

TOMATES: PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO NO MUNICÍPIO DE CHAPECÓ, SC¹

*Evelise Nunes do Espírito Santo²
Fernanda Micheli Berta D'Agostini³*

RESUMO

O objetivo deste artigo é verificar as possibilidades de aumento da produção de tomates no Município de Chapecó, SC, onde representa de 10% a 13% do custo da cesta básica. A metodologia utilizada foi o cálculo das margens de comercialização e a descrição da cadeia produtiva. Foram obtidos dados junto aos diversos segmentos da cadeia produtiva. Verificou-se que existem tecnologias, mas demandam investimentos. Conclui-se que a produção de tomates é lucrativa para os produtores e, principalmente, para os varejistas.

Palavras-chave: desenvolvimento regional, produção de tomates, cadeia produtiva, margens de comercialização.

TOMATOES: PRODUCTION AND TRADE IN CHAPECÓ, SANTA CATARINA

ABSTRACT

The objective of this paper is to verify the possibilities to increase tomatoes production in Chapecó, SC, where the product represents from 10 to 13 percent of the basic food basket cost. The methodology used was the estimation of the distribution margin and productive chain sequence. The data were obtained from several segments of the productive chain. It was verified that new technologies are available, but the investments must be improved. The tomatoes production appears as lucrative, mainly to retailers.

Key-words: regional development, tomatoes production, productive chain, trade margins.

¹ Aceito para publicação em dezembro de 2002.

² Professora, Dra., Curso de Ciências Econômicas, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas, Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc, Campus Chapecó, Rua Senador Atilio Fontana, 591E, CEP 89809-000, Chapecó, SC. E-mail: evelise@unoesc.rct-sc.br

³ Bolsista do Curso de Ciências Econômicas Unoesc, Chapecó, SC.

INTRODUÇÃO

O tomate destina-se tanto ao consumo de mesa, in natura, quanto à produção industrial, sendo uma hortaliça consumida o ano inteiro. A produção de tomates no Brasil é maior nas Regiões Centro-Sul e em algumas regiões do Nordeste e Sul do Brasil, sendo cultivados os rasteiros, para uso industrial, e os envarados para consumo in natura.

O Planalto Central destaca-se como a região mais favorável ao cultivo do tomate, por possuir um clima propício durante a maior parte do ano, com temperaturas amenas no verão (Filgueira, 1982). Outro fator que contribui para que a produção de tomates no Planalto Central obtenha alta produtividade é a receptividade dos produtores às inovações tecnológicas, tais como o sistema de irrigação, no qual apenas a raiz da planta recebe água, evitando, assim, a proliferação de fungos que são os maiores causadores de doenças no tomate.

Os Estados de Goiás e São Paulo, segundo o Instituto Cepa (2001), plantam juntos 38,6% da área e produzem 41,7% do tomate nacional. O Estado de Santa Catarina está entre os seis principais produtores do país, em produção e produtividade, sendo que a tomaticultura desenvolveu-se notavelmente a partir da década de 80, com um crescimento de 195% da produção. No Estado é cultivado apenas o tomate envarado, sendo as cultivares mais produzidas a Santa Cruz e a Longa Vida, para o consumo in natura, cujo consumo é o dobro da média nacional que é de 5,4 quilos por ano. A região do Alto Vale do Rio do Peixe, mais precisamente o Município de Caçador, é a maior região produtora de tomates do Estado (Epagri, 1997).

No Município de Chapecó, Oeste de Santa Catarina, principal região produtora de grãos, aves e suínos em pequenas propriedades, que buscam a sustentabilidade através da diversificação da produção, o número de produtores de tomates não chega a vinte em uma área de 6 ha, com uma produção em torno de 180 t (Epagri, 1997, 2000), mas o seu consumo é elevado no município, como o descrito para o Estado, podendo o seu plantio se constituir em uma alternativa de renda. Nessa região, a produção de tomates é maior durante o verão, quando a ocorrência de temperaturas muito elevadas pode muitas vezes comprometer a qualidade do produto.

Segundo dados de levantamentos⁴ mensais da cesta básica do município, realizados pela Universidade do Oeste de Santa Catarina, Chapecó (Unoesc, 2001), nos últimos anos o tomate tem tido uma participação de 10% a 13% no custo da cesta básica do Município de Chapecó, sendo considerado um produto importante, ficando em terceiro lugar, sendo antecedido apenas pela carne bovina e o pão. Apesar de o preço do produto ser considerado elevado, não ocorre redução no seu consumo, pois a população não o substitui por não encontrar produtos similares ou substitutos.

Além disso, devido à oferta do Município de Chapecó não ser suficiente para suprir a demanda, devido ao clima, que só é favorável nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro, não permitindo que seja produzido o ano todo, é necessário os atacadistas trazerem o produto de outras regiões. Outra questão refere-se ao fato de os consumidores tenderem a pensar que os preços são altos devido exclusivamente ao lucro dos intermediários (atacadistas e varejistas). Perante o exposto, justifica-se o presente trabalho no qual são estudados a cadeia produtiva e as margens de comercialização do tomate no Município de Chapecó, SC, para ser verificada a possibilidade de aumento da sua produção, como uma alternativa de renda, evitando-se o êxodo.

