

PRODUÇÃO DE ATEMOIA COMO ALTERNATIVA PARA O PEQUENO E MÉDIO PRODUTOR RURAL NA REGIÃO DE CATANDUVA - SP

Miriam Pinheiro Bueno¹
Maria Vitória Cecchetti Gottardi Costa²
Jarbas Gabriel Costa Junior³

1 INTRODUÇÃO

A produção de frutas no Brasil está presente em todo território nacional e nos últimos anos vem expandindo com saldos positivos. Esta atividade agrícola integra, principalmente, pequenas e médias propriedades sendo uma das principais geradoras de renda por hectare, de emprego direto e indireto, demandando mão de obra intensiva e qualificada, fixando o homem no campo, permitindo boas condições de vida (AMARO; FAGUNDES; ALMEIDA, 2010).

O mercado de frutas vem crescendo no Brasil em quantidade e em variedade onde as condições ecológicas contribuem para produção de uma gama de frutas tropicais, subtropicais, exóticas e temperadas e o cultivo de frutas é garantido durante o ano todo com a adoção de novas tecnologias, melhoria da qualidade e diversificação dos pomares (ANUARIO BRASILEIRO DA FRUTICULTURA, 2015).

Nos últimos anos o aumento da renda dos trabalhadores e as informações sobre alimentação saudável têm contribuído para o avanço do consumo e diversificação de frutas. Atualmente é possível encontrar uma série de frutas nativas e exóticas que são comumente consumidas e comercializadas nos centros de varejo (VASCONCELLOS, 2010).

2 METODOLOGIA

Segundo a classificação proposta por Gil (2001) o presente trabalho se caracteriza como descritivo, qualitativo, e com estudo de caso de multicasos.

Este trabalho foi realizado em quatro propriedades rurais situadas na região de Catanduva, no estado de São Paulo. As propriedades rurais visitadas na região de Catanduva localizam-se em Ariranha, Santa Adélia e Vista Alegre do Alto, sendo quase todas advindas de agricultura familiar. Os nomes dos produtores não serão divulgados por questões éticas.

1 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: miriambuenofatecriopreto.edu.br

2 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: vitoria@fatecriopreto.edu.br

3 Faculdade de Tecnologia de São José do Rio Preto. E-mail: jarbasgabriel@hotmail.com

Na coleta de dados foram utilizadas duas técnicas, uma envolvendo o levantamento de dados secundários e outra de entrevista e observação. Os dados secundários foram levantados na literatura disponível com intuito de se obter informação a respeito da produção de atemóia. As entrevistas foram realizadas nas propriedades rurais visitadas, através da aplicação de um questionário com perguntas abertas e fechadas, seguindo roteiro previamente discutido, procurando identificar os produtores da cultura na região.

3 REVISÃO DA LITERATURA

3.1 Produção de Atemóia

Introduzida recentemente no Brasil, a atemóia é uma fruta exótica, com mercado interno em expansão e sua exploração é indicada principalmente as pequenas propriedades agrícolas por exigir dedicação constante em todas as etapas do cultivo (MELO; NOGUEIRA; MAIA, 2003).

Pertencente a família *Annonaceae*, a atemóia é um híbrido das espécies cherimoia e fruto do conde ou ata, produzida por hibridação em Israel e na África do Sul (DONADIO, 1998). É uma fruta de alto valor nutricional, muito utilizada no consumo ao natural, sorvete, polpa e suco, despertando interesse de alguns produtores devido ao sabor e a qualidade parecida com a cherimoia e superior a fruta do conde (DONADIO, 2010).

A produção da atemóia começa a partir do terceiro ano de plantio e quanto mais adulta for a plantação, maior a produtividade. O fruto amadurece de 3 a 4 meses depois do florescimento podendo atingir peso entre 250 e 600 gramas (PIZA JÚNIOR; KAVATI, 1997; MARTIN; CAMPBELL; RUBERTE, 1987). Esta fruta proporciona uma ótima remuneração aos produtores rurais, pois uma planta adulta, bem manejada, pode produzir 20 caixas de frutos com qualidade adequada para consumo. (TOKUNGA, 2000).

Segundo Melo (2001) estima-se que sejam cultivados no Brasil, 10 mil ha com anonáceas, dos quais cerca de 1.000 ha são de atemóia, distribuídos entre as regiões Nordeste (50%) e Sudeste do país (50%).

A quantidade de anonáceas comercializadas nas principais centrais de abastecimento está crescendo e a principal espécie comercializada é a atemóia (54%), seguida da pinha (41%) e graviola (5%) (FIRMINO, 2012). De acordo com Watanabe et al. (2014), o volume desta fruta comercializado entre 2007 e 2012 mais que dobrou e os Estados de Minas Gerais e São Paulo dominaram em 2012 o fornecimento da atemóia comercializada na CEAGESP, com 95% do volume, seguidos pela Bahia, Paraná e Pernambuco.

