INTERFACE TECNOLÓGICA

O MERCADO "IN NATURA" DO LIMÃO TAHITI

THE "IN NATURA" MARKET FOR TAHITI LEMON

Fernando Demetrio Previdelli – fernandoprevideli@hotmail.com
Marcela Midori Yada de Almeida – marcelayada@gmail.com
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – São Paulo – Brasil

DOI: 10.31510/infa.v17i1.776

RESUMO

Inserido dentro do ramo da citricultura, o limão tahiti vem ganhando o mercado interno e externo. Propriedades de pequeno e médio porte vêm apostando na cultura nos últimos anos devido à rentabilidade elevada, fácil manejo e baixas perspectivas com outras culturas. O objetivo do trabalho é analisar o mercado "in natura" do limão tahiti, destacando a produção, a economia e o aspecto social da cultura no país. Visto que, atualmente, os estados de São Paulo, Bahia e Minas Gerais se destacam como os maiores produtores de limão thaiti. Devido ao seu uso diversificado, a fruta já é a sétima com mais demanda na CEAGESP, com possibilidade de aumento de consumo. No entanto, no cenário internacional há duas vertentes. A primeira, refere-se ao comércio com a União Europeia, principal comprador, destacando a Holanda e o Reino Unido. A outa vertente, é a não comercialização os Estados Unidos devido a problemas fitossanitários. Há também a diferenciação entre os preços do limão tahiti e da laranja. Todavia, há espaço para o crescimento do cultivo e da comercialização do limão thaiti, pois há possibilidade do aumento da renda familiar e, consequentemente, o consumo.

Palavras-chave: Lima ácida Tahiti. Comercialização. Consumo. Produção.

ABSTRACT

Inserted within the citrus industry, the Tahiti lemon has been winning the domestic and foreign market. Small and medium sized properties have been investing in culture in recent years due to high profitability, easy handling, and low prospects with other cultures. This article aims to analyze the "in natura" market for Tahiti lemon, highlighting the production, economy and social aspect of culture in the country. Today, the states of São Paulo, Bahia and Minas Gerais stand out as the largest tahiti lemon producers. Due to its diversified use, the fruit is already the seventh most in demand at CEAGESP, with the possibility of increasing consumption. However, in the international scenario there are two aspects. The first refers to trade with the European Union, the main buyer, especially the Netherlands and the United Kingdom. The other aspect is the non-commercialization with the United States due to phytosanitary problems. There is also a differentiation between the prices of Tahiti lemon and orange. There is room for growth in the cultivation and commercialization of the Tahiti lemon, as there is the possibility of increasing family income and, consequently, consumption.

Keywords: Acid Tahiti lemon. Commercialization. Consumption. Production.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, o Brasil vem se destacando como um produtor, e muitas vezes exportador, de frutas tropicais e subtropicais. Nesse contexto, destaca-se a citricultura, laranjas, tangerinas, limas e limões, sendo que, para o mercado de mesa, destacam-se os pequenos e médios agricultores e, para a indústria, a mercadoria é oriunda dos pomares de grandes produtores ou da própria indústria.

A grande maioria das plantas cítricas, como os limões, limas e laranjas provêm da Ásia e, sendo mais específico, o limoeiro no início, era um simples arbusto que se espalhava espontaneamente nos campos compreendidos entre a Índia e o sudeste do Himalaia (ITACITRUS, 2010).

Em relação ao limão tahiti (*Citrus latifonia* (Yu. Tanaka) Tanaka), a sua origem no mundo não é claramente conhecida, mas, no Brasil, é plausível que tenha sido introduzido diretamente do Mediterrâneo a partir do século XVII (ITACITRUS, 2010).

Segundo Azevêdo (2003), a história da citricultura brasileira está intimamente ligada à própria história do país, isto é, poucos anos após a descoberta do Brasil, entre 1530 e 1540, os portugueses introduziram as primeiras sementes de laranja doce nos Estados da Bahia e São Paulo. Dadas às condições ecológicas favoráveis, as plantas produziram satisfatoriamente, a ponto de os frutos da laranja 'Bahia' serem reconhecidas ainda no Brasil Colônia como maiores, mais sucosos e de excelente qualidade do que os produzidos em Portugal. Mas, somente a partir dos anos 1930, a citricultura começou a ser implantada comercialmente nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia, tendo apresentado maiores índices de crescimento nos estados do Sudeste e Sul.

