

COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS NO SEGMENTO ATACADISTA DE ITABAIANA/SERGIPE/BRASIL

Diana Mendonça de Carvalho
Doutoranda pelo Núcleo de Pós Graduação em Geografia (NPGeo/UFS).
dianamendoncadecarvalho@yahoo.com.br

Fernanda Viana de Alcântara
Doutora pelo Núcleo de Pós-Graduação em Geografia(NPGeo/UFS).
falcantara17@hotmail.com

José Eloízio da Costa
Doutor em Geografia Agrária pela UNESP/Rio Claro, Coordenador do Núcleo de Pós-graduação em Geografia da UFS. oiziolecosta@yahoo.com.br

Resumo

A comercialização agrícola reflete a transferência de produtos do agricultor ao consumidor final. A participação de intermediários na cadeia produtiva de gêneros agrícolas é quase sempre evidente no processo comercial. Diante disso, a necessidade de analisar a participação dos intermediários-atacadistas na comercialização de hortifrutigranjeiros no município de Itabaiana/Sergipe/Brasil, justificado no volume comercial que esses empenham, assim como no fluxo estabelecido mediante transações com outros comerciantes agrícolas em diversas escalas espaciais. O referido artigo parte das seguintes perguntas: Como agem os intermediários-atacadistas de Itabaiana? Qual sua importância para o desenvolvimento econômico-comercial do município de Itabaiana? A fim de responder a essas perguntas, realizou-se apurada revisão bibliográfica, considerando a temática de comercialização, cujos principais autores foram: STEELE (1971), MARQUES E AGUIAR (1993), ELIAS (2003) e SANTOS (2004); e coleta de dados fechados e semiestruturados, juntamente aos intermediários de hortifrutigranjeiros de Itabaiana. Por este ensejo, foram considerados os itens produzidos e adquiridos nos mercados sergipanos e nos mercados externos (referência a produtos adquiridos fora do estado de Sergipe, incluindo desde os nacionais aos internacionais). Apesar de muitas vezes serem considerados entraves a comercialização, em função do monopólio que exercem sobre o preço de determinados produtos, esses intermediários têm contribuído para que a cidade de Itabaiana se mantenha como o maior centro de comercialização e de fluidez do estado de Sergipe, sendo responsável em grande parte, pela logística e transporte das mercadorias agrícolas, tanto em relação aos produzidos no município como em relação aos importados e exportados. Há produtos intermediados por esses atacadistas que não chegam nem a entrar na cidade, pois já têm mercados certos, acordados junto a outros intermediários regionais que fará sua distribuição para feirantes e supermercados de outros municípios sergipanos, baianos e alagoanos. Deste modo, o alcance espacial dos produtos comercializados em Itabaiana, por si só, já explicam a dinâmica do comércio de hortifrutigranjeiros no município, que movimentam cerca de 10 mil toneladas de produtos agrícolas e agrega cerca de 5 mil veículos na distribuição desses produtos.

Palavras-chave: Comercialização Agrícola, Atacadista e Fluxos.

I INTRODUÇÃO

A comercialização agrícola reflete a transferência de produtos do agricultor ao consumidor final. Todavia, essa transferência de produtos não tem ocorrido de forma direta, perpassando assim por cadeia de intermediação. Os vários agentes que atuam na cadeia produtiva, principalmente na intermediação, têm sido analisados como balizadores sobre o comportamento do setor agrícola nas

últimas décadas. A atuação desses atores tem compreendido diversas etapas de apropriação da produção que por meio de suas interações econômicas fundamentam a formação de cadeias e redes produtivas.

Diante disso, a necessidade de analisar a participação dos intermediários-atacadistas na comercialização de hortifrutigranjeiros no município de Itabaiana/SE, localizado na faixa centro-ocidental do estado de Sergipe/Brasil, estando sua sede a uma altitude de 188m (Figura 01). Esse trabalho se justifica no volume comercial que esses atores empenham, assim como no fluxo estabelecido mediante transações com outros comerciantes agrícolas em diversas escalas espaciais. O referido artigo parte das seguintes perguntas: Como agem os intermediários-atacadistas de Itabaiana? Qual sua importância para o desenvolvimento econômico-comercial do município de Itabaiana? A fim de responder a essas perguntas, realizou-se apurada revisão bibliográfica, considerando a temática de comercialização, cujos principais autores foram: STEELE (1971), MARQUES E AGUIAR (1993), ELIAS (2003) e SANTOS (2004); e coleta de dados fechados e semiestruturados, juntamente aos intermediários de hortifrutigranjeiros de Itabaiana.

