

O comercio atacadista de frutas no Distrito Federal: Uma análise exploratória

Wholesale fruit trade in the Federal District: An exploratory analysis

El comercio al por mayor de frutas en el Distrito Federal: Un análisis exploratorio

Recebido: 19/07/2024 | Revisado: 31/07/2024 | Aceitado: 01/08/2024 | Publicado: 04/08/2024

Igor Lima Edwards

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2142-0081>

Universidade de Brasília, Brasil

E-mail: igoredw@gmail.com

Solange da Costa Nogueira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0895-6464>

Universidade de Brasília, Brasil

E-mail: nogueirasc@unb.br

Márcio de Carvalho Pires

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2874-8398>

Universidade de Brasília, Brasil

E-mail: mcpires@unb.br

Maurício Ferreira Lopes

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8365-0145>

Companhia Nacional de Abastecimento, Brasil

E-mail: mauricioagronomo@yahoo.com.br

Resumo

O objetivo deste trabalho foi analisar o comércio atacadista de frutas no Distrito Federal a partir de uma pesquisa exploratória realizada com empresas que representam o setor. Especificamente se buscou identificar o perfil das empresas, explicitar características das transações, elucidar aspectos da oferta e conhecer os desafios enfrentados pelo setor atacadista de frutas local. A metodologia utilizada consistiu de pesquisa de campo, havendo aplicação de questionário online e entrevistas presenciais com gestores de empreendimentos. Como resultado se constatou-se a presença significativa de empresas de médio porte (com até 100 funcionários) e com mais de dez anos de funcionamento. Tais empresas fazem contratos com produtores rurais e também, contém produção. Além disso, abastecem diversos tipos de estabelecimentos varejistas (desde feirantes até hipermercados), atuam em mais outros cinco estados da federação (MG, RJ, SP, BA, GO e TO) e vendem até 31 tipos de frutas, destacando-se, banana, mamão, maçã e uva. Como conclusão pode-se afirmar que o setor atacadista de frutas no Distrito Federal, desempenha um papel significativo no abastecimento local e regional e está composto por empresa sólidas e experientes, que atendem a um amplo mercado regional e nacional. Elas se destacam por sua longevidade, capacidade de auto abastecimento, ampla distribuição e foco na qualidade dos produtos. No entanto, a entrada e a permanência nesse mercado requer grandes esforços para suportar os custos com equipamentos e logística de transporte e armazenagem, além de enfrentar a concorrência desleal, os impostos elevados e a falta de apoio governamental ao setor.

Palavras-chave: Frutas; Comércio; Distrito Federal.

Abstract

The aim of this study was to analyze the fruit wholesale trade in the Federal District based on an exploratory survey of companies representing the sector. Specifically, it sought to identify the profile of the companies, explain the characteristics of the transactions, elucidate aspects of supply and learn about the challenges faced by the local fruit wholesale sector. The methodology used consisted of field research, using an online questionnaire and face-to-face interviews with business managers. The result was a significant number of medium-sized companies (with up to 100 employees) that have been in operation for more than ten years. These companies make contracts with rural producers and also contain production. In addition, they supply various types of retail outlets (from street markets to hypermarkets), operate in five other states (MG, RJ, SP, BA, GO and TO) and sell up to 31 types of fruit, including bananas, papaya, apples and grapes. In conclusion, it can be said that the fruit wholesale sector in the Federal District plays a significant role in local and regional supply and is made up of solid, experienced companies that serve a broad regional and national market. They stand out for their longevity, capacity for self-supply, wide distribution and focus on product quality. However, entering and remaining in this market requires great efforts to bear the costs of equipment and transportation and storage logistics, as well as facing unfair competition, high taxes and a lack of government support for the sector.

Keywords: Fruits; Commerce; Federal District.