O limao tahiti é resultante do cruzamento do Limão Siciliano com a Lima-da-Pérsia, portanto uma variedade hibrida, além disso, a fruta também recebe o nome, principalmente na Europa, de Lima Ácida Tahiti (ITACITRUS, 2010).

Com dados obtidos na Revista Hortifruti Brasil, o Brasil é o segundo maior produtor mundial de limão tahiti. Internamente, os principais Estados produtores, no ano de 2017, foram: 1° São Paulo (978.860 ton e 25.869 ha), 2° Bahia (62.018 ton e 5.829 ha) e 3° Minas Gerais (48.020 ton e 2.662 ha). Além disso, destacam-se como centros produtores no Estado de São Paulo, as cidades de Bebedouro, Limeira, Matão e Votuporanga.

Segundo o SEBRAE (2016), o suco natural do limão tahiti pode ser usado na culinária, na limpeza, no preparo de alimentos e de bebidas. Além disso, também pode ser utilizado na produção de suco concentrado, em que, 40% a 50% do fruto vai para a indústria e o restante é resíduo industrial, que contém pectina, vitamina C e fibras podendo ser destinado para as indústrias alimentícias farmacêuticas e de rações. O óleo essencial da casca é também usado nas indústrias farmacêuticas, de bebidas e de cosméticos.

O objetivo desse artigo é analisar o mercado do limão tahiti, destacando o lado produtivo, econômico e social da cultura no Brasil.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O limão tahiti (Figura 1) apresenta uma rentabilidade, em muitos casos, superior ao da laranja, pois os pomares de laranja foram prejudicados com o avanço do greening (*Candidatus Liberibacter* spp.) além da concorrência da cana de açúcar. Com isso, atraiu a atenção de pequenos e médios citricultores no interior de São Paulo (NEVES et al., 2010).

Figura 1 - Limão Tahiti



Fonte: MF RURAL, 2020.

Com isso, segundo CEAGESP (2020), o limão é o sétimo produto mais comercializado na Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP), sendo que, no ano de 2017, foram comercializadas 114.439,62 toneladas da fruta. E, segundo Geraldini e Ribeiro (2019), em 2018, a venda da fruta no mercado interno alcançou um volume de 389,90 mil toneladas.

No comércio internacional o principal comprador é a União Europeia (ROSSI e PANDOLFI, 2019). Em 2018, o bloco adquiriu um volume de 92.243.095 toneladas entre limões e limas, um aumento de 48% se comparado a 2011 e, além disso, a fruta está se popularizando na Europa com tendência de crescimento do mercado no continente (GERALDINI e RIBEIRO, 2019).

No entanto, para entrar no mercado exterior, os exportadores brasileiros estão permanentemente atentos às preferências de seus mercados importadores (NEVES et al., 2010). No caso da Europa, as principais exigências dos importadores europeus são em relação à segurança (saúde do consumidor, níveis de contaminantes, resíduos de pesticidas), qualidade (apelo sensorial e compliance com especificações técnicas), autenticidade (adulteração, compliance com legislação), rastreabilidade (identidade do produto na cadeia de sucos de frutas, facilidade para encontrar origem de possíveis problemas), e a percepção dos consumidores (imagem do produto, origem). Quanto aos requerimentos legais, deve-se observar a legislação local, o Codex alimentarius, a legislação do mercado exportador (legislação sobre alimentos, sucos, contaminantes, aditivos, pesticidas, alergênicos, orgânicos).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O referencial teórico teve como base principal o cenário atual e os padrões exigidos para sua denominação e suas principais características. Foi realizada uma revisão bibliográfica utilizando materiais disponíveis em livros, materiais eletrônicos, boletins técnicos e artigos científicos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fruticultura brasileira alcançou a marca de 16% de aumento em volume nas exportações de frutas, em 2019, e foram exportados mais de 980 milhões de toneladas, comparadas a 848 milhões em 2018, sendo que o limão contribuiu com 10% do volume exportado (ABRAFRUTAS, 2020). E, segundo a Associação brasileira dos produtores exportadores de frutas e derivados (ABRAFRUTAS) o volume exportado de limões em 2019 foi de 107.600.811Kg.

Como já mencionado anteriormente, o principal comprador do limão tahiti brasileiro é a União Europeia, e, segundo Moitinho (2016), no bloco, destacam-se Holanda e Reino Unido que adquiriram 84% da fruta destinadas à Europa.