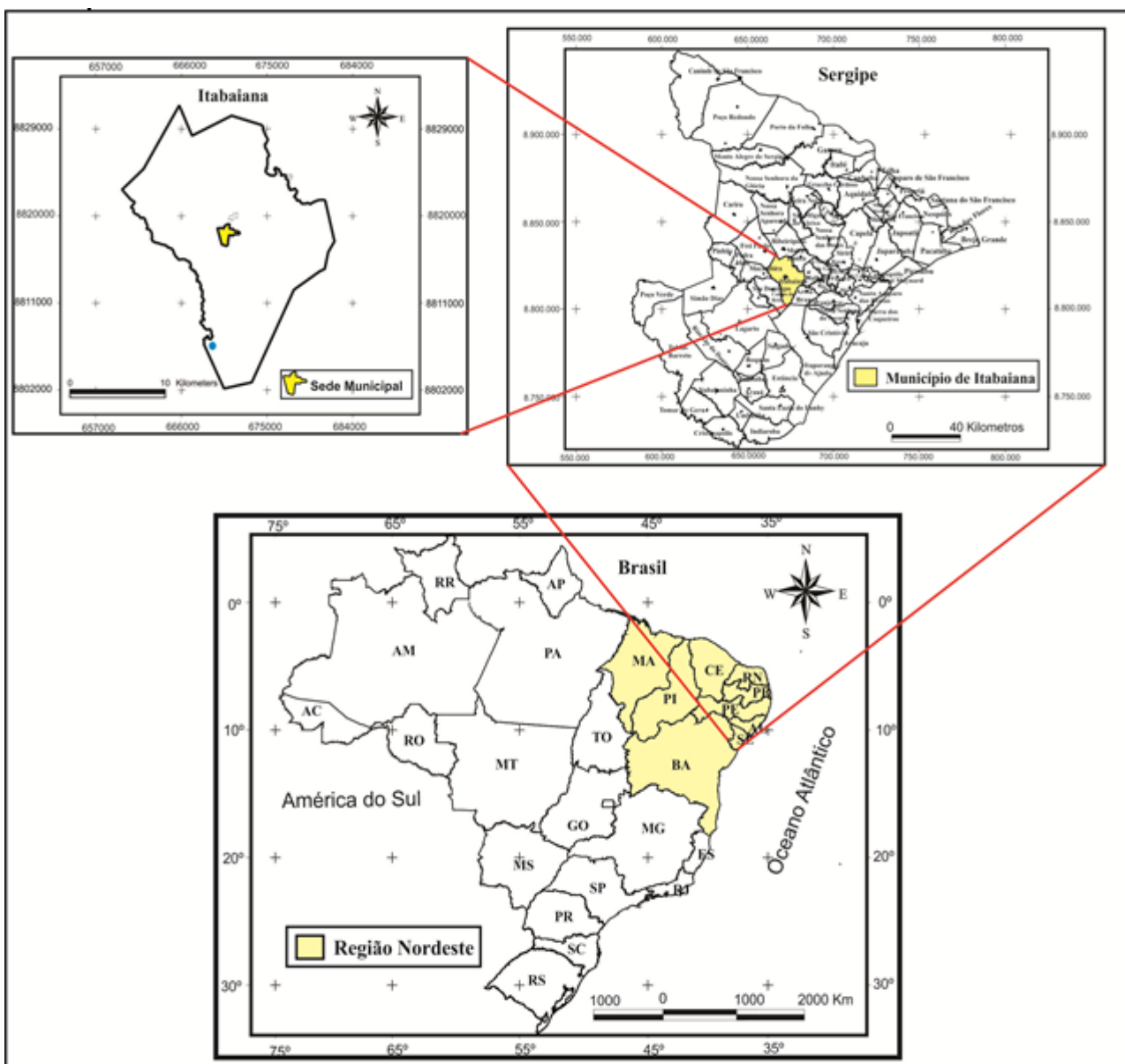


Figura 01. Localização do Município de Itabaiana/Sergipe/Brasil.

Fonte: SEPLAN, 2003.

Organização: Diana Mendonça de Carvalho (2014).

A relação estabelecida por esses intermediadores-atacadistas tem acarretado a dispersão dos produtos cultivados na região para outros mercados. Em contraponto, promovem um fluxo de produtos atípicos para sua região de origem. Todavia, a comercialização de Hortifrutigranjeiros em Itabaiana apresenta dificuldades em relação à produção e aos fluxos de importação e de exportação, uma vez que repercutem no desempenho dos agentes envolvidos e no estreitamento da cadeia de distribuição de diversos produtos. Por outro lado, esse processo é dinâmico e atrativo, pois favorece a movimentação de diversos agentes que buscam nesse espaço frutas e hortaliças. Isso se deve a sua estratégica localização – no centro geográfico do estado de Sergipe - e a proximidade a grandes mercados, como Juazeiro (BA) e Petrolina (PE), favorecendo outras formas de comercialização, como as feiras.

Portanto, a comercialização agrícola realizada em Itabaiana tem se direcionado ao mercado interno, onde é fortalecido pela cadeia produtiva, ao mesmo tempo em que tem acessado novos mercados, acarretando longos alcances para a comercialização e gerando como consequência o retorno de rendas que comporão a economia interna. Desta forma, a comercialização de produtos agrícolas se configura em uma das principais atividades econômicas do município e passa a fazer parte dos segmentos de comércio e serviços urbanos mais fortes, distribuindo renda para pessoas do comércio informal ao prestar serviços de transporte, armazenagem e de comunicação.

II A COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA

A comercialização agrícola se apresenta como a atividade mais complexa dentre aquelas que envolvem o sistema da agricultura, uma vez que se trata do momento em que a produção assume a condição de mercadoria¹. Essa complexidade reflete a dinâmica assumida pela atividade sob o modo de produção capitalista e que atualmente envolve a integração de mercados, compreendendo diversos segmentos e setores que se apropriam da produção e passam a impor metas de quantidade e de qualidade, formando cadeias, redes ou arranjos produtivos.