METODOLOGIA

Cadeia produtiva

Para analisar a cadeia produtiva ou de comercialização do tomate foram utilizados os conceitos contidos em Batalha (1997). Uma cadeia produtiva completa envolve desde a aquisição dos insumos no mercado até o ponto de chegada ao consumidor final. Dependendo do produto analisado, uma cadeia produtiva pode constituir-se de vários tipos de canais de comercialização. Segundo o autor, um canal de distribuição ou de comercialização é constituído por um conjunto de agentes econômicos, cuja função é difundir os produtos de uma

⁴ Levantamentos baseados na composição dos principais alimentos definidos pelo Decreto-Lei nº 399, de 30 de abril de 1938. Os alimentos que compõem a cesta básica do Município de Chapecó, SC, são: carne moída de segunda, leite tipo C, feijão preto, arroz, farinha de trigo, batata inglesa, tomate, pão francês, café moído, banana, açúcar, banha e manteiga.

empresa produtiva junto aos consumidores. A escolha do meio de comercialização depende das características da negociação. A comercialização não é apenas o transporte físico das mercadorias, mas deve considerar as particularidades do mercado, sendo o sistema de comercialização o mecanismo que coordena as atividades de produção, distribuição e consumo.

O que caracteriza um canal é o número de agentes econômicos que o integra e a repartição de funções entre os agentes. Distinguem-se os canais diretos, onde o produtor distribui o produto direto ao consumidor e os indiretos, que comportam certo número de agentes intermediários. Os canais indiretos podem ser curtos ou longos. O canal indireto curto é composto de um produtor e de um conjunto de varejistas até o produto chegar ao consumidor final. Já o canal indireto longo envolve pelo menos um atacadista entre produtores, varejistas e consumidores.

A escolha entre um canal indireto curto ou longo traz à tona a utilidade econômica do atacadista, já que é ele quem reduz a superfície de contato entre os produtores e os varejistas. O atacadista também efetua o armazenamento e a divisão dos lotes em unidades menores, compatíveis com as necessidades de seus clientes. Os intermediários (atacadistas e varejistas) proporcionam efeitos positivos à cadeia agroalimentar quando possibilitam a redução dos custos comerciais, regularizam o fluxo da demanda de produtos e ganhos de produtividade, trazem efeitos negativos quando não agregam valor aos produtos e praticam margens de comercialização muito altas.

Margens de comercialização

A margem de comercialização, segundo Marques & Aguiar (1993), é obtida mediante diferença entre o preço de mercado do produto nos diferentes níveis da cadeia de comercialização, já que entre o agricultor e o consumidor final existem agentes intermediários que colocam o produto onde, quando e na forma que o consumidor desejar. Os níveis da cadeia de comercialização são definidos como os níveis de produtor, atacado e varejo.

Calcula-se a margem de comercialização a partir dos preços nos vários níveis, então utiliza-se a seguinte fórmula:

$$M = C + L, \text{ onde:}$$

$$M = \text{margem de comercialização}$$

C = custo

L = lucro ou prejuízo

A interpretação dessa margem baseia-se na formação dos preços no mercado, onde para o preço ser formado deverá incluir o quanto custou para ser produzido pelo produtor, inclusive as perdas ocorridas na comercialização, mais o lucro de quem está comercializando. É o caso, por exemplo, da margem do atacadista, que na sua margem soma o preço que pagou ao produtor, mais os custos de transporte, armazenamento, perdas e o seu lucro. O preço empírico estabelecido no mercado baseia-se nesses fatores.

Portanto, a margem é a diferença entre o preço pago pelo intermediário (atacadistas e varejistas) e o preço pelo qual ele vende a mesma quantidade de produto (Barros, 1987). A quantidade de produto pode diferir entre dois níveis de mercado, em decorrência das perdas de comercialização, que podem ser causadas por amassamento e apodrecimento, conforme a perecibilidade do produto.

De acordo com os níveis de mercado, as margens podem ser: total, do varejista e do atacadista, podendo ser expressa de forma absoluta ou relativa (percentual) como descrito a seguir:

A margem total (MT) mede as despesas do consumidor devido a todo o processo de comercialização. É a diferença entre o preço de varejo (Pv) de um produto qualquer e o pagamento recebido pelo produtor (Pp). Assim, temos a margem total absoluta:

$$MT = P_v - P_p$$

A margem total relativa é expressa como proporção do preço no varejo, ou seja:

$$MT' = (P_v - P_p) / P_v \cdot 100$$

A margem pode referir-se a níveis específicos de mercado. Assim, a margem absoluta do varejista (Mv) será a diferença:

$$M_v = P_v - P_a$$

Onde Pa é o preço no atacado, da quantidade equivalente à unidade vendida no varejo. A margem relativa no varejo será:

$$M_v' = (P_v - P_a) / P_v \cdot 100$$

Existem ainda as margens absoluta e relativa do atacadista, que são, respectivamente:

$$Ma = Pa - Pp$$

$$Ma' = (Pa - Pp) / Pa . 100$$

A margem de comercialização agrícola é composta de vários componentes, já que a demanda de produtos agrícolas engloba também os serviços de transporte, armazenagem, processamento, classificação, embalagem, promoção e outros que são adicionados ao produto primário. A firma comercializa, através de produtos, os recursos como mão-de-obra, capital e administração.

