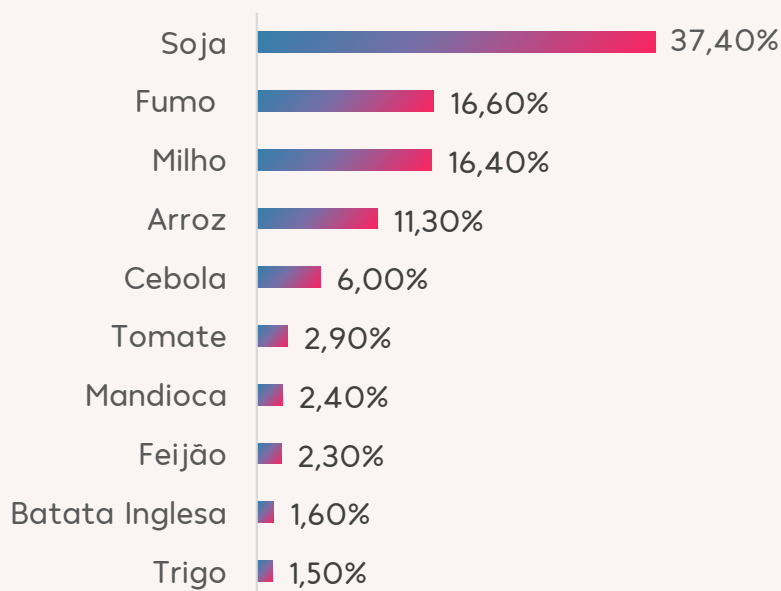
Como toda lavoura, o setor agro também tem seus desafios. Questões como infraestrutura logística e gestão ambiental são pontos críticos que precisam ser enfrentados com planejamento e comunicação clara. Esses desafios incluem:

- **Melhoria da infraestrutura e logística** para garantir eficiência das cadeias produtivas.
- **Modernização tecnológica** em busca de maior produtividade e sustentabilidade.
- **Preservação ambiental**, garantindo a continuidade das práticas produtivas.

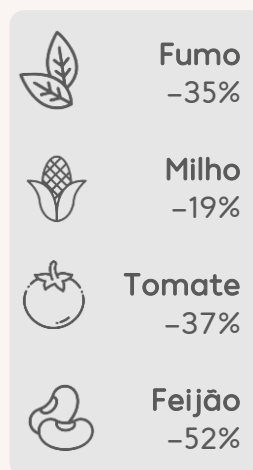
Esses desafios são temas estratégicos, onde a comunicação pode influenciar diretamente a solução e o engajamento público comunicados estrategicamente para florescerem ainda mais.

PRINCIPAIS SETORES DA AGRO INDÚSTRIA CATARINENSE

Participação no valor adicionado na Agricultura



QUEM MAIS REDUZIU PARTICIPAÇÃO?



FONTE: FACISC | Mapa do Agro Catarinense | 2025

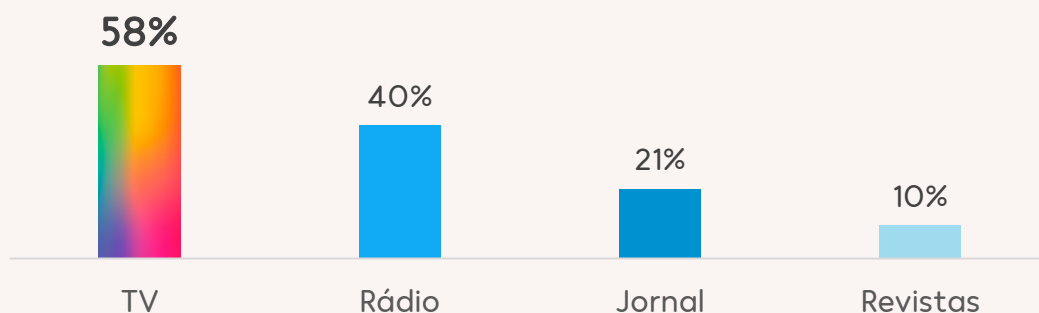


Colhendo percepção: o Agro aos olhos do consumidor

O consumidor brasileiro reconhece cada vez mais o papel estratégico do agronegócio, especialmente em tempos de desafios econômicos. O agro segue como um dos setores mais estáveis e confiáveis, tanto economicamente quanto na percepção do público.