A negociação de produtos agrícolas apresenta características específicas quando da reunião, interação e dispersão de bens e serviços, pois organiza fluxos de atividades relacionadas à agricultura através da produção e da organização espacial para sua comercialização. Esse processo envolve vários atores sociais que compõem a cadeia produtiva dos gêneros agrícolas e integra etapas de transformações da produção. Essa cadeia tende a se estender ou encolher conforme a demanda econômica por determinado produto variando assim, no tempo, no espaço e no número de atores envolvidos para promover a interação produtor-consumidor.

Sendo assim, a comercialização agrícola envolve a transferência de bens, no caso, da produção ou de produtos semi-processados aos consumidores. No seu aspecto funcionalista a comercialização agrícola perpassa a teoria e a prática de comércio, envolvendo “[...] todas as atividades, funções e instituições necessárias à transferência de bens e serviços dos locais de produção aos de consumo” (STEELE, 1971, p.23). Além disso, a comercialização compreende atividades que resultam “[...] na transformação dos bens, mediante utilização de recursos produtivos – capital e trabalho - que atuam sobre a matéria-prima agrícola” (BARROS, 2007, p.01).

III CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS

A comercialização de produtos agrícolas é dependente dos atores sociais envolvidos nesse processo, dos recursos financeiros disponibilizados para as transações, da existência de uma cadeia

¹ Sob a ótica marxista, a mercadoria é produzida pelo trabalho e seu valor é calculado pelo tempo de trabalho despendido na produção. Logo, ela materializa-se na produção, que antecede a comercialização.

produtiva e de informações, com relação às características e aos riscos de oscilação dos preços (AZEVEDO, 2002). Sendo assim, a comercialização agrícola ocorre a partir de relações estabelecidas dentro da cadeia produtiva de cada gênero.

A cadeia produtiva compreende os alicerces e as fases pelas quais os produtos passam (processamento, armazenamento e etc) até chegar ao mercado consumidor. Tais fases podem ser iguais, padronizadas ou diferentes, destacando especificidades locais e regionais, ou ainda, evidenciando a integração de atores sociais que visam minimizar problemas e promover o crescimento econômico.

O sentido de cadeia produtiva tem se aprimorado e agregado novos elementos no contexto da globalização. Este contexto, com suas características básicas de fluxo instatâneo de capitais financeiros, abertura de mercados, desenvolvimento das telecomunicações, mudanças nos papéis dos Estados-nação e nas relações de produção-consumo, têm contribuído para o aparecimento de novas estratégias sócio-econômicas no que se referem aos setores de produção, comércio e consumo de alimentos.

Isto decorre do envolvimento de vários atores sociais, entre os quais: 1- fornecedores de insumos, representados por empresas que tem por finalidade ofertar implementos agrícolas e tecnologia; 2- agricultores, que trabalham a terra, com a finalidade de produzir alimentos; 3- Processadores, representados pelas “[...] agroindústrias que podem pré-beneficiar, beneficiar ou transformar os produtos in-natura (SILVA, 2005, p.02); 4- Comerciantes, que na forma atacadista, têm por função distribuir as mercadorias para postos de venda, e na forma varejista, comercializar o produto para o consumidor final; e 5- o mercado consumidor, que está na ponta do processo de comercialização. Todo esse processo fundamenta uma ampla compartimentação da cadeia produtiva de agrícolas em várias etapas até chegar ao mercado consumidor final (Figura 02):

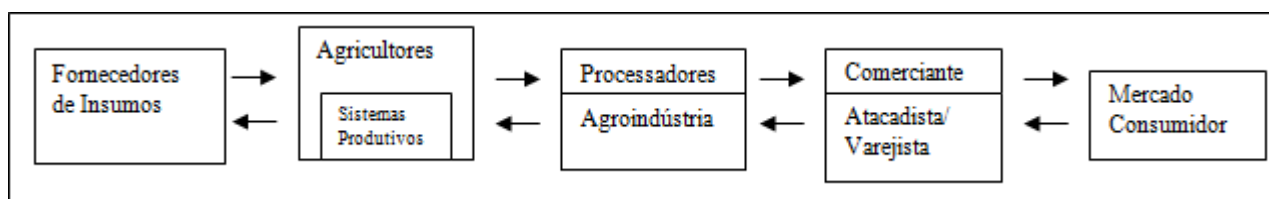


Figura 02 - Etapas da cadeia produtiva.

Fonte: SILVA, 2005, p.01.

A cadeia produtiva de alimentos começa a impor mudanças no padrão da realização produção-consumo na década de 1960, quando o crescimento de empreendimentos agroindustriais passam a ser entendidos como uma sucessão de operações de transformação, um conjunto de relações comerciais e financeiras e um conjunto de ações econômicas que valorizam os meios de produção e seus resultados e asseguram a articulação das operações (BATALHA, 2007).

Essa transformação no campo contribuiu para a constituição de novas cadeias produtivas agroalimentares. Na perspectiva de Vilela (1999, p.43), a estrutura dessa cadeia tem se alongado e agregado outras empresas ligadas ao setor de serviços, tanto os voltados a produção, no caso a terceirização, quanto aos de pessoas, tipo personalizado; e a logística, no que se refere a distribuição. Sendo assim,

Esse processo de alongamento da cadeia vem acompanhado de um processo de agregação de valor ao produto [...]. Assim, muitos produtos chegam, muitas vezes, à mesa do consumidor com um preço até 500% superior ao pago ao produtor. O que é novo neste processo é que a apropriação destas margens ocorre no elo da intermediação (logística, distribuição, marketing, comercialização), momento do processo em que devem ser concentrados os esforços para a compreensão dos seus mecanismos de funcionamento, de forma a situar os diversos agentes, com suas respectivas importâncias, na relação produção-consumo agroalimentar (Op. Cit., p.44-45).