A busca por diversificação de produtos de alto valor de mercado, oferecendo uma alternativa para pequenos e médios produtores, tem alavancado o cultivo da atemóia no interior do estado, onde a fruticultura tem uma expressiva participação na economia agrícola com predominância das pequenas propriedades rurais (FIRMINO, 2012; ANUARIO BRASILEIRO DA FRUTICULTURA, 2015).

3.2 Comercialização Agrícola

A comercialização agrícola pode ser avaliada como um simples ato onde o agricultor transfere seu produto para outros agentes que compõem a cadeia produtiva ou o sistema agroindustrial em que ele está inserido. Esta é uma perspectiva tradicional

da comercialização agrícola, simplesmente, definida pela transferência de propriedade do produto num único ato após o processo produtivo, ainda dentro ou logo depois dos limites da unidade de produção agrícola (WAQUIL; MIELE; SCHULTZ, 2010).

Todavia, a comercialização agrícola pode e deve ser analisada de maneira mais abrangente, como um “processo contínuo e organizado de encaminhamento da produção agrícola ao longo de um canal de comercialização, no qual o produto sofre transformação, diferenciação e agregação de valor” (MENDES; PADILHA JUNIOR, 2007, p. 8). Sob o ponto de vista contemporâneo, estes autores associam o conceito de comercialização à coordenação existente entre a produção e o consumo dos produtos agropecuários, incluindo a transferência de direitos de propriedade, a manipulação de produtos e os arranjos institucionais que contribuem para a satisfação e exigências dos consumidores. Trata-se de um conceito amplo, em que se atribui a essa atividade a função de transferir os produtos ao consumidor final, considerando a influência de todas as atividades nesse processo (produção agrícola, industrialização, transporte dos produtos, relações com o consumidor, pós venda, etc.) (WAQUIL; MIELE; SCHULTZ, 2010).

Dessa forma, o conceito de comercialização distancia-se do conceito de simples venda dos produtos agrícolas (pós-colheita da safra, por exemplo), devido à sua amplitude e complexidade. A partir dessa perspectiva, as estratégias de comercialização agrícola começam a ser pensadas na propriedade rural, e até mesmo na aquisição dos insumos, além do (s) canal (is) a serem utilizados.

Geralmente, os canais de comercialização são caracterizados por seu comprimento, ou seja, pelo número de integrantes, constituindo-se dessa forma em canais diretos e indiretos, conforme existam ou não intermediários nas relações que os produtores rurais estabelecem com o mercado, conforme Figura 1 (KOTLER, 1998).

Tipo de canal de comercialização	Definição	Exemplos
Canal de nível zero	Produtor que vende diretamente ao consumidor final.	Feiras livres; vendas diretamente nas residências (porta a porta); cooperativa de consumidores; lojas próprias de cooperativas ou associações de produtores.
Canal de um nível	Canal que possui um intermediário (varejista) na comercialização dos produtos agrícolas.	Supermercados, lojas de conveniência, fruteiras, açougues.
Canal de dois níveis	Canal que possui dois intermediários (atacadistas e varejistas) na comercialização dos produtos agrícolas.	Centrais de distribuição, atacados, restaurantes, cozinhas industriais.
Canal de três níveis	Canal que possui três intermediários (processadora de alimentos, atacadista e varejista) na comercialização de produtos agrícolas.	<i>Packing house</i> , agroindústrias em geral, cooperativas agropecuárias.
Canal de quatro níveis	Canal que possui quatro intermediários.	<i>Trading</i> de exportação, centrais de abastecimento.

Fonte: KOTLER, 1998.

Figura 1. Tipos e definições dos canais de comercialização e exemplos

A escolha dos canais de comercialização mais apropriados depende de uma série de fatores, entre os quais a natureza e as características do produto (por exemplo, a perecibilidade), a existência ou não de intermediários e o resultado econômico do processo.

Portanto, o trabalho tem como objetivo verificar a produção e comercialização de atemoia como alternativa para pequeno e médio produtor rural no município e região de Catanduva, Estado de São Paulo. Esse objetivo foi originado de um problema: será que a produção de atemoia é uma alternativa de resultado financeiro para o pequeno e médio produtor? O trabalho se justifica pelo fato de a atemoia não precisar de muita área para ter uma alta produção, baixo custo de produção e pouca mão de obra aplicada.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A região estudada, Catanduva - SP mostra uma área média cultivada por produtor pesquisado de 1,75 a 4 hectares, com elevado volume de produção fazendo com que essa região tenha destaque no cultivo desta fruta.