Ao expressar as margens de comercialização como porcentagem do preço pago pelo consumidor, percebe-se uma grande variação entre níveis ou segmentos do mercado. Produtos com maiores taxas de perecibilidade que implicam em maiores perdas, como o tomate, apresentam margens totais maiores, como 61%, enquanto produtos com baixas taxas de quebras, como o trigo, apresentam 28% de margem total. (Brandt, 1980).

Dados

Os dados de preços nos níveis de produtor e atacado foram obtidos de arquivos de dados disponíveis dos anos de 1995, 1996, 1997, 1998, 1999 e 2000 do Instituto de Planejamento e Economia Agrícola de Santa Catarina – ICEPA – e os dados de preços no varejo (consumidor) junto ao Banco de Dados da Unoesc, Chapecó. Os dados da cadeia produtiva foram obtidos junto a produtores, atacadistas e varejistas de tomate no Município de Chapecó.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A cadeia produtiva do tomate

A cadeia produtiva do tomate (Fig. 1) inicia com a aquisição dos insumos pelos produtores em casas agropecuárias do Município de Chapecó. A comercialização é feita através do canal direto (produtor-consumidor), caracterizado por feiras-livres; canal indireto curto (produtor-varejista-consumidor) e canal indireto longo (produtor-atacadista-varejista-consumidor).

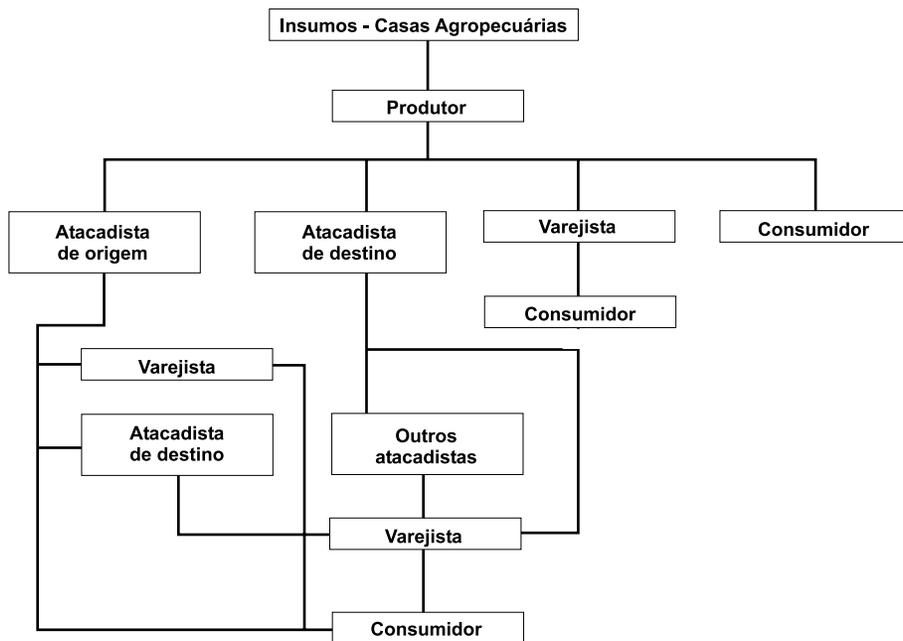


Fig. 1. Organograma da cadeia produtiva do tomate em Chapecó, SC.

Fonte: Dados da Pesquisa.

É importante salientar que para atender a demanda do município por tomates, é necessário trazer o produto de outros Estados, principalmente de São Paulo. No Município de Chapecó não existem agroindústrias de tomate, por isso a produção se caracteriza apenas pelo tomate de mesa.

Produtor

De acordo com a pesquisa realizada, existem dois tipos de sistemas de produção de tomates no Município de Chapecó: em estufas e em campo aberto. A área cultivada por produtor varia de 0,5 a 2,0 ha, que ficam em torno de 20 no município.

As espécies mais cultivadas são: Carmem, Santa Clara, Atlas e Fortaleza, todas espécies longa vida, escolhidas devido à sua alta durabilidade, resistência e

alta produtividade. Após a colheita, ainda na propriedade, os tomates são limpos e classificados conforme seu tamanho e aspecto e são acomodados em caixas de plástico de 22 quilos para a comercialização.

Os produtores de tomate não são vinculados a nenhuma associação de produtores ou cooperativas, pois as mesmas são inexistentes no município, o que os prejudica de certa forma, pois as associações podem conseguir melhores preços tanto para a venda do produto, como para adquirir insumos.

Há interesse dos produtores em investir em tecnologias mais avançadas e aumentar a produção, mas faltam recursos e também alguns incentivos, como por exemplo, assistência técnica gratuita de agrônomos, já que os produtores têm que pagar para ter essa assistência.

Produtor/Consumidor

Neste canal de comercialização o produtor vende direto ao consumidor, geralmente em feiras livres. Como não existem intermediários nesse caso, o valor da produção vendida é apenas do produtor. Porém, existe o risco de o mesmo não vender todo o produto, o que pode ocasionar perdas muito grandes, principalmente porque as feiras são realizadas ao ar livre e o tomate é muito sensível à ação da temperatura.

Produtor/Atacadista

Nesse tipo de comércio, o produtor tem mercado garantido para sua produção, já que a oferta de tomate do município não é suficiente para abastecer o mercado local.