Na constituição da cadeia produtiva, a logística é compreendida como a área da administração que cuida do transporte e armazenamento de mercadorias. Esta pode ser entendida ainda, como o ato de planejar, organizar, controlar e realizar tarefas associadas à armazenagem, transporte e distribuição de bens e serviços. Para Becker (1995, p. 290), “[...] a logística é a nova racionalidade capaz de explicar a simultaneidade da desordem/ordem, da globalização/fragmentação, da complexidade da questão ambiental”.

A modernização desse suporte da cadeia produtiva é atribuída à associação de um conjunto de atividades que visam facilitar o fluxo de produtos do ponto de aquisição de matéria-prima até o ponto de consumo final, assim como, dos fluxos de informações que colocam os produtos em movimento, de modo a obter níveis de serviços adequados aos clientes, com o menor custo possível.

Nesse sentido, para que haja a concretização da comercialização, em meio às etapas da cadeia de produção, são necessários produtores, intermediários, transportadores, comerciantes varejistas e consumidores. Deste modo, a participação do comerciante e do transportador torna-se essencial na integração das áreas produtoras aos mercados internos e externos.

No Brasil, o segmento de transportes rodoviários mostra-se responsável pela concretização de 70% da cadeia de comercialização, “[...] enquanto que perto de 30% são repartidos entre o transporte fluvial, marítimo, ferroviário e, em menor escala, o aéreo (CORTEZ, 2003, p. 27). Sendo que dos veículos em circulação, os caminhões representam cerca de 950 mil unidades e os refrigerados representados por cerca de 18 mil (CORTEZ, 2003).

IV COMÉRCIO ATACADISTA DE HORTIFRUTIGRANJEIROS DE ITABAIANA/SE

O município de Itabaiana é o maior mercado atacadista de hortifrutigranjeiros de Sergipe. O espaço ocupado por esses atores, com seus caminhões e mercadorias, está circunscrito a todo o centro comercial da cidade e ruas adjacentes. Deste modo, além dos espaços públicos com especificação para o comércio, a exemplo dos largos comerciais, esse segmento ocupa aproximadamente 10km² de área, pelas ruas Capitão Mendes, Antônio Dutra, General Maynard, Sete de Setembro, Gumercindo Dórea, Batista Itajaí e São Paulo, travessas Manuel Vieira, José C. Melo e Francisco Porto; e Avenida Otoniel Dórea. Nos dias de maior movimento desse segmento é possível se notar ainda uma ocupação das Praças Fausto Cardoso e João Pessoa.

No mercado de Hortifrutigranjeiros existe um número de 72 atores que atuam principalmente na negociação de verduras e hortaliças, sendo o espaço de atuação dos intermediários definido por metragem mediante atuação e controle exercido pelos fiscais da prefeitura municipal. A metragem pode ser alterada pela negociação espacial entre os interessados. Enquanto que o espaço de descarga de seus caminhões é limitado em duas horas na lateral esquerda do mercado, junto à rua Capitão Mendes.

Em relação à atuação dos atacadistas do Largo José do Frado Franco, não há uma organização espacial definida. A ocupação da área depende de quem chegar primeiro e conseguir encostar seu veículo, normalmente caminhões, nos melhores espaços para circulação de consumidores e de mercadorias. Nesse espaço, a comercialização é basicamente de frutas e não há nenhum tipo de fiscalização por parte da prefeitura municipal. Sendo assim, é difícil precisar o número de comerciantes atuantes e da comercialização realizada.

Além desses espaços ocupados para a comercialização, ocorre também a ocupação do Largo Santo Antônio com caminhões e veículos para transporte de passageiros que se dirigem a Itabaiana, a fim de adquirir os produtos a serem comercializados em suas respectivas regiões. Esses veículos apresentam procedência de vários municípios sergipanos, de municípios baianos, inclusive da capital, Salvador; de municípios alagoanos e de sua capital, Maceió; de Pernambuco, tendo destaque aqueles procedentes de Garanhuns, Gravatá, Caruaru, Petrolina e Recife; e da Paraíba, Campina Grande.

No mais, é destacável que os comerciantes com cadastro empresarial, a exemplo do CNPJ, nunca são lembrados pelo nome de suas empresas. Esses são sempre associados aos apelidos ou denominações combinadas ao produto comercializado. Um exemplo é a empresa que distribui maçã, de “Luiz da maçã” e da empresa Distribuidora de Frutas Regional, de “Zé Luiz do Mamão”, que atuam na comercialização de frutas, ou ainda da empresa Comercial de Verduras Santo Antônio, conhecida por empresa de Branco da Verdura que comercializa hortaliças.