Segundo dados da Coordenadoria de Assistência Técnica Integral – Cati (2015), a região de Catanduva é composta por 18 municípios e a produção de Atemoia concentra nos municípios Vista Alegre do Alto, Ariranha, Santa Adélia, Paraíso, Itajobi, Tabapuã e Olímpia.

Em todas as quatro propriedades visitadas os produtores realizam a polinização artificial das flores, pois se trata de uma produção comercial, prática esta realizada que tem contribuindo significativamente para o aumento da produção e satisfação dos produtores. As flores das anonáceas são hermafroditas e possuem dicogamia, ou seja, impossibilita a autopolinização das flores e a polinização manual pode aumentar o pegamento de fruto em mais de 40%, apesar de também existir a polinização natural, a qual é realizada por besouros da família Nitidulidae (TOKUNGA, 2000). Outra prática cultural também realizada pelos produtores visitados é o ensacamento os frutos, evitando assim a entrada de pragas e possíveis danos provocados nas frutas perdendo valor de mercado, além da redução de resíduos de agrotóxicos.

Na Tabela 1, encontra-se o resultado da pesquisa realizada nas quatro propriedades visitadas.

Tabela 1. Área cultivada, quantidade de pés e produção de atemoia pesquisadas, 2015.

Propriedade	Município	Área total da Propriedade (ha)	Área Cultivada com Atemoia (ha)	Quantidade de Pés	Produção (ton/ha)	Agricultura familiar
A1	Ariranha	21 ha	3 ha	800	54	Sim
A2	Ariranha	19 ha	2,5 ha	650	46	Sim
B	Vista Alegre do Alto	72,6 ha	1,75 ha	500	50	Não
C	Sta Adélia	65 ha	4 ha	1.300	65	Não

Fonte: Autores, 2016.

A propriedade A1 localizada em Ariranha produz goiaba, limão, laranja e como atividade principal, atemóia e carambola. Atualmente conta com 800 pés de atemóia, todas irrigadas por micro aspersão. A cultura é conduzida pela própria família (agricultura familiar) e em parceria com uma família que reside no sítio do proprietário, produzindo aproximadamente 54 toneladas de atemóia por ano e contrata funcionários temporários para realizar a colheita e outras atividades. Após a colheita o produtor acomoda as frutas em barracão e vende a fruta em caixas de aproximadamente 20 kg e a comercialização é realizada por atacadistas (canal de dois níveis, segundo Kotler, 1998) que revende essa fruta em Curitiba, Sorocaba e São Paulo. Este produtor relata que conseguiu retorno do investimento, o que justifica a intenção de ampliar a produção.

A propriedade A2 localizada também em Ariranha produz manga, laranja e limão e como atividade principal atemóia. Atualmente conta com 650 pés da fruta todos irrigados. A propriedade é familiar e contrata funcionários temporários para realizar a colheita, produzindo em média 46 toneladas de atemóia por ano. Após a colheita o produtor acomoda as frutas em barracão e vende a fruta em caixas de aproximadamente 20 kg a um intermediário (canal de dois níveis) que faz a distribuição das frutas. Este produtor relata que obteve retorno do investimento, o que justifica a intenção de ampliar a produção.

A propriedade B localizada em Vista Alegre do Alto tem como atividade principal cana de açúcar, mas produz goiaba, morango, laranja e atemóia. Atualmente conta 500 pés da fruta, todas com irrigação micro aspersão, produzindo em média 50 toneladas por ano. A condução da cultura e a colheita são realizadas por funcionários da propriedade, não se trata de agricultura familiar e sim patronal. Após a colheita os funcionários realizam, em barracão, a limpeza das frutas e embala (a única propriedade que embala) para ser comercializado na CEAGESP (canal de três níveis) em São Paulo. O produtor relata que tem retorno do capital investido na produção da fruta atemóia, mas não pretende ampliar a área de cultivo por preferir aplicar na cana-de-açúcar.

A propriedade C localizada na cidade de Santa Adélia tem como principal cultura cana-de-açúcar arrendada para usina, mas produz limão, que futuramente a proprietária pretende erradicar e fazer a substituição por cana. A atemóia é a segunda opção da propriedade por possuir 1.300 pés da fruta, tendo toda área irrigada com micro aspersão. A propriedade não é agricultura familiar e sim patronal, sendo é conduzida por funcionários permanentes. Após a colheita a atemóia é vendida para intermediários (canal de dois níveis) em caixas de aproximadamente 20 kg cada. O produtor afirma que tem retorno do capital investido na produção da fruta, mas não pretende ampliar a área de cultivo por preferir aplicar no cultivo de cana-de-açúcar.