Comunicar-se estrategicamente com esse público é fundamental para construir e fortalecer a imagem das marcas que compõem toda a cadeia produtiva.

Meio Tradicional mais utilizado para se manter atualizado sobre o Agro



Tipos de Programas de TV Aberta que costuma assistir?

Ranking dos gêneros mais assistidos na TV aberta (entre quem assiste à TV aberta)

1º	Jornalismo
2º	Programas Rurais
3º	Jornalismo local
4º	Novelas
5º	Futebol
6º	Filmes
7º	Reportagem
8º	Programas de auditório



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Do campo à sala: comunicação como terreno fértil



Nesse terreno fértil chamado Santa Catarina, cada empresa do agro tem uma oportunidade valiosa de usar a comunicação de forma estratégica.

Seja diretamente com produtores, como no caso do programa **SBT Agro**, seja com o grande público consumidor de produtos agrícolas, em programas como o **SCC Agro** e ações regionais como o **Estação Pinhão**, o **SCC SBT** oferece canais robustos para que marcas cresçam e fortaleçam sua presença.



Agora que o solo está bem preparado, é hora de plantar dados detalhados sobre comportamento, tendências e perfil do público – e colher insights estratégicos no próximo capítulo.





da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.



plantando números

Todo agricultor sabe que, após preparar o solo, vem o momento de plantar. E plantar bem significa saber exatamente quais sementes usar e onde posicioná-las.

No mercado do agronegócio em Santa Catarina, "plantar números" significa entender profundamente quem são os consumidores, quais marcas estão ganhando destaque, e como o comportamento desse público impacta diretamente nas oportunidades do setor.

Quem está na mente dos catarinenses?

Mesmo que o Top of Mind não possua categorias específicas sobre agronegócio, ele revela algo importante: o consumidor catarinense tem marcas consolidadas em diversos segmentos diretamente ligados ao Agro, como "Supermercados", "Carnes e Frigoríficos", "Leite" e outras categorias próximas do agronegócio.

Essas marcas podem servir como referência para empresas que desejam estabelecer uma presença forte no mercado.



Marcas do
Agro
presentes no
Top of Mind
2024



Água mineral: Imperatriz



Cooperativa de alimentos: Cooper / Aurora



Cooperativa de crédito: Sicredi



Leite: Tirol



Supermercado: Fort Atacadista



Vinícola: Girola



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Quem planta em mídia, colhe visibilidade

Com base no levantamento do **ADEX Spot**, podemos identificar as principais marcas do **Agro** que já anunciam em **TV aberta**, revelando quais são os setores ou produtos do agro que mais investem em mídia.

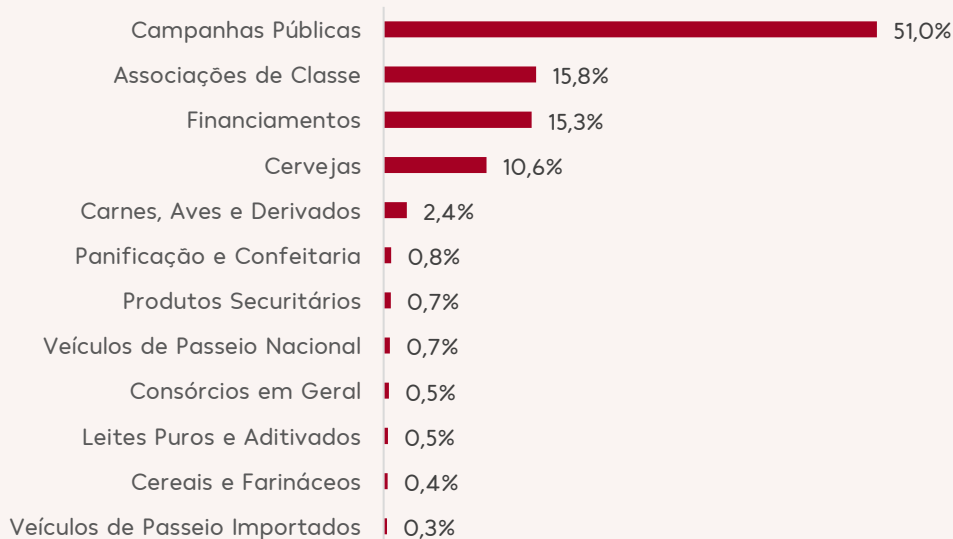
A partir desses dados, podemos mostrar:

- **Número total de marcas do agro** que anunciam em TV aberta em SC.
- **Principais categorias e itens** anunciados pelas marcas.
- **Ranking das marcas** com maior investimento no segmento agro.