4.1 COMÉRCIO ATACADISTA DE FRUTAS

A empresa distribuidora de maçã envolve toda a família na cadeia produtiva desse alimento, desde a produção e embalagem na região sul e, a comercialização da fruta, juntamente a outras do tipo subtropical, como ameixa, pêra, kiwi e uva, no mercado de hortifrutigranjeiros de Itabaiana. Tal atacadista veio inicialmente para Aracaju, atraído pelo mercado consumidor e pela falta de mercado para seu produto na região sul do país. Há cerca de 10 anos, observou que o mercado de Itabaiana era um espaço promissor para o crescimento da comercialização dos produtos típicos de sua região. Segundo ele, “o comércio atacadista de Itabaiana é cerca de três vezes maior do que o de Aracaju”, em virtude da gama de produtos negociados num mesmo espaço.

Semanalmente este atacadista comercializa aproximadamente 50 toneladas de frutas (Tabela 01). Essa quantidade, segundo o intermediário, tende a variar conforme a estação e o período do ano. No caso de frutas como a ameixa, cuja produção nacional ocorre em quatro meses ao ano e advém dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Bahia (área da Chapada Diamantina²), no período de entressafra tem a demanda atendida através da importação de países como Argentina e Chile. No caso do pêssego que a produção nacional é de dois meses ao ano, no Rio Grande do Sul, sua aquisição, nos demais meses, ocorre na CEAGESP/SP. O morango, de maio a setembro, vem do Espírito Santo e Minas Gerais, nos outros meses do Rio Grande do Sul, ou de áreas irrigadas, como do pólo Juazeiro (BA) /Petrolina (PE).

Tabela 01 - Comércio Atacadista: Frutas comercializadas semanalmente.

Produtos	Quantidade comercializada por semana (ton.)
Uva	1
Maçã	40
Pêra	5
Quiuí	0,3
Ameixa	1
Ameixa Seca	0,2
Uva passas	0,2
Pêssego	0,2
Morango	4
Total	51,9

Fonte: Trabalho de Campo: Entrevista Realizada em outubro de 2009.

Nessa linha, a qualidade e o preço dos produtos são as principais estratégias de comercialização. Em contrapartida, o atacadista mostra que a comercialização de seus produtos, procedentes do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, por vezes até da CEAGESP, são desfavorecidos no mercado local em virtude da cobrança de 17% do Imposto sobre Operações

² Segundo a Secretária da Agricultura, irrigação e Reforma Agrária da Bahia (SEAGRI), o estado da Bahia tem diversificado sua produção frutícola com produção típica de clima temperado, a exemplo da ameixa, morango, caqui e uva sem semente, na área da Chapada Diamantina aproveitando-se do clima propiciado pela altitude.

relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS), tributados pelo estado de Sergipe. Outros estados, como Pernambuco e a Bahia tem isentado essa atividade. Sendo assim, as principais dificuldades encontradas no comércio de frutas típicas de clima temperado finca-se na qualidade e no preço de seus produtos, uma vez que são encarecidos pelos custos de transportes, pelos valores dos impostos, pelo processamento, pela utilização de goma térmica e de caminhões refrigerados e pela utilização de refrigeradores no local de comercialização, que buscam manter um nível mínimo de qualidade.

Além desse atacadista, há outros trabalhando, juntamente à família, a céu aberto, no Largo José do Prado Franco. Um desses negociantes, afirma que a atividade de comercialização de frutas é “excelente”, pois garante o sustento e a educação dos filhos. Para ele, o que influencia nos preços dos produtos são o valor da aquisição, o custo de transporte e o número de atravessadores. Sua empresa opera comercializando frutas de Sergipe e do polo fruticultor de Juazeiro (BA) e Petrolina (PE) (Tabela 02).

Entre os principais problemas apontados por esse atacadista de frutas para a atividade estão a qualidade do produto, a vulnerabilidade dos mesmos, a concorrência e os encargos fiscais a pagar, principalmente no que se refere a encargos trabalhistas. Estes não fazem beneficiamento dos produtos, como também não se utilizam de crédito bancário para promover sua atividade.

Tabela 02 - Comércio Atacadista: Frutas comercializadas semanalmente.

Produtos	Quantidade comercializada semanalmente (toneladas)
Abacaxi	16
Banana	2
Caju	2,8
Limão	6
Manga	27,5
Maracujá	3,4
Mamão	30
Tangerina	11,34
Total	99,04

Fonte: Trabalho de Campo, 2009.

Com relação à comercialização realizada por pessoa física, esta é realizada no Largo José do Prado Franco, onde é incalculável o número de pessoas e veículos (caminhões, D-20, F-1000) que aportam as terças, quintas e sextas-feiras para a negociação de frutas. A comercialização nesse espaço ocorre das 02:00hs da manhã às 14:00hs da tarde principalmente. Nesse processo não se verificam cuidados com a manutenção da qualidade dos produtos que são expostos e transportados em caixotes de plástico, sendo procedentes do Platô de Neópolis e do Pólo Juazeiro (BA) /Petrolina (PE). Em virtude da grande oferta e da proximidade com o mercado distribuidor de Itabaiana, o destino desses produtos tem sido normalmente as feiras do estado e de cidades baianas próximas, como Coronel João Sá, Paripiranga, Geremoabo, Rio Real e Paulo Afonso (BA).

No mês de abril de 2009, foram importadas cerca de 1250 toneladas desses produtos, com destaque para: laranja, maçã, uva, morango, entre outras (SAPMA).