Outro mercado para adentrar a fruta brasileira é o mercado norte americano, mas nos Estados Unidos, o Brasil ainda não tem acesso, pois o limão produzido não consegue atravessar as barreiras legislativas e as fitossanitárias, impostas pelo país, que temem a mosca das frutas, impedindo a importação de diversas frutas. Contudo, os Estados Unidos importam 400 mil toneladas anuais da fruta e têm o México como principal vendedor, figurando como o maior comprador mundial.

Além disso, outro mercado importante a ser desfrutado é os dos países árabes, pois, segundo os dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) (2019) em 2018 as exportações agropecuárias brasileiras aos 22 países árabes e integrantes da Organização Para a Cooperação Islâmica, totalizando 55 nações, somaram US$ 16,13 bilhões, o que representa 19% do total das vendas brasileiras no exterior.

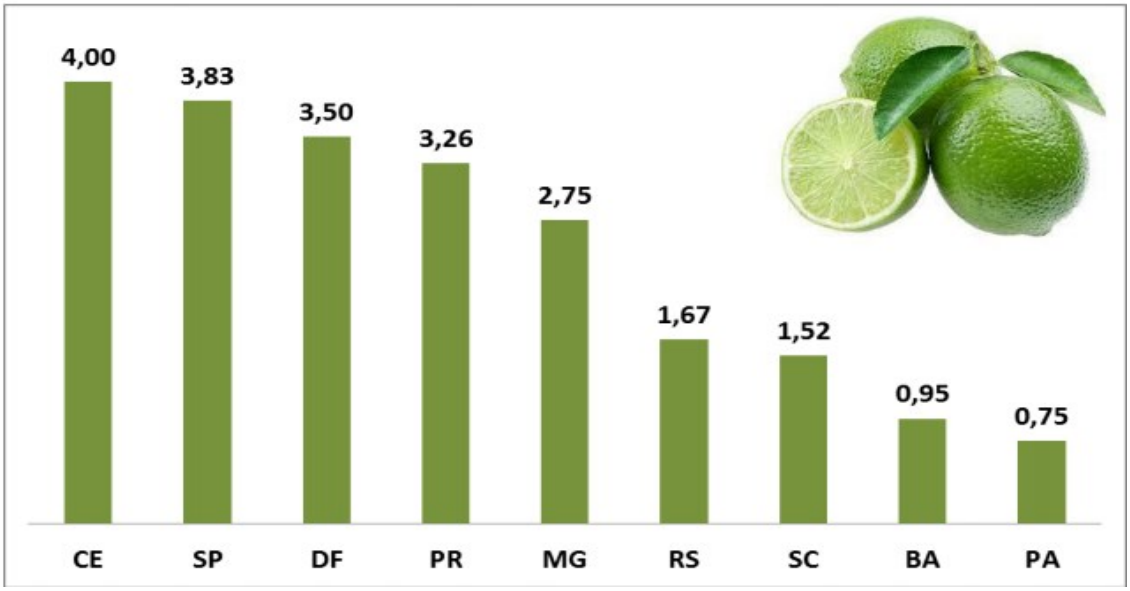
De fato, o cenário para o limão é promissor porque o Brasil tem se tornado cada vez mais referência e um grande fornecedor confiável da fruta. E, segundo Geraldini e Ribeiro (2019), a população está prevista para crescer apenas 4% até 2023, o que sinaliza um aumento no consumo *per capita* nos próximos três anos.

Atualmente, segundo Maldonado (2018) o consumo brasileiro de limão é de 0,549 kg/ano enquanto o mundial é de 1,940 kg/ano verificando assim um elevado potencial para o crescimento no mercado interno.

Apesar da sazonalidade da produção da fruta, Moitinho (2016) descreve que o motivo para os produtores seguirem no ramo é o ótimo preço da fruta. No mercado internacional, a valorização pode chegar a 25% comparado com os preços do mercado interno. O Brasil colhe atualmente, 1,1 milhão de toneladas de limão, das quais 91% ficam no mercado interno e 9% são exportadas. É justamente a fruta para exportação, por causa da moeda americana valorizada, que tem atraído os produtores.

Os preços do limão tahiti nas Centrais de Abastecimento (CEASAS) nos estados do Brasil em 18/05/2018 estão na Figura 2. Observa-se uma grande variação de preços de R$ 4,00 no Ceará e R$ 3,83 e São Paulo até R$ 0,75 no Pará.