Ao todo, 352 marcas ligadas ao Agro anunciaram em 2024. Colocando elas em categorias, e olhando para o volume de investimento ao longo de 2024.

Para melhor visualização, dividimos em categorias que investiram acima de R\$ 1 mi e abaixo de R\$ 1 mi:

Categorias com investimento acima de R\$ 1mi em 2024





da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Categorias com investimento abaixo de R\$ 1mi em 2024



Para visualizarmos todas as categorias, veja a tabela com o tempo que cada uma das categorias esteve no ar, ao longo de 2024:

CATEGORIA	DUR (seg.)
Campanhas Públicas	3.444.994
Associações de Classe	1.279.083
Financiamentos	996.760
Cervejas	560.565
Carnes, Aves e Derivados	136.870
Produtos Securitários	71.324
Panificação e Confeitaria	66.870
Consórcios em Geral	41.683
Veículos de Passeio Nacionais	40.560
Leites Puros e Adivitados	32.340
Massas Alimentícias e Refrigerados	26.800
Cereais e Farináceos	23.258

CATEGORIA	DUR (seg.)
Peças e Acessórios Veiculares	22.930
Veículos de Passeio Importados	15.530
logurtes	12.946
Água Mineral	9.195
Veículos de Carga Importados	4.050
Veículos de Carga Nacionais	3.750
Óleos, Azeites e Afins	3.210
Vinhos, Champanhe e Espumante	1.650
Queijos	1.115
Açúcares e Adoçantes	1.040
Cereais Matinais	845
Sucos	240

FONTE: Spot | ADEX | 2024 | Categorias: Açúcares e Adoçantes, Água Mineral, Associações de Classe, Campanhas Públicas, Carnes, Aves e Derivados, Cereais e Farináceos, Cereais Matinais, Cervejas, Consórcios em Geral, Financiamentos, logurtes, Leites Puros e Adivitados, Massas Alimentícias e Refrigeradas, Óleos, Azeites e Afins, Panificação e Confeitaria, Peças e Acessórios de Veículos, Produtos Securitários, Queijos, Sucos, Veículos de Carga Importados, Veículos de Carga Nacionais, Veículos de Passeio Importados, Veículos de Passeio Nacional, Vinhos, Champanhês e Espumantes.



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

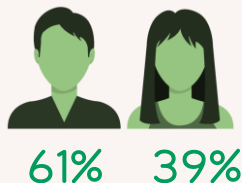
Conhecendo o público que consome Agro no SCC SBT

Um dos fatores cruciais na comunicação é conhecer bem o público-alvo. Para isso, temos dados valiosos dos dois projetos especiais do SCC SBT:

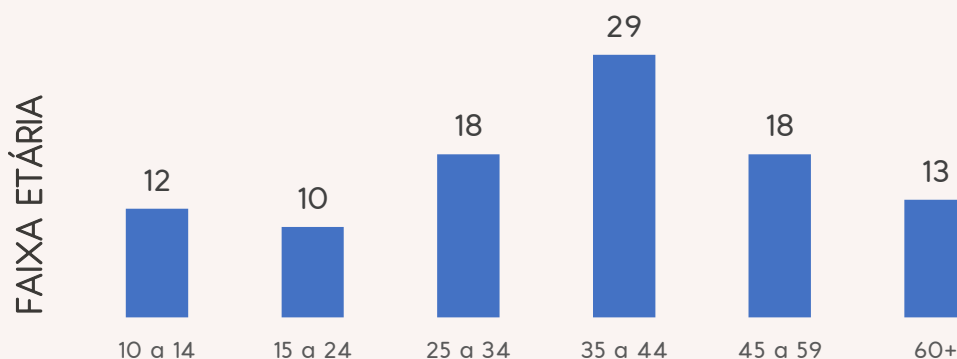


Domingos – 7h30
com Sandro Ivanowski

O programa SBT Agro já tem uma audiência consolidada e é vice-líder de audiência na Grande Florianópolis (Kantar IBOPE – Janeiro e Fevereiro 2025), com os seguintes dados de perfil de audiência:



+ de 328 Mil
Impactos mensais



Fonte: IRP TV Report – Pesquisa audiência Santa Catarina Estado. 24 de junho a 08 de julho de 2024. P.S.% 10+. ALC# estadual semanal. Participação individual (Sh%) com base nas 4 principais emissoras abertas representando 100% do total – número de impactos é referente ao número de 1 inserção por dia durante um mês.





da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

SCC AGRO

Do campo até você.

