

CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO E MERCADO DO CAJU IN NATURA NA REGIONAL DE JALES, ESTADO DE SÃO PAULO¹

Maria Aparecida Anselmo Tarsitano²
Daniela Cintra de Araújo³
Thiago Vieira da Costa⁴
Silvia Maria Almeida Lima Costa⁵
Antonio Lázaro Sant'Ana⁶

1 - INTRODUÇÃO

O cajueiro (*Anacardium occidentale* L.), pertencente à família Anacardiaceae, ocupa lugar de destaque entre as plantas frutíferas tropicais. É uma cultura de grande importância econômica, estimulada pela produção do item industrializado e pelo consumo interno. É cultivado em diversos países, destacando-se pela produção o Vietnã, a Nigéria, a Índia e o Brasil (FAO, 2008).

Os produtos de importância econômica do fruto são a amêndoa de castanha-de-caju e o pedúnculo ou falso fruto do qual se extrai o suco concentrado. Os valores agregados na comercialização de um e outro guardam dimensões muito distintas, explicadas principalmente pela complexidade e tamanho dos mercados consumidores, além dos processos envolvidos no beneficiamento de cada um.

Em termos de abrangência territorial dos mercados consumidores, enquanto para a amêndoa da castanha-de-caju o mercado relevante é o internacional, para o qual o Brasil já é considerado exportador sistemático, para a comercialização do pedúnculo os mercados relevantes têm abrangência nacional. O suco concentrado constitui principal produto resultante do processamento industrial do pedúnculo, o que contribui para gerar

empregos nas áreas urbana e rural (PETINARI, 2002).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2009), a safra brasileira de castanha-de-caju foi de 239.702 t em 2008 e estimada em 280.786 t em 2009, essa decorrente de uma área plantada de 782.493 ha, um aumento de 3,8% em relação ao ano anterior.

Os Estados do Ceará, Piauí e Rio Grande do Norte são os maiores produtores, representando aproximadamente 94% da produção total e 92% da área total colhida, com 732.819 ha (OLIVEIRA, 2009).

A região oeste do Estado de São Paulo vem se destacando na produção de frutas. Segundo o Programa Setorial Integrado de Promoção de Exportações de Sucos Tropicais, elaborado pela Associação das Indústrias Processadoras de Frutas Tropicais, esta região é apontada como um dos principais polos de frutas tropicais no Brasil (RUGGIERO, 2001).

Nela, a cultura do caju-anão foi introduzida em 1994 pela empresa Asada - Empreendimentos Agroindustriais, localizada no município de Mirandópolis, Estado de São Paulo, com o objetivo que abrange desde a produção da muda até a instalação de uma indústria para processamento da castanha e do pedúnculo.

No Escritório de Desenvolvimento Rural (EDR) de Jales, Estado de São Paulo, a cultura do caju é mais recente. Teve início em 2000-01 nos municípios de Urânia e Santa Salete. Foram os produtores familiares de caju que, em 2002, propuseram, juntamente com produtores do município de Aspásia, a formação da "Associação dos Produtores de Caju" para a realização de compras conjuntas de embalagens, com o objetivo de diminuir seus custos (SILVA, 2006).

O objetivo deste trabalho foi estimar os custos de comercialização presentes nos canais de distribuição da fruta *in natura*, bem como analisar o comportamento de mercado da mesma.

¹Agradecimentos aos produtores Edson C. Zibiani e Nilson Matsumori e aos técnicos da assistência técnica. Auxílio pesquisa FAPESP. Registrado no CCTC, IE-66/2009.

²Engenheira Agrônoma, Professora da UNESP Campus de Ilha Solteira (e-mail: maat@agr.feis.unesp.br).

³Engenheira Agrônoma, Professora da ETEC-Ilha Solteira (e-mail: dacaraujo@yahoo.com.br).

⁴Engenheiro Agrônomo, UNESP Campus de Ilha Solteira (e-mail: thi_grilo@yahoo.com.br).

⁵Engenheira Agrônoma, Professora da UNESP Campus de Ilha Solteira (e-mail: smalcost@agr.feis.unesp.br).

⁶Engenheiro Agrônomo, Professor da UNESP Campus de Ilha Solteira.

2 - MATERIAL E MÉTODOS

Os dados foram levantados nos anos de 2006 e 2007 na Regional ou EDR de Jales, pertencente à região oeste do Estado de São Paulo, situada entre as 40 Unidades Administrativas da Coordenadoria de Assistência Técnica Integral da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo (CATI/SAA).

