

## **PARTICIPAÇÃO DO PEQUENO PRODUTOR NO MERCADO DE LARANJA IN NATURA NO MUNICÍPIO DE BOTUCATU-SP.**

Fabiana Menezes de Almeida do Nascimento, José Matheus Yalenti Perosa, Taís Toledo de Oliveira, Ludmila U. Costa, Vivian Ferreira Franco, Veridiana Toledo Rego. - Inter-áreas – Agronomia - Departamento de Gestão Agroindustrial – Faculdade de Ciências Agrônômicas – Campus de Botucatu.

A exportação de suco concentrado da fruta constitui o principal destino da cadeia agroindustrial da laranja. A cadeia citrícola é responsável pela entrada de mais de US\$ 1 bilhão em divisas anualmente, sendo um dos principais produtos na pauta de exportações. Sua liderança na produção de suco de laranja concentrado congelado (SLCC) é notável, representando mais de 80% das exportações mundiais do referido mercado.

Nas exportações da citricultura brasileira, a laranja, como fruta fresca de mesa, tem pouca importância, não ultrapassando as 100 mil toneladas. O valor das exportações está ao redor dos US\$ 20 milhões (NEVES et al, 2001). Como a produção brasileira e, particularmente a paulista, voltou-se para a indústria de processamento de suco, não houve uma preocupação com a produção comercial de frutas in natura (de mesa) adequada às rígidas exigências do mercado externo.

De acordo com Ramos & Filho(2002), foi a partir da década de 60, que iniciou-se a comercialização no mercado interno de suco concentrado de laranja in natura e aumento da comercialização da fruta in natura, com alterações na estrutura de comercialização de laranja. O crescimento do mercado consumidor em relação à fruta e suco in natura, possibilitou um redirecionamento da oferta interna em função da demanda, sem alterar porém, a expressiva participação nas exportações brasileiras. Esse cenário do mercado interno possibilitou o ingresso de diferentes tipos de produtores e fornecedores de matéria-prima em diferentes canais de comercialização.

Estudos sobre o mercado interno apresentam inúmeros pontos críticos que estariam dificultando o crescimento e desenvolvimento deste segmento, tais como falta de padronização do produto, logística da distribuição, falta de coordenação no segmento da produção, ausência de marketing e de foco para o mercado interno (NEVES et al, 2001).

No caso da comercialização de frutas cítricas *in natura*, os produtores, necessariamente, devem possuir um “packing house” ou vender para algum, em função da necessidade de beneficiamento. A comercialização diretamente do produtor para o varejo, sem o beneficiamento, é restrita. O canal de comercialização das frutas cítricas envolve agentes que as comercializam na forma fresca até chegarem ao consumidor final (Boteon, 2000).

A estrutura tradicional compreende as frutas cítricas levadas aos “packing houses”, onde são lavadas, classificadas e embaladas para entrega aos atacadistas ou, muitas vezes, diretamente aos equipamentos varejistas (feiras livres, supermercados, sacolões, quitandas etc.) que as vendem para o consumidor final. Entretanto, há formas alternativas de comercialização, como, por exemplo, venda a granel das frutas da fazenda diretamente aos comerciantes de outros estados, como acontece no Rio Grande do Sul. O consumo da fruta *in natura* pode ser tanto fresco como na forma de suco caseiro (Boteon, 2000).

O estado de São Paulo é o maior produtor brasileiro de laranja, com cerca de 80% do total produzido, e participa com 72% da área total em hectares (AGRIANUAL, 2006). O estado pode ser dividido em duas regiões onde a cultura da laranja é importante: a região Norte, tradicional e mais importante, onde estão as principais indústrias de processamento, e a região sul, onde ocorre uma expansão da área com essa atividade, na qual está incluído o município de Botucatu/SP, onde foi realizado o presente trabalho.

O objetivo deste trabalho foi analisar a participação de pequenos produtores na comercialização de laranja in natura, em diferentes equipamentos de varejo no município de Botucatu/SP.

Para diagnosticar as relações existentes no processo de comercialização e a participação desses produtores no município, foi realizado levantamento de dados em diferentes equipamentos de varejo.

Os levantamentos foram realizados através da aplicação de um questionário específico, aplicado no segundo semestre de 2006.

Para discussão dos dados coletados utilizou-se como referencial a análise sistêmica.

Foram pesquisados 11 equipamentos (2 supermercados, 2 feira-livre, 3 quitandas/varejões, 2 padarias e 2 no mercado municipal).

FIGURA 1. Fluxograma da comercialização da laranja in natura no município de Botucatu.