4.2 COMÉRCIO ATACADISTA DE VERDURAS

A comercialização de verduras, segundo a SAPMA, no mês de junho de 2009, teve uma movimentação de aproximadamente 660 toneladas importadas (Tabela 03 e figura 03). Essa movimentação fora realizada por 26 comerciante-intermediários localizados no Mercado de

Hortifrutigranjeiros de Itabaiana, através de 50 caminhões, com placas locais e de outras unidades federativas, a exemplo da Bahia, Minas Gerais e Espírito Santo.

Tabela 03 - Itabaiana: Verduras Importadas por Intermediários.

Produtos	Toneladas	Número de Atacadistas	Caminhões utilizados
Cebola	82,8	8	9
Repolho	55	2	4,5 ³
Pimentão	18	2	4
Tomate	282,88	10	18
Batatinha	135	6	9
Cenoura	66	2	4
Chuchu	18,75	2	1,5
Total	658,43	26	50

Fonte: SAPMA (Jun. 2009).

Organização: Diana Mendonça de Carvalho (2009).



Figura 03 - Comercialização de hortifrutigranjeiros no setor atacadista no mercado de Itabaiana/SE.

Foto: Diana Mendonça de Carvalho, 2010.

Em entrevista realizada com dois desses comerciante-intermediários, observou-se que os mesmos trabalham comercializando produtos adquiridos junto a agricultores da microrregião de Itabaiana, de Lagarto e de Simão Dias, além de promover a importação de outros estados, a exemplo da Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Goiás e Pernambuco (Tabela 04).

Segundo pai e filho atuantes desse segmento, a atividade de comercialização de verduras “[...] tem crescido bastante e cresce ainda hoje, depois que o governo estadual isentou de ICMS os nossos produtos, pois era um obstáculo”. Segundo eles, a estratégia de comercialização define-se no momento da compra e na seleção feita dos produtos. O preço desses alimentos é influenciado pela oferta e pela procura e entre os problemas apontados para a comercialização está a grande oferta e a alta concorrência. Esses se utilizam do transporte rodoviário para a condução das mercadorias, sendo normalmente utilizados, como eles definem o “caminhão truck”, com capacidade de aproximadamente 20.000 toneladas. Além disso, eles revelaram fazer empréstimos bancários,

³ A metade a que se referem os 4,5 representa uma divisão que os intermediários promovem no caminhão para transporte conjunto de outras verduras.

mesmo sendo “raras as vezes que isso acontece”, a fim de ofertar maior quantidade de produtos.

Tabela 04 - Itabaiana: Verduras comercializadas semanalmente por intermediários.

Produtos	Quantidade comercializada semanalmente (Toneladas)
Abóbora	15
Alho Regional	14
Açafrão	0,020
Alpiste	0,5
Pimentão	11
Tomate	80
Repolho	51
Couve	1
Chuchu	15
Abobrinha	1
Vagem	1
Acelga	1
Batata inglesa	50
Beterraba	15
Cebola	15
Cenoura	30
Total	300,52

Fonte: Trabalho de Campo, 2009.

Organização: Diana Mendonça de Carvalho (2009).

Segundo esses intermediários, o comerciante de hortifrutigranjeiros atua individualmente em Itabaiana, e é por isso que os intermediários utilizam como estratégia de comercialização sempre a venda dos melhores produtos possíveis, pois assim garantem a saída dele.

Para alguns desses comerciantes-intermediários, o que limita a comercialização de seus produtos, entretanto, é a falta de financiamento, os encargos fiscais e os encargos trabalhistas. Ao passo que, entre os problemas apontados nesse processo estão à qualidade, a vulnerabilidade do produto e a oferta ou a falta do produto. Tais pontos, associados ao valor da aquisição do produto, os custos com transporte, a estação do ano e a comparação dos preços com outros comerciantes acabam influenciando nos preços do mercado.

4.3 COMÉRCIO ATACADISTA DE FRANGOS E OVOS

Em contrapartida, entre os intermediários-produtores de frangos é visível a aquisição em fase inicial, de pintos de um dia que são engordados em suas granjas até atingirem uma idade adulta (frangos) e própria para o consumo.⁴

Os intermediário-produtores dos frangos trabalham abastecendo alguns abatedouros ou mantendo abatedouros próprios na área urbana. A atividade com granjas é autônoma, individual e por vezes envolve toda a família no contexto da unidade produtiva, além de manter mão-de-obra contratada para o abatimento e comercialização na área urbana.

Para um produtor-comerciante de Itabaiana, essa atividade requer como estratégia comercial, a existência e manutenção de alojamentos, onde os pintos tenham “[...] espaços pré-

⁴ O Transporte dos pintos de um dia tem ocorrido principalmente através de caminhões, a depender da distância em caminhões refrigerados, no turno da noite quando as temperaturas são mais brandas e menos danosas a saúde dessas aves.

determinados e tiragem programada (5 – 15 dias).” Segundo o mesmo, entre os fatores que problematizam a comercialização das aves, destacam-se: a baixa lucratividade e os custos na conservação do produto, como o controle de zoonoses⁵ (vacinas, tozinhas, microplasmoses, etc.); somado-se também, o excesso na oferta que justifica a oscilação dos preços do produto.

Além da comercialização de frangos, o comerciante-intermediário obtém lucro com a venda de compostos orgânicos provenientes dessa atividade, como o cama frango ou o esterco de frango e a revenda de pintos e ovos. Segundo ele, semanalmente são importados cerca de 7.000 aves e comercializados apenas 5% desse total. Com relação a frangos de corte são produzidos e abatidos em média, semanalmente, cerca de 60.000 aves plantel⁶ que supre regularmente sua unidade de comercialização, localizado no Largo Santo Antônio.