Para definição da amostra de produtos que seriam pesquisados utilizou-se o conceito de amostra não probabilística ou intencional. A amostra intencional é formada de acordo com características estabelecidas pelos pesquisadores, consideradas representativas do universo estudado, de acordo com Richardson et al. (1999).

A análise dos custos de comercialização presentes nos canais de comercialização será discutida em sentido restrito, ou seja, envolverá os custos e transações entre produtores agrícolas e mercado atacadista.

Foram entrevistados quatro produtores vinculados à Associação dos Produtores de Caju e dois técnicos do serviço oficial de assistência técnica do Estado de São Paulo. Os produtores selecionados para entrevista foram avaliados como tradicionais no cultivo do cajueiro por explorarem o sistema produtivo da frutífera há pelo menos três anos, pela inserção e ativa atuação em entidades de representação de classe (associação ou sindicato de produtores), e por serem possuidores de um padrão mínimo de organização gerencial, representado pela escrituração de custos, receitas e registro das formas praticadas na comercialização de suas safras.

Para a análise do comportamento do mercado da fruta foram levantados dados referentes às quantidades comercializadas, preços médios do caju (pedúnculos) *in natura*, procedência e participação relativa das regiões de origem da fruta comercializada no maior mercado normativo do Brasil e da América Latina, o Entrepasto Terminal da Companhia de Entrepasto e Armazéns Gerais de São Paulo (ETSP/CEAGESP), durante o período de 2000 a julho de 2008.

Considerou-se que o processo de comercialização do caju é representado pelo modelo clássico de distribuição de produtos hortifrutigranjeiros, no qual a posse da produção agrícola ofertada em nível de propriedades rurais é transferida para os agentes de comercialização que a conduz para uma central de abastecimento, tam-

bém referida como mercado terminal atacadista. Nessa, reúnem-se as informações sobre o comportamento da oferta proveniente das diferentes regiões produtoras, do que decorrem os ajustes dos preços a serem praticados no atacado e nos diferentes segmentos de varejo a jusante. Neste contexto, os custos de comercialização foram estimados tomando-se por referência a distribuição até o ETSP/CEAGESP, não abrangendo os segmentos pós-atacado da cadeia de comercialização, dada a grande capilaridade associada a rede varejista para alcançar o consumidor final.

3 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na dinâmica que envolve a formação dos preços nos mercados atacadistas como resultado do fluxo de informações sobre as condições de escassez ou abundância da oferta proveniente do conjunto das regiões produtoras, produtores e agentes de comercialização (intermediários e atacadistas) tentam influenciar nos níveis de preços, na busca de resguardar seus interesses. Na comercialização do caju e outras frutas entre o atacadista do ETSP/CEAGESP e o seu fornecedor, as formas de negociação mais comuns são a consignação ou o preço combinado (também referido como preço feito). Em Gutierrez (2010) há uma discussão sobre tais formas de negociação. No primeiro caso, o atacadista (ou intermediário que o represente) comumente especializado na realização dos fluxos de comercialização de frutas conduz os produtos até os terminais atacadistas (CEASAs ou ETSP/CEAGESP), representando o produtor na realização do negócio, e recebe comissão para tanto.

No caso de negociação a preço combinado, define-se o preço a ser recebido pelo produtor antes da transferência de posse do produto entre produtor e atacadista (ou intermediário que o represente). O preço é definido e “posto na propriedade” com custos de carga, recarga e frete pagos pelo comprador. Neste caso, o atacadista permissionário do ETSP toma para si os riscos de eventuais reduções nos preços possíveis de acontecerem no terminal atacadista, após o equilíbrio das informações quanto à dimensão das safras das regiões produtoras e do comportamento da demanda pelos segmentos compradores a jusante deste nível de mercado (distribuidores e varejistas). Para Almeida (2003), essa forma de ne-

gociação é mais comum nas relações comerciais entre compradores e produtores que constroem boa reputação no mercado atacadista, por negociarem frutas de boa qualidade.

No EDR de Jales, a forma de comercialização predominante é a venda em consignação, mas a partir de 2007 os produtores têm procurado novas alternativas dentre os canais de distribuição possíveis para a fruta *in natura*, destacando-se também o envio para a CEASA de Campinas.

O caju *in natura* é comercializado em caixas de papelão com capacidade para 1,8 kg, com quatro bandejas de PVC, nas quais são colocados de 3 a 4 frutos, totalizando 12 a 16 frutos por caixa (Figura 1). Cada bandeja é revestida com filme plástico, possibilitando maior conservação da fruta.



Figura 1 - Foto de Embalagens Atuais Utilizadas para Comercialização de Caju *In Natura*.
Fonte: Dados da pesquisa.