Os atacadistas, para suprir a demanda, adquirem o produto de outros locais. Os fornecedores que abastecem a cidade de Chapecó são dos Municípios de Caçador e Santo Amaro da Imperatriz do Estado de Santa Catarina, sendo ainda necessário adquirir tomates de outros estados como Minas Gerais, Goiás e, principalmente, São Paulo.

Os atacadistas de Chapecó distribuem para supermercados, mercearias, feirantes e sacolões de hortifrutigranjeiros do município e de municípios vizinhos. As perdas nessa fase são em torno de 10%, entre transporte e armazenamento; como não há um equipamento específico para conservar os tomates, em

dias de temperatura muito alta, o produto fica armazenado em câmaras frigoríficas.

Durante o processo de comercialização, os atacadistas são os que mais têm despesas: com transporte (eles transportam o produto até os seus clientes varejistas); com mão-de-obra, pois precisam de cerca de 40 pessoas distribuídas em turnos; e com armazenagem, pois o produto fica nos depósitos de dois a três dias. Além disso, seus clientes varejistas que são os supermercados, mercearias e sacolões nem sempre são fiéis compradores. Mas, apesar disso, os atacadistas consideram este um bom mercado com boas perspectivas de crescimento.

Produtor/Varejista

Nesse comércio, o produtor entrega uma parte da produção direto ao varejo, sem passar pelo atacadista. Ele recebe um preço melhor, porém o varejista raramente compra grandes quantidades e o produtor corre o risco de perder tudo o que restou da produção.

Os varejistas no município de Chapecó se constituem nos supermercados e as mercearias, onde frutas e verduras são mais um item de venda, e os chamados sacolões de hortifrutigranjeiros. Estes últimos também podem vender por atacado para alguns bares e restaurantes.

Os varejistas sofrem perdas de 5% a 8%, mas suas despesas são menores que as dos atacadistas. O produto não fica com os varejistas por mais do que dois dias e estes não precisam arcar com os custos de transporte, pois o produtor leva o produto.

O que vem interferindo no comércio dos sacolões são os grandes supermercados, que, como estratégia de marketing, realizam promoções de frutas e verduras para atrair os consumidores para os seus estabelecimentos.

Atacadista de Origem – São Paulo

O atacadista de origem está instalado junto à zona de produção. Esse atacadista pode vender para o atacadista de destino, aos varejistas ou ao consumidor.

Nessa comercialização, o produtor do Estado de São Paulo vende para grandes atacadistas, que revendem para outros atacadistas. No caso dos ataca-

distas de Chapecó, SC, estes compram tomates do Estado de São Paulo na Central de Abastecimento do Paraná – Ceasa-PR – em Curitiba.

O atacadista age dessa forma para completar a quantidade necessária para abastecer o mercado, podendo assim comprar pequenas quantidades de vários produtores.

Atacadista Destino – São Paulo

Nesse tipo de canal ocorre uma transação onde os tomates vão direto ao seu destino que é o atacadista-varejista-consumidor, ou direto para o consumidor.

Nessa situação o atacadista de Chapecó prefere negociar direto com os produtores de outro estado, no caso São Paulo, deslocando-se até eles para buscar a mercadoria e assim consegue um preço melhor. O transporte é feito em caixas de plástico levadas pelo atacadista e a embalagem é feita no meio da plantação. Por ser o tomate muito perecível, os frutos são colhidos sem estarem totalmente maduros. Assim, evita-se que as perdas sejam maiores.

Segundo Caixeta Filho (1996), para se colocar mais alimento ao alcance das pessoas é necessário aumentar a produção, mas esses alimentos devem ter uma garantia de distribuição até o consumidor final. O deslocamento dos alimentos deve ser monitorado de forma que um nível mínimo de perdas seja observado.

Viabilidade de Implantação de Novas Tecnologias

Os produtores de tomate do município afirmaram que os mesmos têm muito interesse em investir em tecnologias para melhorar a produção e a qualidade do produto, mas todos alegam não possuir recursos para adquirir a nova tecnologia.

O sistema de irrigação utilizado por alguns é o de aspersão. Porém, para o tomate o sistema recomendado é o de gotejamento, que atinge somente a raiz da planta, evitando assim que a água depositada nos frutos e nas folhas aumente a proliferação de fungos, principalmente em estufas.

Apesar do clima da região não ser favorável ao cultivo de tomates, se os produtores tivessem condições de adquirir a tecnologia recomendada, seria fa-

vorável a eles, pois com maior qualidade e produtividade a cultura do tomateiro seria muito rentável.

CUSTOS E PREÇOS DO TOMATE

Custos

O custo total de produção de um hectare de tomate no município de Chapecó é relativamente alto. A produção de um hectare em campo aberto custa cerca de R\$ 8.693,00; com média de R\$ 0,70 o pé de tomate. Para produzir em estufas, o custo aproximado é de R\$ 11.000,00, em torno de R\$ 0,90 o pé.

Como no município a produção maior é em campo aberto, na Tabela 1 podem ser vistos os insumos básicos para produzir um hectare de tomates, as quantidades e os preços. Dos insumos para produzir tomate existe a bandeja de isopor com 128 células, que substitui os copinhos de papel, e as caixas, na produção de mudas, o que agilizou o trabalho.

Tabela 1. Insumos, quantidades e preços para a produção de um hectare de tomate, nos três meses de produção, Chapecó, SC.