No que se refere à comercialização de ovos no município de Itabaiana observa-se que dois dos intermediários desse segmento movimentam semanalmente cerca de 1200 Caixas de ovos, que equivalem a um total de 432.000 unidades, da variedade, ovo branco e vermelho, de fornecedores de São Cristóvão, Areia Branca (SE), de Montes Claros (MG) e de Arapiraca (AL) e são comercializados em Aracaju, Lagarto e Itabaiana.

Por esse quadro, observa-se que o comércio de Itabaiana no segmento de hortifrutigranjeiros é forte, envolvendo centenas de pessoas e atendendo a uma demanda que abrange muitos municípios sergipanos e outros estados da região Nordeste do Brasil. Esse processo opera não só pela localização geográfica do município no centro do estado de Sergipe, que através da articulação rodoviária possibilita a integração de vários mercados, como também, pela tradição e pelo número de caminhões e caminhoneiros existentes nesse espaço. Nesse aspecto e pela opinião desses atacadistas, espera-se que a comercialização de hortifrutigranjeiros cresça ainda mais no município de Itabaiana, a fim de alcançar seu desenvolvimento econômico.

V CONSIDERAÇÕES FINAIS

O município de Itabaiana é o maior centro atacadista de distribuição de hortifrutigranjeiro no Estado de Sergipe/Brasil. Na rede urbana de Sergipe, esse município exerce a função de nó de comercialização agrícola. Essa comercialização ocorre durante toda a semana, mas se apresenta mais intensa as terças e quintas-feiras, quando as práticas se expandem por aproximadamente 10 km² do centro econômico da cidade, entre os largos José do Prado Franco, Largo Santo Antônio e ruas adjacentes ao Mercado de hortifrutigranjeiros, em função da atuação dos intermediários-atacadistas.

A condição da relação rural-urbana é muito forte em Itabaiana e define a existência de diversas cadeias produtivas entre os hortifrutigranjeiros, tanto entre aqueles produzidos, quanto entre os importados e comercializados nessa cidade. Essa cadeia atualmente pode ser compreendida por: 1-Fornecedores de insumos, agricultor, intermediários, varejistas e consumidor final.

A constituição dessa cadeia e sua manutenção têm contribuído para que a cidade de Itabaiana se mantenha como o maior centro de comercialização e de fluidez do estado, sendo responsável em grande parte, pela logística e transporte das mercadorias agrícolas, tanto em relação aos produzidos no município como em relação aos importados e exportados. Há produtos intermediados por atacadistas de Itabaiana que não chegam nem a entrar na cidade, pois já têm mercados certos, acordados pelo atacadista e pelo intermediário regional que fará a distribuição dos produtos adquiridos junto ao atacadista de Itabaiana, para feirantes e supermercados de outros municípios sergipanos, baianos e alagoanos. Deste modo, o alcance espacial dos produtos

⁵ Zoonoses são doenças de animais transmissíveis ao homem, bem como aquelas transmitidas do homem para os animais. Os agentes que desencadeiam essas afecções podem ser microorganismos diversos, como bactérias, fungos, vírus e helmintos, entre outros.

⁶ Aves de Plantel compreende um conjunto de frangos de raça fina e pacote genético selecionado.

comercializados em Itabaiana, cerca de 10 mil toneladas, por si só já explica a dinâmica do comércio de hortifrutigranjeiros no município, que conta com 5 mil veículos na distribuição desses produtos.

Apesar dessa condição, o mercado de Itabaiana ainda apresenta alguns problemas a serem resolvidos, podendo-se citar: 1- A falta de utilização de equipamentos que possibilite a manutenção da qualidade do produto no processo de importação; 2- A necessidade de melhoria na qualidade do produto ofertado ao consumidor final; 3- Redução da escala de intermediação e a consequente diminuição de preços do agricultor ao consumidor final; 4- A insuficiência do apoio governamental para promover melhores conexões entre os atores envolvidos na cadeia produtiva e para o estabelecimento de novos espaços de comercialização e de escoamento dos produtos; 5- A ausência de estímulos e incentivos para o processamento e o semi-processamento dos produtos agrícolas pós-colheita, tanto em relação aos produzidos, quanto em relação aos importados e exportados, a fim de manter qualidade, preço e reduzir danos e perdas; e 6- Procurar aliviar o espaço de comercialização através da dinamização da logística dos produtos e desafogar a concentração de veículos no espaço de comercialização dos hortifrutigranjeiros.

Alguns desses problemas têm sido refletidos e solucionados em partes. Em termos de produção, o semi-processamento tem sido realizado por duas empresas agrícolas de Itabaiana que atuam de modo individual e integrado aos sistemas de mercado. Quanto à ação do Estado e a busca por melhoria nos movimentos de caminhões no Largo José do Prado Franco e nas laterais do Mercado de Hortifrutigranjeiros de Itabaiana, a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Meio-Ambiente do Município de Itabaiana (SAPMA) tem empreendido a maximização do tempo de descarga dos veículos para duas horas, a fim de desobstruir o trânsito da área e possibilitar que a comercialização seja mais eficiente.