As embalagens, com informações nutricionais (Figura 2) e a disposição das frutas, respeitando-se uma seleção na qual se utiliza critério visual para manter uniformidade de tamanho e coloração, são entendidas pelos produtores como forma de diferenciar seus produtos ao longo do fluxo de comercialização. Entretanto, considerando o custo de aquisição de embalagens como item do custo operacional de produção do caju, estas representam elevada participação na composição do mesmo, chegando a representar 30% (ARAÚJO, 2008). Os preços praticados em 2007 para embalagens (caixetas, bandejas e filme plástico) custavam R\$1,50/unidade para embalagem de 1,8 kg de frutos.

Além da comercialização da fruta embalada *in natura*, em média, um quinto da produção destina-se a venda direta na porteira para re-

presentantes de indústrias de suco, para mulheres da região na confecção de doces caseiros⁷, isto é, processamento artesanal do caju descartado da venda *in natura*, ou ainda a venda direta a feirantes e supermercados da região. A fruta a granel é comercializada pelos produtores, principalmente na época de maior produção, a preços que variam de R\$0,50/kg a até R\$1,00/kg.

Informação Nutricional		
	Porção de 100g	%VD(*)
Valor Calórico	45,0 kcal	2 %
Carboidratos	11,0 g	3 %
Proteínas	menor que 1,0 g	1 %
Gorduras Totais	0,0 g	0 %
Gorduras Saturadas	0,0 g	0 %
Colesterol	0,0 mg	0 %
Fibra Alimentar	2,0 g	0 %
Cálcio	0,0 mg	0 %
Ferro	1,0 mg	7 %
Sódio	0,0 mg	0 %

*%VD = Valores Diários de Referência com base em uma dieta de 2500 calorias.

Rico em Vitamina C
Contém 219 mg - 365% da necessidade diária de adulto. 10.11.2007

Figura 2 - Foto de Informações Nutricionais Sobre o Caju, Presentes nas Novas Caixas de Papelão.
Fonte: Dados da pesquisa.

O transporte é feito por empresas da região de Jales e o valor do frete varia em função da distância do local de produção até o de comercialização (de Jales a São Paulo, a distância é de 585 km). Geralmente estas transportadoras levam vários outros produtos além do caju até o ETSP/CEAGESP. Com isto, o preço da caixa a ser transportada é sempre o mesmo, independente da quantidade.

Os custos de comercialização do caju podem ser divididos de acordo com as funções de comercialização. Na tabela 1 são apresentados os custos envolvendo a comercialização da caixa de caju de 1,8 kg de frutos através da venda em consignação, praticados pelos produtores do EDR de Jales em junho de 2006 e 2007.

Deve-se ressaltar que o produtor é responsável por todas as despesas de produção, colheita, seleção e também pelas embalagens das frutas, motivo pelo qual as mesmas não foram consideradas nos custos com a comercialização.

O custo do frete incide sobre a caixa a ser transportada (em 2006 foi de aproximada-

⁷Na região de Jales, dois grupos de doceiras trabalham na confecção de compotas, balas, polpa, castanha-de-caju, entre outros.

mente R\$0,70/caixa). Na operação de descarregamento, cobrou-se um valor de R\$0,11/caixa e a comissão do atacadista foi de R\$1,66/caixa, correspondendo a 1,16% e 17,45%⁸, respectivamente, sobre o preço médio da caixa de caju no atacado. As despesas com a Contribuição Especial a Seguridade Social Rural (CESSR) (2,3% do faturamento bruto) estão embutidas no valor da comissão.

TABELA 1 - Preços e Custos de Comercialização da Caixa de Caju de 1,8 kg no EDR de Jales, Através da Venda em Consignação, Junho de 2006 e Junho de 2007

Origem	EDR de Jales	
Destino	CEAGESP (São Paulo)	
Embalagem	Caixa de 1,8 kg	
	R\$/caixa (2006)	R\$/caixa (2007)
Preço médio no atacado	9,51	7,00
Custo da comercialização		
(-) Transporte	0,70	0,70
(-) Descarregamento	0,11	0,13
(-) Comissão atacadista (17,45%)	1,66	1,22
Custo total	2,47	2,05
Preço pago ao produtor	7,04	4,95

Fonte: Dados da pesquisa.

Em 2006, do preço médio no atacado, cerca de 26% refere-se às despesas com a comercialização da fruta na CEAGESP. Este valor foi menor que o observado por Petinari e Tarsitano (2002) para a região de Mirandópolis, EDR de Andradina, que atingiu 30%.

Os custos de comercialização da caixa de caju de 1,8 kg por consignação foram de R\$2,47/caixa em junho de 2006, sendo que, desse valor, 67,21% referem-se às despesas com comissão, 28,34% com frete e 4,45% com descarregamento.