O SCC Agro é um projeto que será uma ponte estratégica entre campo e cidade, trazendo temas essenciais do agronegócio catarinense diretamente ao público geral.



Com uma abordagem que destaca a força produtiva, o diferencial sanitário e a importância econômica, o **SCC Agro** promove uma conexão essencial entre o cidadão urbano e o produtor rural.

Principais pilares do **SCC Agro**:

- **Força produtiva:** Investimentos e inovação tecnológica no setor.
- **Diferencial sanitário:** Excelência na qualidade e segurança alimentar.
- **Importância econômica:** Peso econômico do agro para Santa Catarina.

Esse quadro amplia as oportunidades das marcas se conectarem tanto com produtores quanto com consumidores finais, fortalecendo a reputação das empresas patrocinadoras.

Próximos passos na plantação

Neste capítulo, já temos um terreno fértil e dados suficientes para plantar números que demonstram claramente as oportunidades no setor agro, especialmente quando falamos em presença estratégica nas mídias regionais.

Ao longo dos próximos capítulos, continuaremos colhendo insights mais detalhados, destacando investimentos publicitários e as grandes oportunidades estratégicas que o **SCC SBT** oferece.



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.



colhendo resultados.

Nem toda colheita vem do campo – algumas vêm das telas. E no caso do agronegócio catarinense, entender quem está investindo em mídia televisiva é fundamental para mapear as marcas que estão semeando visibilidade e colhendo posicionamento.

Mas, antes de irmos direto aos números, é importante explicar como foi feita a seleção das categorias analisadas neste capítulo.

Assim como o agro é uma **cadeia produtiva extensa, diversificada e interdependente**, o mapeamento de marcas envolvidas nesse ecossistema precisa ir além da classificação direta Agropecuária .

Por isso, consideramos marcas não apenas do setor **Agropecuário**, mas também aquelas de **setores adjacentes e complementares**, que se relacionam com o agro por meio da produção, da logística, do financiamento, do consumo ou da transformação da matéria-prima em produto final.

Setores e categorias incluídas no estudo:



Agropecuária

- **Institucional Agropecuária e Linha Agropecuária:** campanhas de cooperativas, entidades e produtos diretamente voltados ao setor.
- **Criação de Animais, Rações e Produtos Pecuária, Medicamentos Pecuários:** voltados à pecuária leiteira, corte e avicultura.
- **Produtos para Agricultura, Horticultura e Tratores e Máquinas:** ligados diretamente à produção agrícola e infraestrutura rural.



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Alimentação

- **Carnes, Aves e Derivados, Laticínios (Leite, Queijos, Iogurtes):** representam o elo entre a produção pecuária e o consumo final.
- **Panificação e Confeitaria, Cereais, Óleos e Derivados, Enlatados e Conservas:** derivados da agroindústria, conectando campo e mesa.

Bebidas

- **Sucos, Vinhos, Espumantes e Cervejas:** muitas vezes produzidos com frutas, cevada, uvas ou outros insumos agrícolas catarinenses.
- **Água Mineral e Refrescos Naturais:** frequentemente associadas à pureza e à origem regional.

Veículos e Máquinas

- **Veículos de Carga, Utilitários e Acessórios:** fundamentais para o transporte da produção rural e a mobilidade no campo.

Mercado Financeiro e Seguros

- **Financiamentos, Produtos Securitários, Consórcios Rurais:** soluções financeiras essenciais para o produtor rural.

Serviços Públicos e Institucionais

- **Incluimos ainda campanhas institucionais públicas** quando sua mensagem se relaciona diretamente com o agro – como valorização da produção local, defesa sanitária, incentivo ao consumo de produtos regionais ou fomento à cadeia produtiva.



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Um recorte intencional e estratégico

Esse olhar mais abrangente é necessário porque muitas marcas que **impactam diretamente o setor agro** não aparecem no ADEX Spot sob o rótulo –Agropecuária–. Se limitássemos o estudo apenas a esse setor, estaríamos colhendo só parte da lavoura.