Insumos	Quantidade	Preço unitário (R\$)	Custo total
Sementes	0,15 kg	140,00	700,00
Calcário	12 kg	24,00	288,00
Fertilizantes	2.835 kg	0,45	1.275,00
Agrotóxicos	100 kg	13,72	1.372,00
Arame	100 kg	2,00	200,00
Filtros	20 kg	9,00	180,00
Bandejas de isopor	120 unidades	3,50	420,00
Espalhante	4 litros	3,00	12,00
Mourões	500 unidades	5,70	2.850,00
Sombrite	200 m ²	2,00	400,00
Substrato	12 sacos	8,00	96,00
Mão-de-obra	3 pessoas	300,00	900,00
Custo total			8.693

Fonte: Epagri (2001).

Um hectare em campo aberto produz aproximadamente 12 mil pés de tomates, cada pé pode produzir cerca de 8 kg. Cada produtor do município produz em média um hectare de tomate, o que pode resultar num total de 96 mil quilos de tomates por produtor se a produção for otimizada, (mínimo 30 kg/ha e média 63 kg/ha). Tendo em vista que a produção é consumida toda no município e na região, o produtor obtém, em média, uma receita total de R\$ 35.520,00. Depois de descontados o custo de produção no valor de R\$ 8.693,00, as perdas de 20%, que somam R\$ 7.104,00 e o custo do transporte, equivalente a R\$ 300,00, o lucro dos produtores é de aproximadamente R\$ 19.423,00, por hectare.

É importante também salientar que a mão-de-obra é basicamente familiar, sendo o seu custo considerado como custo de oportunidade e, que o lucro refere-se aos meses em que é cultivado o tomate no município, totalizando um lucro que pode variar de R\$ 6.474,33 a R\$ 4.855,75 por mês, dependendo da espécie cultivada, cujo ciclo pode variar de 90 a 120 dias.

Preços

A Tabela 2 e a Fig. 2. mostram o comportamento dos preços médios anuais em Chapecó, para as espécies longa vida. Observa-se que os maiores preços são praticados pelos varejistas.

Tabela 2. Preços médios anuais do tomate longa vida, caixa de 22 kg.

Ano	Produtor	Atacado	Varejo
1995	7,77	12,73	18,74
1996	8,47	10,40	19,21
1997	10,21	13,04	20,90
1998	9,13	12,70	19,56
1999	11,52	14,61	19,91
2000	11,42	13,67	21,51

Fonte: Dados da pesquisa. Dados disponíveis até o mês de setembro de 2000.

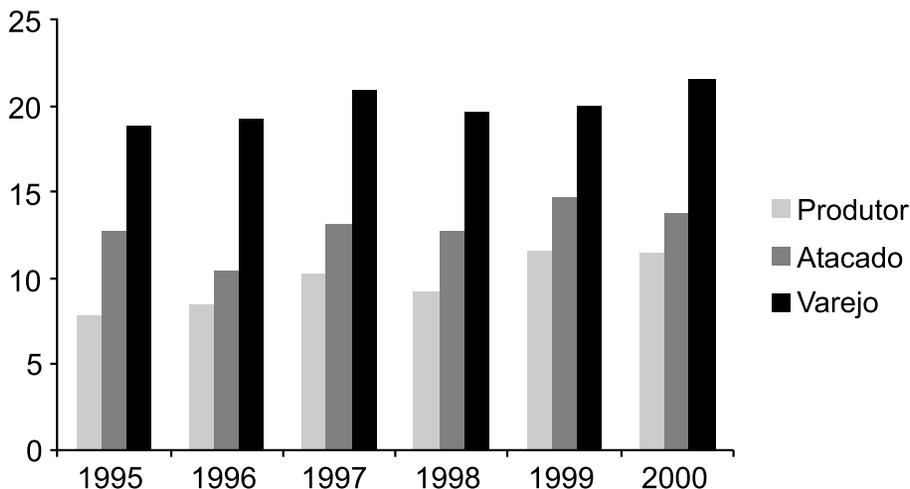


Fig. 2. Preços médios anuais do tomate longa vida ao nível de produtor, atacado e varejo, Chapecó, SC.

O ano no qual os preços pagos ao produtor e no atacado estiveram mais altos foi o de 1999, quando o preço pago ao produtor foi de R\$ 11,52 a caixa de 22 kg, e o preço no atacado foi de R\$ 14,61. Já para o consumidor (varejo) o ano de 2000 é que apresentou o maior valor, R\$ 21,51 a caixa de 22 kg.

Na Tabela 3 são mostrados os preços médios mensais recebidos pelos produtores, atacadistas e varejistas. Como pode ser verificado, o preço do tomate nos últimos cinco anos não apresentou uma grande variação anual, entre os níveis de mercado (produtor, atacado e varejo).

A Fig. 3. representa o comportamento dos preços recebidos pelos produtores. Observa-se que os meses nos quais os produtores obtiveram os melhores preços foram nos meses de agosto e setembro.

No atacado, os preços apresentaram comportamento semelhante aos preços recebidos pelos produtores, o mesmo ocorreu no nível de varejo. (Fig. 4 e 5). No ano de 1997, os preços foram mais elevados, nos três níveis de mercado, no mês de março, o mesmo ocorrendo no mês de junho no ano de 1998.

Tabela 3. Preços médios mensais do tomate em nível de produtor, atacado e varejo em Chapecó, SC, jan./1995 -set./2000 (R\$ cx.22Kg).