Se comparados com os dados obtidos por Petinari e Tarsitano (2002) na região noroeste paulista no ano de 2001, verifica-se que houve

⁸17,5% de comissão é padrão no mercado adotado por quase todos atacadistas para a maioria das frutas.

um aumento no percentual das despesas com comissão e seguridade social (variam em função do faturamento bruto), que correspondiam a 58% dos custos, e uma redução no percentual das despesas com frete e descarga, que eram de 36% e 6%, respectivamente.

Em 2007, o preço médio de venda da caixa (1,8 kg) foi menor, custando cerca de R\$7,00, muito embora os produtores tenham obtido R\$8,00/caixa em março e abril. Neste ano, o valor do frete não se alterou, mas a participação relativa deste item de custo no preço médio da caixa aumentou para 10%, e para o descarregamento cobrou-se uma taxa maior de R\$0,13/caixa. A comissão do atacadista e da seguridade social foi de R\$1,22 sobre o preço médio da caixa de caju no atacado.

Os custos de comercialização da caixa de caju de 1,8 kg pela venda por consignação pelos produtores do EDR de Jales no ano de 2007 foram de R\$2,05/caixa, sendo que, desse valor, 59,51% refere-se às despesas com comissão, 34,14% com frete e 1,85% com descarregamento. Do preço médio no atacado, quase 29% corresponde às despesas com a comercialização da fruta na CEAGESP, valores maiores que os obtidos em 2006 (26%).

3.1 - Comportamento de Mercado dos Frutos *In Natura*

Na maioria dos casos, os fruticultores produzem predominantemente para o mercado *in natura*, no qual em geral conseguem um retorno maior, vendendo apenas os excedentes a um preço menor para a indústria (FERRAZ; SILVA; VILELA, 2002).

Enquanto no nordeste é comercializada a castanha-de-caju, na região oeste do Estado de São Paulo predomina a comercialização da fruta *in natura*, com produtores que se organizaram em uma associação e estão comercializando conjuntamente a fruta *in natura* e/ou processada artesanalmente no EDR de Jales.

Para a análise do comportamento do mercado do cajueiro, foram levantados dados referentes às quantidades e preços do caju (pedúnculos) *in natura* comercializado na CEAGESP de São Paulo, durante o período de 2000 a julho de 2008.

Na figura 3 encontra-se a evolução da quan-

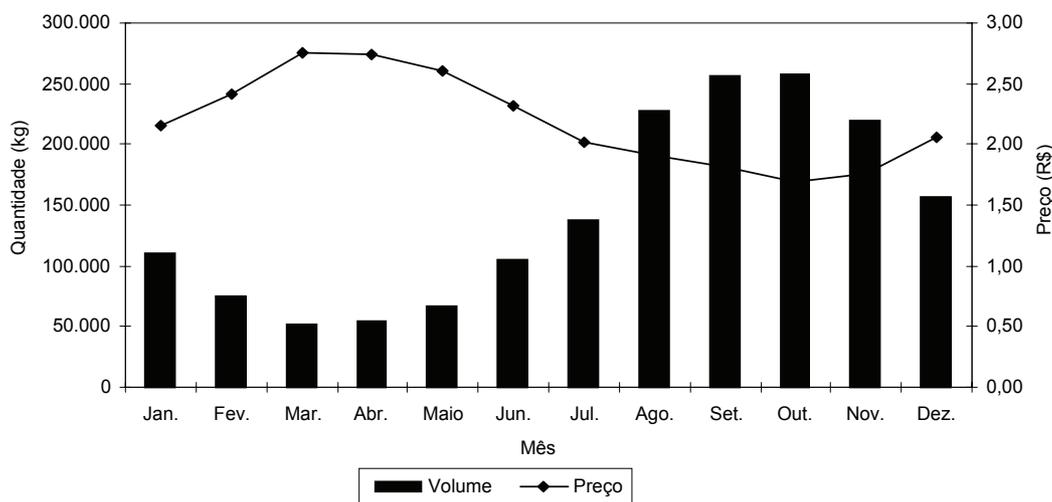


Figura 3 - Evolução da Quantidade Ofertada e do Preço Real Médio Mensal do Caju Comercializado na CEAGESP de São Paulo, 2000 a 2008.

Fonte: Dados básicos da CEAGESP.

tidade ofertada e do preço real⁹ do caju comercializado na CEAGESP de São Paulo (média mensal) no período de janeiro de 2000 a dezembro de 2008.

