

E. Ciências Agrárias - 1. Agronomia - 4. Fitotecnia

ESTIMATIVA DE PERDAS DE TOMATE NO MERCADO VAREJISTA: ESTUDO DE CASO NA CIDADE DE SANTO ANTONIO DE JESUS □ BA

Rita Maria de Cássia Bittencourt Cardoso ¹

Elvis Lima Vieira ²

1. Doutoranda em Ciências Agrárias da UFRB

2. Prof. Dr. - Depto. de Fitotecnia da UFRB

INTRODUÇÃO:

O tomate é uma das hortaliças de maior importância econômica no mundo (FAO, 1998) todavia, observam-se elevados valores de perdas pós-colheita que começam no campo por ocasião da colheita e no preparo do produto para comercialização, prosseguindo nas centrais de abastecimento e outros atacadistas; na rede varejista e consumidores intermediários e finais. Conforme Costa & Caixeta Filho (1996), os maiores índices de perdas de tomate ocorrem principalmente em nível de varejo, e variam muito de região para região, meses do ano e entre lojas. De acordo com a Fundação João Pinheiro (1992), na rede varejista, em Minas Gerais, foram detectadas perdas de até 40% para tomate. Na cidade de São Paulo estimaram-se perdas de 34,4% de tomate no varejo (SAASP, 1995). Numa rede varejista do Distrito Federal observaram-se perdas médias totais de 30% tomate (Lana et al., 2000). As causas das diferentes variações de perdas são debitadas às embalagens inadequadas e ao manuseio incorreto dos produtos, qualidade das hortaliças recebidas, à forma de gerenciamento, instalações físicas das lojas (Lana et al., 1999). O objetivo deste trabalho foi estimar as perdas de tomate mercado varejista da cidade de Santo Antonio de Jesus □ Ba.

METODOLOGIA:

A estimativa das perdas pós-colheita de tomate foi realizada em quatro supermercados da cidade de Santo Antonio de Jesus - Ba, entre os meses de fevereiro a julho de 2010. O levantamento dos dados foi realizado através de entrevistas e aplicação de questionários diretamente com os encarregados do setor de hortifruiti de cada estabelecimento. Trabalhou-se com o tomate de mesa, cv. Débora. Para estimativa das perdas utilizou-se dos seguintes dados e informações: a) volume mensal de compra no equipamento de comercialização; b) volume mensal de perda no equipamento de comercialização; c) percentuais de perda (média ponderada por equipamento), considerando-se a diferença entre a quantidade comprada e a quantidade vendida no equipamento de comercialização, com base nos dados da pesquisa. Os dados foram tabulados e depurados por equipamento, tendo sido calculadas, posteriormente, as médias ponderadas de perdas, com base no peso obtido no equipamento, na venda ao consumidor final.

RESULTADOS:

Os supermercados apresentaram no mês de fevereiro maior volume de comercialização (27,6%). O mês de julho apresentou o menor volume de comercialização de tomate pelos supermercados (22,3%), pelo menor fluxo de comercialização da fruta na cidade. Considerando a diferença entre o volume total de compra e o volume total de perdas tomate pelos supermercados, o volume estimado das perdas de tomate no mercado varejista de Santo Antonio de Jesus foi de 1.418,30 toneladas. Verificou-se que entre os supermercados as médias mensais de perdas variaram entre 5,2 % a 6,9%. Durante o período da pesquisa a menor média de perda de tomate foi registrada no mês de fevereiro (2,5%) e a maior média no mês de julho (6,9%), representando uma diferença de 4,4% de perdas. A perda média de tomate no mercado varejista da cidade de Santo Antonio de Jesus foi de 5,1% do volume comercializado, considerando a média ponderada pela participação do equipamento na venda de tomate. Comparando os resultados desta pesquisa realizada pela Sudene em 1972, constata-se uma redução das perdas de tomate nos supermercados de 5,9% para 5,1%. Em relação aos dados obtidos por Lana et al (2000),

constata-se uma acentuada diferença de 30% para 5,1% de perdas, ou seja, um percentual de 24,1% de perdas entre estas pesquisas.

CONCLUSÃO:

1. O volume total estimado de perdas pós-colheita de tomate no mercado varejista de Santo Antonio de Jesus-Ba é de 1.4 toneladas.
2. A porcentagem média de perdas de tomate no mercado varejista da cidade de Santo Antonio de Jesus é de 5,1% do volume comercializado.
3. Manuseio inadequado, amadurecimento precoce e falta de refrigeração e climatização dos frutos são as principais causas de perdas de tomates no mercado varejista deste município.

Palavras-chave: *Lycopersicon esculentum* L, comercialização, varejo.