Figura 2 - Preços do limão Tahiti em CEASAS de vários estados, em 18/05/2018, em R$/Kg.



Fonte: JOÃO (2019)

No entanto, para a HF Brasil (2020), o preço da caixa de 27 kg de limão tahiti em abril de 2020 varia entre R$14,31 e R$12,76 posta na banca e colhida, mas, ainda no campo, o preço é de R$12,01.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise do mercado do limão tahiti no Brasil, conclui-se que, a cadeia produtiva encontra alguns desafios na sua produção, como a manutenção da qualidade e segurança fitossanitária para continuar no mercado internacional, sendo necessária maior padronização e qualidade para o mercado interno, aumento da competitividade sem comprometer os custos e aumento da produção na época de sazonalidade da fruta.

Através do aperfeiçoamento da qualidade e do beneficiamento e com o processo de certificação e rastreabilidade, a fruta poderá adentrar em mercados que antes eram inacessíveis, como o mercado norte-americano. E, com isso, o produtor poderá aumentar a sua renda proporcionando assim melhorias na propriedade rural, como também, na sua qualidade de vida.

REFERÊNCIAS

AZEVÊDO, C.L.L. Sistema de produção de citros para o Nordeste. **Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical: Sistema de Produção**, 16, 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES EXPORTADORES DE FRUTAS E DERIVADOS (ABRAFRUTAS). **Estatística de exportações de frutas em 2019.** 2020. Disponível em: https://abrafrutas.org/2020/01/28/8825/ Acesso em: 20 de maio de 2020.

COMPANHIA DE ENTREPOSTOS E ARMAZÉNS GERAIS DE SÃO PAULO (CEAGESP). **Limão tahiti (taiti).** 2020. Disponível em: http://www.ceagesp.gov.br/guia-ceagesp/limao/.Acesso em: 06 de abril de 2020.

GERALDINI, F.; RIBEIRO, M.C. Lima ácida tahiti: mercado e perspectivas para 2019. **Revista Hortifruti Brasil.** Disponível em: https://www.hfbrasil.org.br/upload/kceditor/files/Dia%20do%20Lima%cc%83o%20PDF.pdf. Acesso em: 05 de abril de 2020.

HF BRASIL. **Preços médios dos hortifrutícolas.** 2020. Disponível em: https://www.hfbrasil.org.br/br/banco-de-dados-precos-medios-dos-hortifruticolas.aspx. Acesso em: 06 de abril de 2020.

ITACITRUS. **A origem do limão tahiti.** 2010. Disponível em: http://itacitrus.com/international/pt/Tahiti.aspx. Acesso em: 05 de abril de 2020.

JOÃO, P.L. Panorama mundial e brasileiro do limão. **UFRGS**. 2019. Disponível em: https://www.ufrgs.br/grupex/wp-content/uploads/2019/03/6-LIPP-Panorama-do-Limao-no-RS.pdf. Acesso em: 07 de abril de 2020.

MALDONADO, I. **Com mercado garantido, limão taiti vira alternativa para a fruticultura.** TNONLINE. 2018. Disponível em: https://tnonline.uol.com.br/noticias/vale-do-ivai/regiao/,465354,16,04,com-mercado-garantido-limao-taiti-vira-alternativa-para-a-fruticultura. Acesso em: 20 de maio de 2020.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Ministra inicia nesta quarta-feira viagem ao oriente médio para ampliar relações comerciais.** 2019. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/ministra-inicia-viagem-ao-oriente-medio-para-ampliar-relacoes-comerciais-agricolas. Acesso em: 20 de maio de 2020.

MOITINHO, F. O doce negócio do limão. **Revista Dinheiro Rural.** 2016. Disponível em: https://www.dinheirorural.com.br/secao/agronegocios/o-doce-negocio-do-limao. Acesso em: 06 de abril de 2020.

NEVES, M.F. et al. **O retrato da citricultura brasileira.** São Paulo: CitrusBR. 2010.

ROSSI, P.L.; PANDOLFI, M.A.C. Análise de mercado da lima ácida Thaiti. **Revista Interface Tecnológica**, v. 16, n. 2, p. 255-263, 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **O cultivo e o mercado do limão.** 2016. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-cultivo-e-o-mercado-do-limao,9e7a9e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em: 05 abril 2020.