A quantidade comercializada de caju é maior entre agosto e dezembro e menor no período de fevereiro a maio. Em consequência, os preços se comportam de forma inversa, atingindo níveis mais altos entre fevereiro e maio, preço maior em março (R\$3,87/kg) e mais baixos entre agosto e novembro; em outubro atingiu o menor valor (R\$2,46/kg), ou seja, 36% menor quando comparado com o maior preço obtido.

Na figura 4 encontra-se a variação da oferta de caju nos anos de 2005, 2006, 2007 e primeiro semestre de 2008. Verifica-se que a comercialização do caju na CEAGESP no início do ano é pequena, se comparada com os outros meses. Isto ocorre em virtude do período de entressafra nas principais regiões produtoras da fruta, com destaque para o nordeste.

A partir do mês de agosto observa-se um aumento da quantidade comercializada, devido também ao período de safra nos três anos apresentados. Ele é mais evidente no ano de 2007, quando atingiu 2.647.822 kg comercializados durante todo o ano. Foram comercializados 2.096.607 kg em 2005, 1.584.126 kg em 2006 e

647.274 kg no primeiro semestre de 2008. Após o período de safra, ou seja, no final do ano, a quantidade comercializada na CEAGESP tende a diminuir. Em 2007 ocorreu um aumento grande da quantidade ofertada da fruta em relação ao ano anterior. Este incremento na produção se deu em função das condições climáticas mais favoráveis neste ano com inverno mais ameno, baixas precipitações pluviométricas, além da substituição de plantas de cajueiro comum pelo caju-anão.

Com o aumento da oferta da fruta no ano de 2007, observa-se que os preços correntes médios deste ano foram bem menores quando comparados com os dos anos anteriores, com destaque para os meses de junho a agosto, no período de entressafra (Figura 5). Estes resultados foram sentidos pelos produtores do EDR de Jales que comercializam grande parte da produção com atacadistas (intermediários) na CEAGESP. Se em 2006 conseguiram até R\$8,00/caixa na entressafra da fruta, em 2007 estes preços estão abaixo de R\$5,00/caixa.

Através desse comportamento é possível orientar os produtores a produzirem o fruto com qualidade, de forma a ser colhido na época em que os preços são maiores, visando aumentar a lucratividade do seu negócio. Isto pode ser obtido, por exemplo, com o uso da poda, prática que direciona a concentração da safra em época favorável à comercialização da produção. Nesta região, estudos com poda vêm mostrando bons resultados, facilitando as pulverizações para contro-

⁹Atualizados para dezembro de 2008, conforme o Índice Geral de Preços (IGP-DI) da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

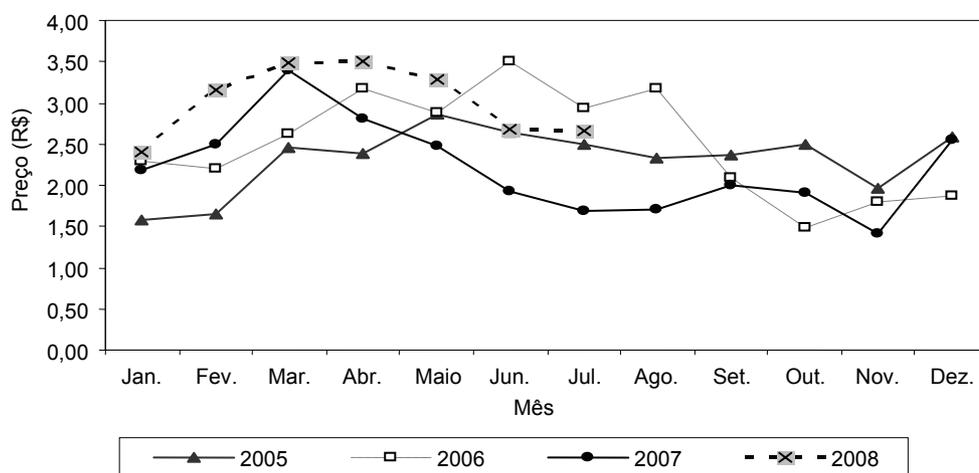


Figura 4 - Variação da Oferta de Caju na CEAGESP de São Paulo, 2005 a Primeiro Semestre de 2008.

Fonte: Dados básicos da CEAGESP.