	Produtor						Atacado						Varejo					
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Janeiro	5	8	5,3	8,8	4	8	6,8	11	8	12	6,2	9,4	8,58	21,78	12,54	17,55	9,72	18,37
Fevereiro	5,3	8,7	9,8	9,3	4,9	10	8	11,5	11	13,5	7	12	10,56	22,4	18	19,45	10,07	25
Março	7,6	6,7	20	11,5	5	15	11	8,2	23,5	15	7	17	15,18	16,5	41,3	28,43	9,68	38,8
Abril	12	6,5	11	8	5	10,2	25,8	8	15	13	7,3	14,5	29,5	16,15	22,93	22,7	10,34	23,45
Mai	6,3	8,4	6,8	8	10,8	7,6	14,4	10,8	10	13,5	12,5	9,8	16,72	19	15,84	24,73	28,51	14,15
Junho	6	8,35	5	20	8,2	7	7	10,8	7	22	11	8	12,32	18,35	13,15	30,18	19	10,67
Julho	6,18	10,8	5,5	10	18	17	10	14	7	15	20	20	22,6	26,53	13,28	18,08	26,53	22,5
Agosto	19	10,75	10	7,2	20	8	20	12	13	11	22	10,3	22,51	26,63	21,5	15,05	29,78	13,9
Setembro	6,1	11,4	9,7	6,6	20	20	12,3	12	11	9	22,3	22	21,32	22,4	18,26	12,76	31,9	26,73
Outubro	6,8	9,85	10,53	7,9	17	—	13,5	11	14	10,3	20	—	21,78	17,16	23,27	16,67	25,16	—
Novembro	6,37	7,61	12,95	7	17	—	12	10	17	9,5	20	—	21,9	15,88	27,76	16,15	23,72	—
Dezembro	6,55	4,6	16	5,3	8,3	—	12	5,5	20	8,6	20	—	21,85	7,74	23	12,98	14,56	—
	7,77	8,47	10,21	9,13	11,52	11,42	12,73	10,4	13,04	12,7	14,61	13,67	18,74	19,21	20,9	19,56	19,91	21,51

Fonte: Dados da Pesquisa.

Tomates: produção e comercialização no município de Chapecó, SC

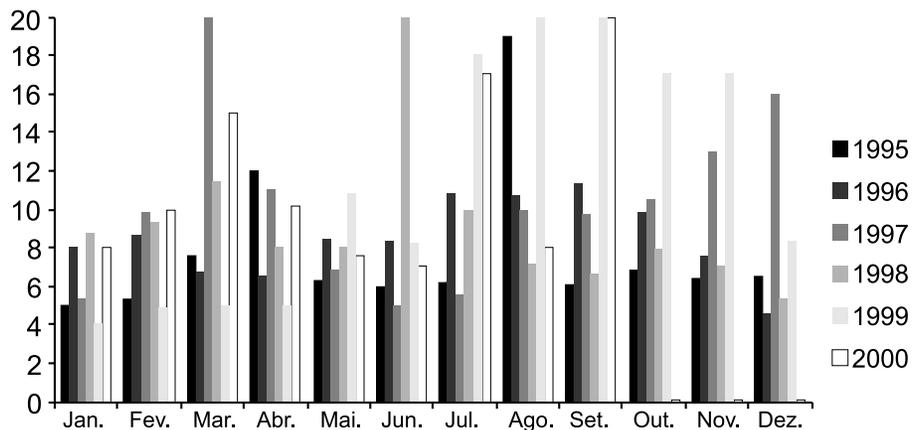


Fig. 3. Preços médios mensais recebidos pelos produtores de tomate, Chapecó, SC, jan./1995 – set./2000.

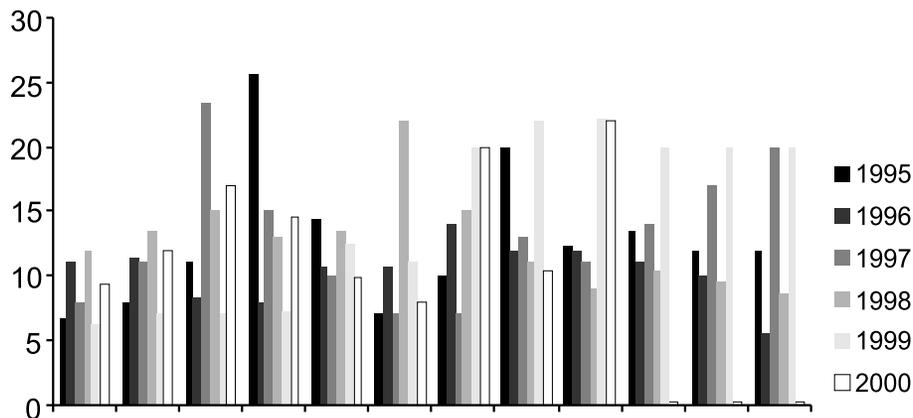


Fig. 4. Preços médios mensais recebidos pelos atacadistas de tomate, Chapecó, SC, jan./1995 – set./2000.