Com o escopo de melhorar a problemática nas articulações da cadeia produtiva e da comercialização agrícola e facilitar o trânsito na área central da cidade é necessária a edificação de um espaço que conjugue área ampla para carga e descarga e instalações para o armazenamento e a comercialização desses produtos, isto é, a construção de uma Central de Abastecimento (CEASA). Tal fixo, além de contribuir para a movimentação de maior volume de comercialização, também ajudaria a dinamizar novos espaços econômicos na área urbana de Itabaiana.

Por tudo isso, observa-se que a cidade de Itabaiana é o maior mercado atacadista do estado de Sergipe, competindo, em termos de atração comercial, com os maiores mercados atacadistas do nordeste, a exemplo de Salvador, Recife e Juazeiro. O crescimento da comercialização agrícola nessa cidade tem fortalecido o comércio varejista informal e subsidiado a proliferação de extensas redes de distribuição de hortifrutigranjeiros e contribuído para melhorar a estruturação do espaço urbano.

VI REFERÊNCIAS

AZEVEDO, P. F. Comercialização deficiente, informalidade e risco de preços: o mesmo problema? **Artigos Técnicos de Derivativos Agropecuários**. São Paulo: BM&F, n. 2, abril/maio/junho 2002. p.7-17. Disponível em <www.pensa.org.br/.../1632007155742_Comercializaçãodeficiente_informalidadeeriscodepreços.pdf>. Acesso em 11 de setembro de 2009.

BARROS, G. S. A. de C. **Economia da Comercialização Agrícola**. Piracicaba/SP: ESALQ, LES, CEPEA, 2007. Disponível em <http://www.cepea.esalq.usp.br/pdf/1_economia_comercializacao_agricola.pdf>. Acesso em 08 de dezembro de 2008.

BATALHA, Mário Otávio (Coord.). **Gestão agroindustrial**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2007. V. 1.

BECKER, B. K. A geopolítica na virada do milênio: Logística e Desenvolvimento sustentável. In: CASTRO, I. E. de (org.). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

CORTEZ, L. A. B.; HONÓRIO, S. L.; MORETTI, C. L. **Resfriamento de frutas e hortaliças**. Brasília: Embrapa Hortaliças E Embrapa Informação Tecnológica, 2002. 428 p.

ELIAS, D. **Globalização e agricultura: A região de Ribeirão Preto – SP**. Coleção Campi; 21. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

EMDAGRO. **Boletim de Comercialização Agrícola**, ano 2007. Secretaria de Estado da Agricultura e do Desenvolvimento rural e agrário. Aracaju: Governo de Sergipe, 2007. Disponível em < <http://www.emdagro.se.gov.br/modules/wfdownloads/singlefile.php?cid=1&lid=223>>. Acesso em 30 de maio de 2009.

_____. **Comparativo Safras Agrícolas 2007-2008**. Secretaria de Estado da Agricultura e do Desenvolvimento rural e agrário. Aracaju: Governo de Sergipe, 2008. Disponível em <<http://www.emdagro.se.gov.br/modules/tinyd0/index.php?id=57>>. Acesso em 30 de maio de 2009.

_____. **Informações Bacias Municipais: Município de Itabaiana**. Secretaria de Estado da Agricultura e do Desenvolvimento rural e agrário. Aracaju: Governo de Sergipe, 2008. Disponível em < <http://www.emdagro.se.gov.br/modules/tinyd0/index.php?id=59>>. Acesso em 30 de dezembro de 2009.

_____. **Informações Bacias Municipais: Município de Itabaiana**. Secretaria de Estado da Agricultura e do Desenvolvimento rural e agrário. Aracaju: Governo de Sergipe, 2008. Disponível em < <http://www.emdagro.se.gov.br/modules/tinyd0/index.php?id=59>>. Acesso em 30 de dezembro de 2009.

MARQUES, P. V.; AGUIAR, D. R. D. de. **Comercialização de produtos agrícolas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

SANTOS, M. **Espaço Dividido: Os dois Circuitos da Economia Urbana dos países Subdesenvolvidos**. Tradução Myrna T. rego Viana. 2ª Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

SAPMA - Secretaria de Agricultura, Pecuária e Meio-Ambiente do Município de Itabaiana, 2008-2009.

SILVA, L. C. da. Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas. Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Departamento de Engenharia Rural. **Boletim Técnico**. Mato Grosso do Sul: 01/05 em 21/04/2005. Disponível em: <<http://www.agais.com/ms0105.pdf>>. Acesso em 25 de novembro de 2008.

STEELE, H. L.; FILHO, F. M. V. & WELSH, R. S. **Comercialização agrícola**. 1ª Ed. São Paulo: 1971.

VILELA, N. J.; HENZ, G. P. Situação atual da participação das hortaliças do agronegócio brasileiro e perspectivas futuras. **Caderno de Ciência e Tecnologia**. Brasília: v17, n1, p.71-89, jan/abril, 2000. Disponível em < <http://webnotes.sct.embrapa.br/pdf/cct/v17/cc17n104.pdf>>. Acesso em 20 de maio de 2009.

VILELA, S. L. de. **Globalização e Emergência de Múltiplas Ruralidades: Reprodução Social de Agricultores Via Produtos para Nichos de Mercado**. Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas. São Paulo: Setembro/1999. Disponível em < <http://gipaf.cnptia.embrapa.br/publicacoes/artigos-e-trabalhos/tese-completa1.pdf/view>>. Acesso em 25 de novembro de 2008.