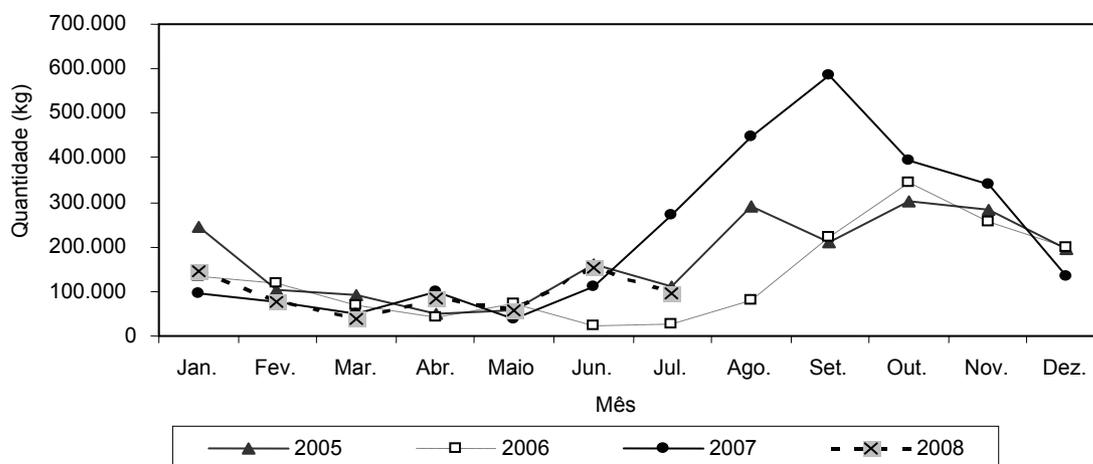


Figura 5 - Variação do Preço do Caju Comercializado na CEAGESP de São Paulo, 2005 a Primeiro Semestre de 2008.

Fonte: Dados básicos da CEAGESP.

le de pragas e doenças, proporcionando maior produtividade da mão-de-obra na colheita e frutos de melhor qualidade. No entanto, estudos na área de poda com a cultura do cajueiro são bastante recentes e ainda é necessário muita pesquisa em relação a esta técnica e ao manejo correto da cultura.

3.2 - Procedência da Produção

As regiões produtoras, quantidades e a participação percentual encontram-se discriminadas na tabela 2.

Dentre os municípios mais representativos na comercialização de caju no ETSP/CEA-

GESP, verifica-se que as cidades de Petrolina (PE) com 16,46%, Beberibe (CE) com 7,03%, Vista Alegre do Alto (SP) com 4% e Valinhos (SP) com 3,87% são as regiões com maiores participações, responsáveis por aproximadamente 31,38% do volume total comercializado na CEAGESP em 2006. Em 2007, dentre os locais de maior procedência da fruta de caju comercializada na CEAGESP, as cidades de Pio IX (PI) com 23,19%, Petrolina (PE) com 10,10%, Cascavel (CE) com 6% e Beberibe (CE) com 5,15% são as que apresentaram maiores participações, responsáveis por aproximadamente 44,4% do volume total comercializado na CEAGESP.

Na tabela 3 encontram-se as regiões produtoras, quantidades e a participação percentual

tual referente ao Estado de São Paulo. Observa-se que dentre os municípios de maior procedência do caju comercializado na CEAGESP, Vista Alegre do Alto, Valinhos e Irapuru lideram na participação do volume comercializado no entreposto, com 18,11%, 17,52%, e 13,54%, respectivamente, do total comercializado no ETSP/CEAGESP.

TABELA 2 - Procedências, Quantidades e Participação Percentual de Caju *In Natura* Comercializadas na CEAGESP, 2006 e 2007

Procedência	2006		2007	
	t	%	t	%
Pio IX (PI)	-	-	614,16	23,19
Petrolina (PE)	260,75	16,46	267,45	10,10
Cascavel (CE)	36,00	2,27	159,00	6,00
Beberibe (CE)	111,43	7,03	136,29	5,15
Janaúba (MG)	-	-	106,82	4,03
Porteirinha (MG)	15,88	1,00	87,46	3,30
Valinhos (SP)	61,35	3,87	60,97	2,30
Piacatu (SP)	31,61	2,00	54,70	2,07
Canto do Buriti (PI)	-	-	49,82	1,88
Artur Nogueira (SP)	13,22	0,83	40,79	1,54
Juazeiro (BA)	37,43	2,36	26,97	1,02
Vista Alegre do Alto (SP)	63,39	4,00	26,87	1,01
Irapuru (SP)	47,41	2,99	23,02	0,87
Picos (PI)	-	-	16,85	0,64
Urânia (SP)	4,85	0,31	15,41	0,58
Marília (SP)	16,63	1,05	11,36	0,43
Dracena (SP)	24,87	1,57	9,07	0,34
Bebedouro (SP)	29,30	1,85	5,46	0,21
Outros	99,15	6,26	45,44	1,72
Transferências ¹	730,91	46,14	890,38	33,62
Total	1584,13	100,00	2648,29	100,00

¹ Refere-se ao produto que não é comercializado diretamente no centro atacadista, passando inicialmente por galpões de armazenamento.