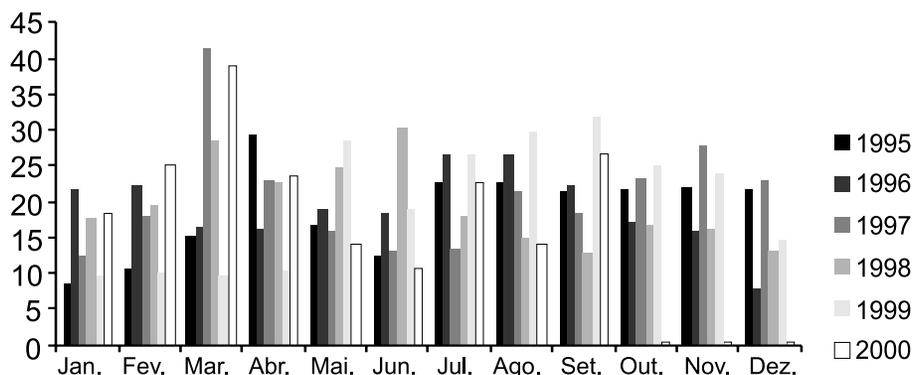


Fig. 5. Preços médios mensais recebidos pelos varejistas de tomate, Chapecó, SC, jan./1995 – set./2000.

A causa da alta dos preços do tomate em determinados meses, por exemplo em março de 2000, são os fatores climáticos, que afetam a oferta. De acordo com Souza (2000), no Estado de Santa Catarina registraram-se baixas temperaturas e formação de geadas fora de época, o que prejudicou a tomaticultura litorânea e afetou a oferta.

Margens de comercialização do tomate

A produção e a comercialização de hortaliças é um bom segmento de mercado para o Município de Chapecó, pois além de oferecer mais empregos, impede que algumas famílias deixem o meio rural e migrem para as cidades. Desde que sai do produtor, o tomate, na maior parte dos casos, passa por intermediários e sofre perdas, o que faz com que a quantidade diminua entre um nível e outro. As margens apresentadas a seguir foram calculadas de acordo com as fórmulas constantes do item metodologia e com os dados constantes da última linha da Tabela 3.

A despesa do consumidor ou margem total absoluta, apresentada na Tabela 4 e Fig. 6., mostra que no ano em que o consumidor gastou mais com a compra do tomate foi 1995, quando o preço médio anual da caixa de 22 kg custou no varejo R\$10,97, e que no período de análise as margens absolutas estiveram estáveis, na faixa de R\$ 10,00 a R\$ 11,00, com exceção do ano de 1999, que foi de R\$ 8,39.

Tabela 4. Margem absoluta e relativa, média anual, 1995 a 2000.

Margens	Absoluto						Relativo (%)					
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Atacado	4,96	1,93	2,83	3,57	3,09	2,25	38,96	18,56	21,7	28,11	21,15	16,46
Varejo	6,01	8,81	7,86	6,86	5,3	7,84	32,07	45,86	37,61	35,07	26,62	36,45
Total	10,97	10,74	10,69	10,43	8,39	10,09	58,54	55,91	51,15	55,32	42,14	46,91

Fonte: Dados da pesquisa.

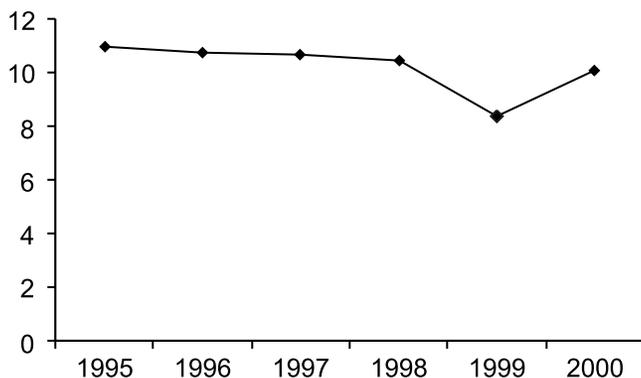


Fig. 6. Margem total absoluta.

A margem total relativa indica que no ano de 1995, no qual o consumidor teve a maior despesa, esta foi de 58,54%. (Fig. 7.) e a menor em 1999, 42,14%.

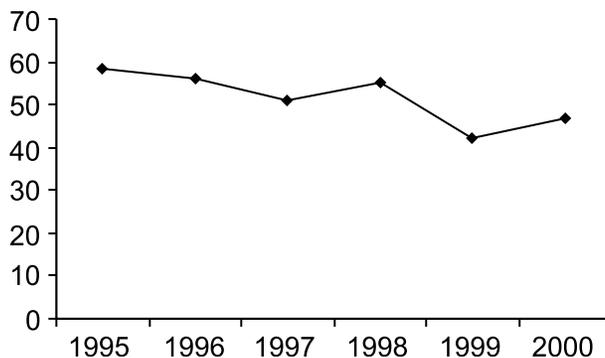


Fig. 7. Margem total relativa.

A Fig. 8. traz um comparativo entre as margens absolutas do atacado e varejo, e indica que o atacadista obteve maior margem em 1995, no valor de R\$ 4,96 a caixa de 22 kg. Já o varejista obteve uma margem maior com o valor de R\$ 8,81 no ano de 1996.

As margens relativas do atacado e varejo estão mostradas na Fig. 9, onde o varejista obteve maior margem no ano de 1996, 45,86%, e no atacado a maior margem foi em 1995, 38,96%.