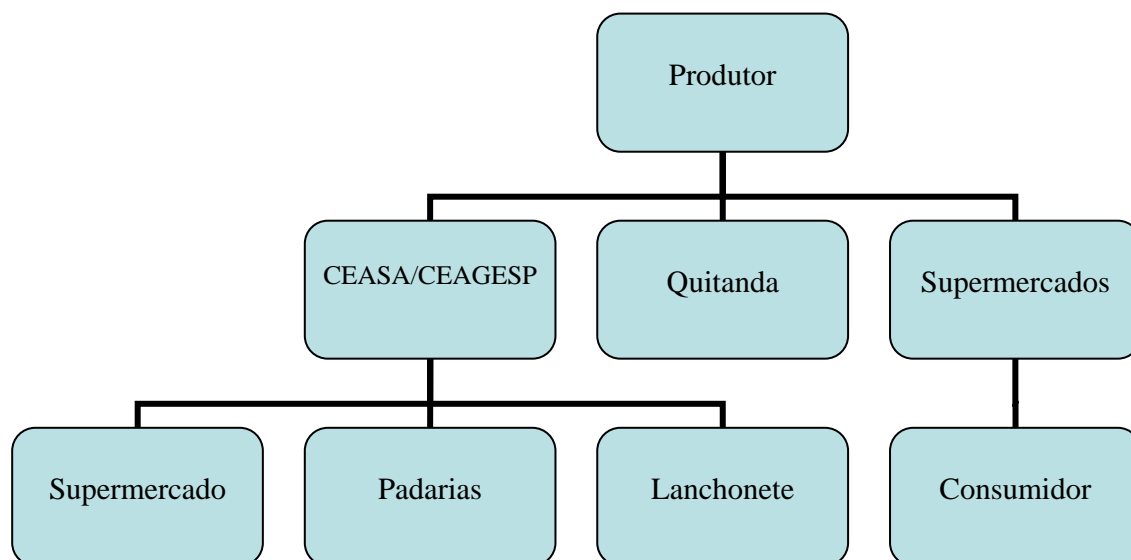


TABELA 1: Volume mensal de laranja in natura, variedade pêra, comercializada no município de Botucatu/SP, em Kg\*.

Equipamento	Distribuidor	Produtor Local	Sub-totais
Supermercado	440	-	440
Quitanda/Varejo	28000	88	28088
Feira Livre	-	4480	4480
Padaria	280	-	280
Total	28720	4568	33288

TABELA 2: Valores percentuais mensais de laranja in natura, variedade pêra, comercializada no município de Botucatu/SP.

Equipamento	Distribuidor	Produtor Local	Total Geral
Supermercado	1,3	-	1,32
Quitanda	84,1	0,3	84,38
Feira Livre	-	13,5	13,46
Padaria	0,8	-	0,84
Total	86,2	13,8	100

Os levantamentos permitiram identificar que 86,2% (28720 Kg/mês) do abastecimento mensal da fruta é realizada por distribuidores e 13,8% (4568 Kg/mês) por produtores locais.

De um modo geral, os produtores locais comercializam sua produção diretamente nas feiras livres; um pequeno percentual é comercializado em quitandas.

A partir das entrevistas, observa-se que os pequenos produtores têm dificuldade em comercializar laranja in natura na maioria dos equipamentos de varejo pesquisados, decorrente da falta

de volume, instabilidade de entrega, riscos de comercialização, incerteza e falta de confiança de pagamento dos compradores e, por último, pela ausência de organização.

Consequência do exposto, resta aos pequenos produtores o escoamento da laranja ao Ceagesp via intermediários, com menor risco mas pouco retorno financeiro.

Formas associativistas poderiam viabilizar aos pequenos produtores volumes adequados, qualidade e preços competitivos, propiciando condições efetivas de concorrer e se fortalecerem em mercados regionais.

### **Referências Bibliográficas**

RAMOS, Simone Yuri; CAIXETA FILHO, José Vicente. Distribuição espacial de packing-houses de laranja no Estado de São Paulo: uma aplicação da teoria da localização. **Rev. Econ. Sociol. Rural.**, Brasília, v. 40, n. 3, 2002. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-20032002000300005&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032002000300005&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 09 Out 2006.

AGRIANUAL. Disponível em: <http://www.agrafnp.com.br/prodserv/anuarios/agrianualB.php#laranja>. Acesso em: 09 outubro. 2006.

NEVES, E. M.; DAYOUB, M.; DRAGONE D. S.; NEVES, M. F. Citricultura Brasileira: Efeitos Econômicos e Financeiros, 1996 – 2001. **Rev. Brás. Frutic.** Vol.23 no.2 Jaboticabal Aug. 2001.

Boteon, M. **Cadeia Agroindustrial de Citros**, Mimeo, pg 1-14, 2000. Disponível em: [http://www.cepea.esalq.usp.br/indicador/citros/cadeia\\_citros.pdf](http://www.cepea.esalq.usp.br/indicador/citros/cadeia_citros.pdf). Acesso em 09 de outubro de 2006.

**José Matheus Valenti Perosa**

**dede@fca.unesp.br**

**Cpf: 838.975.858-04**

**Fone: 14 3811-7191**

**Fabiana Menezes de Almeida do Nascimento**

**fmanascimento@fca.unesp.br**

**Cpf: 338.292.158-86**

**Fone: 14 3881-3251**

**Cel: 11 9363-7055**

**Endereço: Rua Laurindo Isidoro Jaqueta, 323**

**Jd. Paraíso**