É por isso que, ao longo do capítulo, algumas marcas como **SICREDI, Aurora, Frimesa, Coca-Cola, Sadia**, entre outras, aparecem com destaque – todas elas têm forte conexão com o agro, seja na origem de seus produtos, na cadeia de distribuição ou no público que consomem.

Por outro lado, também surgem marcas que, embora estejam classificadas nas categorias analisadas, não possuem ligação direta com o setor (como **Ministério da Educação** ou **Justiça Eleitoral**). Essas marcas aparecem por conta da metodologia automatizada do ADEX Spot, mas não fazem parte do foco estratégico deste estudo.

A seguir, vamos apresentar os números com esse filtro interpretativo em mente, destacando **quem de fato está colhendo visibilidade no agro**, e onde ainda há **terreno fértil para plantar boas estratégias de mídia**.



Quem está colhendo visibilidade?

Entre as marcas privadas com forte presença no setor agro, o destaque vai para o cooperativismo financeiro. **SICREDI, SICOOB** e **CRESOL** lideram os investimentos, com campanhas constantes em diversas regiões do estado, reforçando sua presença junto aos produtores e suas comunidades.



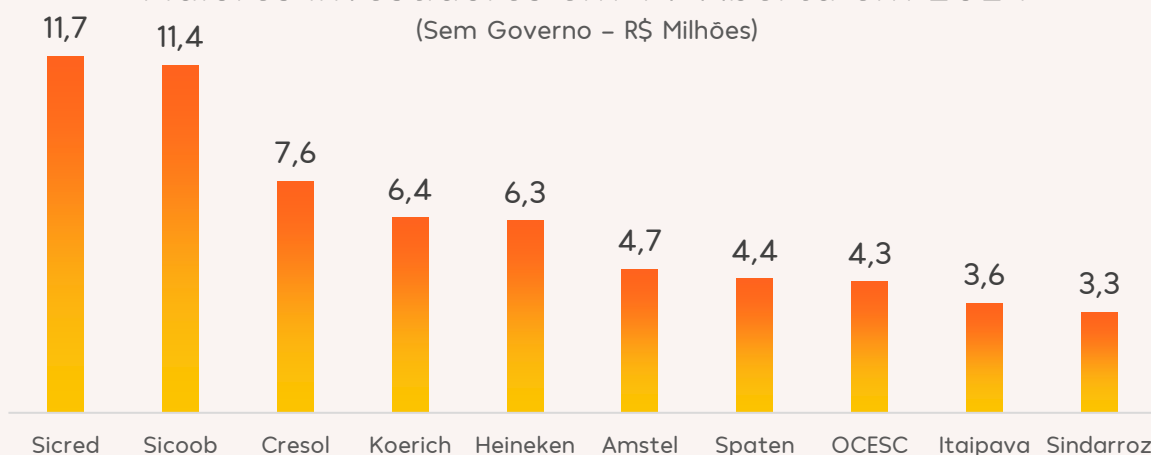
da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Outras marcas que aparecem com destaque:

- **Koerich**, com forte presença no interior do estado, pode estar apostando em visibilidade em regiões fortemente ligadas ao agro.
- **Heineken**, conectada à produção agrícola por meio de insumos como cevada e lúpulo, também mostra volume expressivo de investimento em mídia.

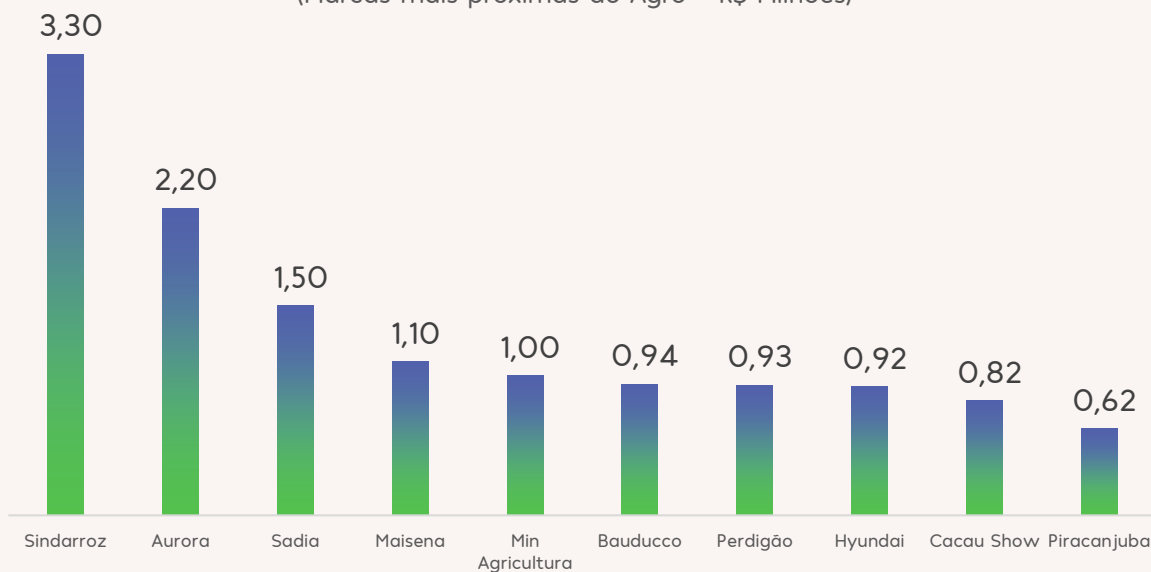
Maiores Investidores em TV Aberta em 2024