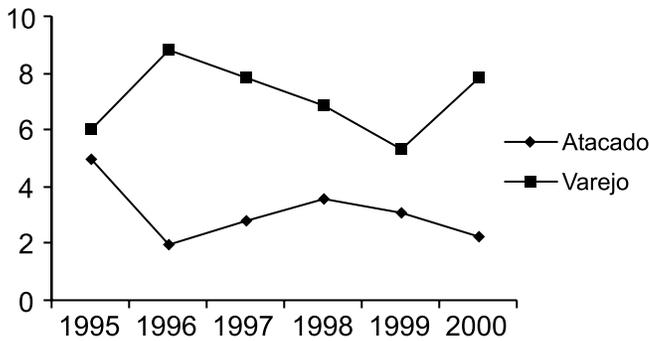


Fig. 8. Margem absoluta (atacado e varejo).

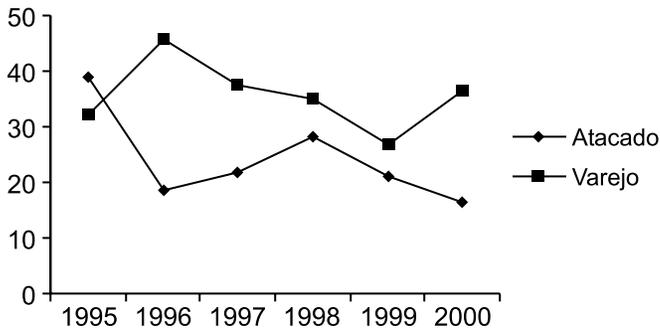


Fig. 9. Margem relativa (atacado e varejo).

CONCLUSÕES

O Município de Chapecó é um grande mercado consumidor de tomates, o que pode ser observado pelo percentual que o produto representa no custo da cesta básica, apesar dos preços pagos pelo consumidor serem considerados altos.

Uma das causas dos preços serem altos é o fato de o produto não apresentar substitutos, e que a produção no Município de Chapecó, por questões climáticas, ocorre somente nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro, e em pequena quantidade, por serem poucos os produtores de tomate no município, e por não existirem incentivos como a assistência técnica gratuita.

Há interesse dos produtores em intensificar a produção de tomates implantando novas tecnologias, porém são consideradas muito caras, não dispondo os produtores de recursos para investimentos nessa cultura. Como não é uma cultura típica da região, faltam também alternativas de crédito para os produtores, bem como associações que muito poderiam beneficiar os produtores de tomate.

Quanto à cadeia produtiva do tomate, essa divide-se em dois pontos de partida: o primeiro saindo do Estado de São Paulo e o segundo dos poucos produtores do município de Chapecó. Durante todo o processo da cadeia produtiva, desde a colheita até o consumidor final, ocorrem muitas perdas dos frutos, que quase sempre acarretam prejuízos aos atacadistas e varejistas. Estes repassam as perdas para os preços, sendo que as maiores margens de comercialização ficam com os varejistas, que são o último elo da cadeia produtiva, antes do consumidor, e que sofrem as maiores perdas.

O cultivo do tomate é um bom negócio para os produtores, apesar do custo de produção ser um pouco alto. Mas, como a quantidade produzida é pequena, o risco também é pequeno, sendo que a produção tem mercado garantido. O cultivo do tomate no Município de Chapecó é lucrativo e viável para todos os níveis de mercado, sendo que o principal fator que impede a implantação de novas tecnologias para aumentar a produção de tomates e suprir o autoabastecimento como uma alternativa de renda, sem necessidade de trazer o produto de outras regiões, é o custo das mesmas.

REFERÊNCIAS

- BARROS, G. S. C. **Economia da comercialização agrícola**. Piracicaba: Fealq, 1987. 306 p.
- BATALHA, M. O. (Org.). **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997.
- BRANDT, S. A. **Comercialização agrícola**. Piracicaba: Livroceres, 1980. 195 p.
- CAIXETA FILHO, J. V. Transportes de produtos agrícolas: sobre a questão das perdas. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 34, n. 3/4, jul./dez. 1996.
- EPAGRI (Florianópolis, SC). **Normas técnicas para o tomateiro na Região do Alto Vale do Rio do Peixe**. Florianópolis, 1997.
- EPAGRI (Florianópolis, SC). **Normas técnicas para o tomateiro na Região do Alto Vale do Rio do Peixe**. Florianópolis, 2000.
- EPAGRI (Florianópolis, SC). **Normas técnicas para o tomateiro na Região do Alto Vale do Rio do Peixe**. Florianópolis, 2001.
- FILGUEIRA, F. A. R. **Manual de oleicultura**. São Paulo: Ceres, 1982.
- ICEPA (Florianópolis, SC). **Dados de preços de tomate**: produtor e atacado, 1995, 1996, 1997, 1999, 2000. Florianópolis, 2001.
- MARQUES, P. V.; AGUIAR, D. R. D. **Comercialização de produtos agrícolas**. São Paulo: USP, 1993.
- SÍNTESE ANUAL DA AGRICULTURA DE SANTA CATARINA. Florianópolis: ICEPA, 1997.
- SÍNTESE ANUAL DA AGRICULTURA DE SANTA CATARINA. Florianópolis: ICEPA, 2001.
- SOUZA, A. T. **Tomateiro catarinense é destaque nacional**. Disponível em: <<http://www.icepa.com.br>>. Acesso em: 2000.
- UNOESC. **Banco de dados, preços no varejo 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000**. Florianópolis, 2001