A atemóia é extremamente sensível, os frutos colhidos extremamente maduros não suportam o transporte a longa distancia e os colhidos muito verdes não completam a maturação, desta forma o produtor tem que identificar o ponto de correto de colheita. Sendo assim atemóia apresenta característica muito importante que influencia na sua comercialização, pois sendo um produto

perecível, exige prazo certo para venda, que vão desde a colheita, tomando-se os devidos cuidados no manuseio e transporte do produto até o *packing house* ou galpão de processamento, embalagens adequadas conforme a distância do mercado e a necessidade de armazenamento para garantir a qualidade do produto junto ao consumidor final.

Das quatro propriedades estudadas todas possuem barracão para acomodar as frutas em caixas para depois comercializa-las e o transporte é terceirizado feito por caminhões sem refrigeração e de madrugada devido ao clima ser mais ameno.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atemóia tem sido uma alternativa viável para pequenos e médios produtores na região estudada (Catanduva-SP) onde a fruticultura tem uma expressiva participação na economia agrícola local.

Pode-se afirmar que os produtores visitados, em sua maioria, encontram-se satisfeitos com essa cultura, pois conseguiram ter retorno do capital investido e obtiveram uma lucratividade satisfatória.

Os relatos dos produtores de propriedade familiar, afirmam que pretendem aumentar a área produzida, confirmando assim, que a produção da fruta atemóia é uma alternativa para esse tipo de produtor na região pesquisada.

Já os produtores de propriedade patronal, embora tenham tido retorno no capital investido, preferem ampliar sua propriedade naquela produção que lhe é foco.

Quanto ao canal de comercialização utilizado, os produtores alegam que estão satisfeitos e que no momento não pensam em mudar.

REFERENCIAS

AMARO, A.A.; FAGUNDES, P.R.S.; ALMEIDA, G.V.B. Importância econômica da fruticultura. In: DONADIO, L. C. **História da Fruticultura Paulista**. Sociedade Brasileira de Fruticultura, Jaboticabal: Maria de Lourdes Brandel – ME, 2010. p. 4-32.

ANUÁRIO BRASILEIRO DA FRUTICULTURA 2014 / Cleiton Evandro dos Santos ... et al., Santa Cruz do Sul : Editora Gazeta Santa Cruz, 2015. 140 p.

CATI, Coordenadoria de Assistência Técnica Integral. Disponível em: <<http://www.cati.sp.gov.br>>. Acesso em: 28 de set. 2015

DONADIO, L.C. **Frutas exóticas**. Jaboticabal: Funep, 1998, 279 p.

DONADIO, L.C. **História da fruticultura paulista**. Jaboticabal, 2010, 400 p.

FIRMINO, A.C.et al. *Ceratocystis fimbriata* causando murcha em atemóia na região de Botucatu-SP. **Summa Phytopathologica**, Botucatu, v. 38, n. 2, p. 171-171, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento e implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTIN, F.W.; CAMPBELL, C.W.; RUBERTÉ, R.M. **Perennial edible fruits of the**

- tropic:** an inventory. U. S. Department of Agriculture, 1987. p.16-81. (Agriculture Handbook, 642).
- MELO, M. R. **Respostas da cherimóia e da atemóia à polinização natural e artificial no estado de São Paulo.** 2001. 59 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto Agronômico, Campinas, 2001.
- MELLO, N.T.C.; NOGUEIRA, E. A.; MAIA, M. L. Atemóia: perspectivas para a produção paulista. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 38, n. 9, p. 7-13, set. 2003.
- MENDES, J., T., G.; PADILHA JR, J., B. **Agronegócio:** uma abordagem econômica. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- PIZA JR, C.T.; KAVATI, R. Situação atual e perspectivas da cultura de anonáceas no Estado de São Paulo. In: SÃO JOSÉ, A.R.; SOUZA, I.V.B.; MORAIS, O.M.; REBOUÇAS, T.N.H. **Anonáceas, produção e mercado.** Vitória da Conquista: URSB, 1997. p.184-95.
- TOKUNAGA, T. **A. Cultura da Atemóia.** Campinas: CATI, 2000. 80p. (Boletim Técnico, 233).
- VASCONCELLOS, M. Frutas raras ainda são pouco exploradas. **Jornal Entreposto.** Disponível em: <<http://www.jornalentreposto.com.br>>. Acesso em: 21 set. 2014.
- WAQUIL, P. D.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas.** Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.
- WATANABE, H.S.; OLIVEIRA, S. L.; CAMARA, F. M.; ALMEIDA, G. V. B.; ALVES A.A. Perfil de comercialização das Anonáceas nas Ceasas brasileiras. **Rev. Bras. Frutic.** Jaboticabal, v. 36, n.spe1, 2014.