(Sem Governo – R\$ Milhões)



Maiores Investidores em TV Aberta em 2024

(Marcas mais próximas do Agro – R\$ Milhões)



Fonte: ADEX Spot | Janeiro a Dezembro de 2024 | Categorias ligadas ao Agro conforme descrito no estudo



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Categorias que mais investem

A análise por categoria reforça que o investimento em mídia não se limita à produção primária. Destacam-se:

- Instituições financeiras cooperativas (Financiamentos, Produtos Securitários)
- Produtos para agricultura e rações
- Carnes, laticínios e derivados
- Sucos, vinhos e cervejas artesanais
- Veículos de carga e utilitários

Essas categorias representam diferentes pontos da cadeia – da produção à transformação, do crédito à logística – e mostram que a comunicação precisa ser tão integrada quanto o próprio setor.



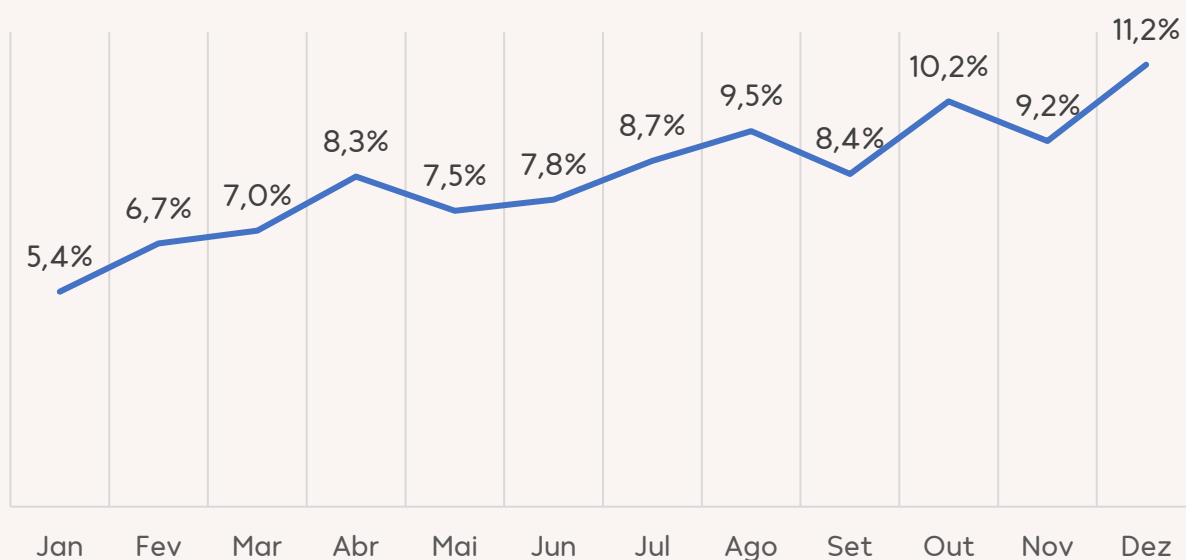


da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.

Quando se planta média?

Ao analisar a sazonalidade dos investimentos, identificamos picos importantes:

- **Março a Junho** concentram boa parte dos investimentos, alinhados a campanhas sazonais e feiras do setor.
- Um novo ciclo de investimento ocorre entre **Setembro e Novembro**, sugerindo **ações institucionais** e de **final de safra** ou **balanços anuais**.