Fonte: Dados básicos da CEAGESP.

Em 2006, a quantidade de caju comercializada na CEAGESP pelos municípios de Urânia e Jales foi de 4,85 t e 0,63 t, respectivamente. Em 2007, essa quantidade aumentou consideravelmente, sendo comercializadas 15,41 t e 1,23 t de caju pelos municípios de Urânia e Jales, respectivamente. O município de Aspásia, no ano de 2006, não entrou nas estatísticas da CEAGESP e, em 2007, apareceu nelas com 1,37 t.

Segundo dados obtidos na CEAGESP, no ano de 2005 o município de Urânia comercia-

lizou cerca de 37 t e Mirandópolis apenas 5 t da fruta. Em 2006 e 2007, o município de Mirandópolis não aparece nas estatísticas da CEAGESP. A produção é direcionada para o mercado regional ou então comercializam diretamente para um entreposto de frutas (Ceasinha de frutas), pertencente à Asada - Empreendimentos Agroindustriais, que comercializa para outras CEASAS de São Paulo, Paraná e Santa Catarina.

TABELA 3 - Procedências por Município do Estado de São Paulo, Quantidades e Participação Percentual de Caju *In Natura* Comercializadas na CEAGESP, 2006 e 2007

Procedência	2006		2007	
	t	%	t	%
Valinhos	61,35	17,52	60,97	21,75
Piacatu	31,61	9,03	54,70	19,52
Artur Nogueira	13,22	3,78	40,79	14,55
Vista Alegre do Alto	63,39	18,11	26,87	9,59
Irapuru	47,41	13,54	23,02	8,21
Urânia	4,85	1,39	15,41	5,50
Gabriel Monteiro	11,56	3,30	11,70	4,17
Marília	16,63	4,75	11,36	4,05
Dracena	24,87	7,10	9,07	3,23
Monte Alto	5,87	1,68	6,87	2,45
Bebedouro	29,30	8,37	5,46	1,95
Santana da Ponte Pensa	-	-	3,76	1,34
São Francisco	-	-	3,69	1,37
Campinas	-	-	1,80	0,64
Aspásia	-	-	1,37	0,49
Jales	0,63	0,18	1,23	0,43
Dolcinópolis	-	-	0,57	0,20
Clementina	1,26	0,36	0,52	0,18
Sabino	2,78	0,79	0,39	0,14
Guaíçara	7,17	2,05	0,27	0,09
Monte Azul Pta.	12,92	3,69	-	-
Outros	15,26	4,34	0,42	0,15
Total	350,08	100,00	280,25	100,00

Fonte: Dados básicos da CEAGESP.

Em 2007, a produção de caju no EDR de Jales, somando a participação dos seis municípios¹⁰ pertencentes a este EDR (Tabela 3), foi responsável por 9,33% do caju produzido no Estado de São Paulo e comercializado diretamente na CEAGESP. Isto demonstra que, apesar de alguns produtores estarem desanimados, muitos outros continuam acreditando no potencial da cul-

¹⁰ Urânia, Santana da Ponte Pensa, São Francisco, Aspásia, Jales e Dolcinópolis.

tura e vêm obtendo sucesso com a mesma, fortalecendo-a na região como uma alternativa de geração de emprego e renda.

A atual pesquisa não obteve dados do destino da produção com os técnicos de assistência técnica da CEAGESP em São Paulo. Em termos gerais, os destinos são os mais variados possíveis, com destaque para as feiras livres, CEASAS regionais, supermercados e sacolões.

4 - CONCLUSÕES

No EDR de Jales, a forma predominante de comercialização do caju *in natura* ainda é a do preço em consignação, em que o produto é enviado para empresas (atacadistas) localizadas na CEAGESP em São Paulo. A partir de 2007, porém, os produtores vêm diversificando mais a comercia-

lização da fruta *in natura*, destacando-se a produção enviada também para a CEASA de Campinas.

Os custos incidentes na comercialização do caju na CEAGESP são altos e chegam a representar 29% do preço médio no atacado, sem considerar as despesas com as embalagens que são de responsabilidade do produtor.

Em função da predominância da comercialização pelo sistema de preço consignado, fica evidente ao produtor que o ideal seria buscar caminhos alternativos, visando reduzir principalmente os custos com a comissão do atacadista e também com as embalagens, o que não é fácil.

Para o produtor desta região, o ideal seria direcionar sua produção, através do uso da poda, para o primeiro semestre, época em que os preços são maiores, para aumentar a lucratividade do seu negócio.