Fonte: ADEX Spot | Janeiro a Dezembro de 2024 | Categorias ligadas ao Agro conforme descrito no estudo

Onde está o campo de visibilidade?

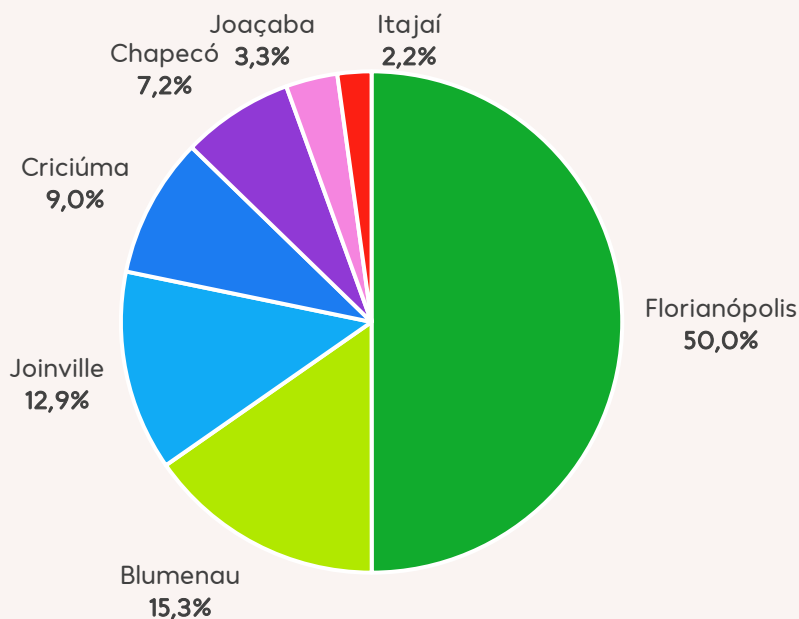
As praças com maior volume de investimento são:

- **Florianópolis** – com grande concentração de campanhas de abrangência estadual.
- **Chapecó, Joaçaba e Lages** – regiões que, embora recebam menos investimento, estão no coração do agro catarinense.

📌 Aqui está uma oportunidade clara: **as regiões mais produtivas em termos agropecuários ainda têm potencial de visibilidade subexplorado.**



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.



De onde vêm essas marcas?

Apesar de a maioria das marcas anunciantes do agro não serem locais, a diferença para os anunciantes nacionais é muito pequena (apenas 5%).

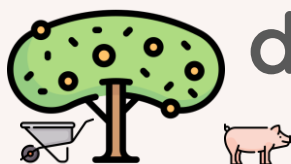
Isso reforça ainda mais o papel estratégico do SCC SBT como uma emissora que entende a realidade regional e fala a língua de quem vive do campo.

Com esses dados em mãos, fica claro que há um agro em movimento também nas telas. E que ainda há **espaço aberto para plantar boas estratégias de visibilidade.**

O próximo capítulo vai mostrar como transformar esse campo de oportunidades em **relações comerciais duradouras, posicionamento estratégico e presença constante na mente do consumidor.**



da terra à tela. colhendo insights e semeando oportunidades do mercado agro em SC.



da semente à colheita. vamos cultivar juntos?

Depois de preparar o solo, plantar com inteligência e acompanhar os sinais do mercado, chega o momento mais esperado: **colher os frutos.**

O estudo revelou que o agronegócio catarinense é um dos pilares da economia do estado, com marcas consolidadas, cadeias produtivas integradas e um público atento ao que vê nas telas. E mesmo com tudo isso, **há espaço aberto – e fértil – para crescer em visibilidade e comunicação estratégica.**

Com projetos como o **SCC Agro**, o programa **SBT Agro** e ações regionais como o **Estação Pinhão**, o **SCC SBT** tem as ferramentas, o alcance e o tom certo para conectar marcas, produtores e consumidores com um discurso que valoriza **tradição, inovação e identidade regional.**

Se a sua marca tem raízes no agro, ou quer fazer parte desse ecossistema que movimenta milhões e alimenta o Brasil, **chegou a hora de ocupar esse espaço.**



Vamos plantar essa ideia juntos?



O **SCC SBT** está pronto para ser o canal que leva a sua marca da terra à tela.