LITERATURA CITADA

ALMEIDA, G. V. B. Mercado interno: a uva no contexto do mercado de frutas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE VITICULTURA E ENOLOGIA, 10., 2003, Bento Gonçalves. **Anais eletrônicos...** Bento Gonçalves: EMBRAPA, 2003. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/anais/cbve10>>. Acesso em: 10 mar. 2010.

ARAÚJO, D. C. **Cultivo do cajueiro anão (*anacardium occidentale* L.) nas regionais de Andradina e Jales do Estado de São Paulo:** tratos culturais, custos e mercados. 2008. 118 f. Tese de Doutorado (Doutorado em Sistema de Produção) - Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira, Universidade Estadual Paulista, Ilha Solteira, 2008.

FERRAZ, M. A.; SILVA, C. A. B.; VILELA, P. S. **Caracterização da agroindústria de frutas no Estado de Minas Gerais.** 2002. Disponível em: <<http://www.faemg.org.br/arquivos/AgroindustriasMG.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2007.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION - FAO. **Crops.** Disponível em: <<http://faostat.fao.org/site/567/default.aspx>>. Acesso em: 6 jun. 2008.

GUTIERREZ, A. S. D. **Custos de comercialização.** Disponível em: <http://www.todafruta.com.br/todafruta/mostra_conteudo.asp?conteudo=391>. Acesso em: 8 mar. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (LSPM).** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/agropecuaria/lspa/default.shtm>>. Acesso em: mar. 2009.

OLIVEIRA, V. H. **Previsão de safra de castanha de caju no Brasil.** Disponível em: <http://www.cajucultura.com.br/p_brasil.html>. Acesso em: 10 jan. 2009.

PETINARI, R. A. **Análise técnica e econômica do cajueiro anão (*Anacardium occidentale* L.) na região Noroeste do Estado de São Paulo.** 2002. 103 p. Dissertação (Mestrado em Sistema de Produção) - Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira, Universidade Estadual Paulista, Ilha Solteira, 2002.

PETINARI, R. A.; TARSITANO, M. A. A. Comercialização de caju in natura na região noroeste do Estado de São Paulo. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 24, n. 3, p. 700-702, 2002.

RICHARDSON, R. J. et al. (Coord). Entrevista. In _____. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999. p. 207-219.

RUGGIERO, C. Programa setorial integrado de promoção de exportações de sucos tropicais. **Informativo Sociedade Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 20, n. 2, p. 4-5, 2001.

SILVA, E. A. **Caracterização dos produtores familiares de caju, de uma associação informal, na região noroeste do Estado de São Paulo**. 2006. 62 f. Dissertação (Mestrado em Sistema de Produção) - Faculdade de Engenharia, Universidade Estadual Paulista, Ilha Solteira, 2006.

CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO E MERCADO DO CAJU IN NATURA NA REGIONAL DE JALES, ESTADO DE SÃO PAULO

RESUMO: *Com este estudo objetivou-se estimar os custos de comercialização presentes nos canais de distribuição do caju in natura, bem como analisar seu comportamento de mercado. Foram realizadas entrevistas com produtores, técnicos da assistência, agentes intermediários e também levantadas informações no Entrepasto Terminal de São Paulo da Companhia Nacional de Abastecimento (ETSP/CEAGESP). Os custos de comercialização do caju, divididos de acordo com as funções de comercialização, são altos (cerca de 29% do preço médio no atacado). Para o produtor desta região, o ideal seria diminuir as despesas com a comissão do atacadista e direcionar sua produção para o primeiro semestre, época em que os preços são maiores, visando aumentar a sua lucratividade.*

Palavras-chave: *caju-anão, custos, comportamento de mercado.*

MARKETING COSTS AND THE MARKET OF IN NATURA CASHEW (Anacardium occidentale L.) IN THE REGION OF JALES, SAO PAULO STATE

ABSTRACT: *The aim of this study was to estimate marketing costs in the distribution channels of in natura cashew, as well as analyze its marketing behavior. To that end, interviews were accomplished with producers, assistance technicians and brokers. Further data were obtained at the Terminal Warehouse of São Paulo's largest center for wholesale marketing of perishables (ETSP/CEAGESP). Cashew marketing costs - allocated according to the marketing functions - are high, about 29% of its average wholesale price. Producers ideally should reduce expenses with commissions to wholesalers and have production concentrated in the first semester, when prices are higher, so as to increase their profits.*

Key-words: *cashew, costs, market behavior.*

Recebido em 20/07/2009. Liberado para publicação em 19/03/2010.