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar el comercio mayorista de frutas en el Distrito Federal a partir de una encuesta exploratoria a empresas representativas del sector. Específicamente, se buscó identificar el perfil de las empresas, explicar las características de las transacciones, dilucidar aspectos de la oferta y conocer los retos que enfrenta el sector mayorista frutícola local. La metodología utilizada consistió en una investigación de campo, mediante un cuestionario online y entrevistas cara a cara con los responsables de las empresas. El resultado fue un número significativo de empresas medianas (con hasta 100 empleados) que llevan funcionando más de diez años. Estas empresas tienen contratos con productores rurales y también contienen la producción. Además, abastecen a diversos tipos de puntos de venta al por menor (desde puestos de mercado hasta hipermercados), operan en otros cinco estados (MG, RJ, SP, BA, GO y TO) y venden hasta 31 tipos de fruta, como plátanos, papaya, manzanas y uvas. En conclusión, se puede afirmar que el sector mayorista de frutas en el Distrito Federal desempeña un papel significativo en el abastecimiento local y regional y está formado por empresas sólidas y experimentadas que atienden a un amplio mercado regional y nacional. Destacan por su longevidad, capacidad de autoabastecimiento, amplia distribución y enfoque en la calidad del producto. Sin embargo, entrar y permanecer en este mercado exige grandes esfuerzos para sufragar los costes de equipamiento y logística de transporte y almacenamiento, además de enfrentarse a la competencia desleal, los elevados impuestos y la falta de apoyo gubernamental al sector.

Palabras clave: Frutas; Negócio; Distrito Federal.

1. Introdução

1.1 A comercialização agrícola e os estabelecimentos atacadistas de frutas

A comercialização agrícola designa o processo contínuo e organizado de transmissão da produção agrícola pelos canais de comercialização em que os produtos sofrem transformação, diferenciação e agregação de valor. Esse processo ocorre através de canais de distribuição (ou de comercialização) onde diversos agentes desempenham cada qual sua função dentro de uma cadeia de etapas por onde passa o produto agrícola até chegar ao consumidor final (Mendes & Padilha Jr., 2007).

Kotler (1998) define um canal de distribuição como um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo pelo qual um produto ou serviço é disponibilizado para uso ou consumo. Conforme o autor há um conjunto de agentes envolvidos nos canais de comercialização atuando para que o processo como um todo cumpra a função de disponibilizar os produtos aos consumidores. Neves (2000) destaca como agentes dos canais de distribuição àqueles que compram os produtos da indústria de alimentos e bebidas no trajeto até chegar ao consumidor final. Dentre esses agentes encontram-se os atacadistas, que vendem, em sua maioria, para os estabelecimentos varejistas que vendem os produtos para os consumidores finais, tais como: os hipermercados, supermercados, açougues, varejões e sacolões, mercearias, padarias, lojas de conveniência, entre outros, além das empresas de serviços de alimentação, como os restaurantes, o fast-food, as cozinhas industriais e os estabelecimentos de refeições coletivas, entre outros.

Segundo Kotler (2006), os agentes intermediários são importantes para o funcionamento de toda a cadeia produtiva em múltiplos setores, pois conectam os fabricantes aos pontos de venda. No agronegócio a mediação dos intermediários atacadistas é de grande importância para o abastecimento das cidades, na medida em que os produtos agrícolas se encontram dispersos geograficamente. Tais agentes fazem a ponte entre os locais de produção agrícola e os estabelecimentos varejistas localizados nas cidades, garantindo disponibilidade de produtos de acordo com a demanda do mercado (Neves, 2000). Os quais revestem-se de grande importância no agronegócio dada a perecibilidade dos produtos e dos requerimentos de oferta diversificada (Waquil et al., 2010).

O segmento atacadista é composto por estabelecimentos que compram e armazenam grandes quantidades de produtos, os quais, posteriormente, são repassados, em quantidades menores, a outros comerciantes, que os vendem aos usuários finais ou consumidores. Logo, o atacado é uma forma de comércio especializada na venda de produtos a granel para revendedores e lojas varejo. A finalidade desse tipo de transação é disponibilizar ao comerciante varejista uma grande diversidade de produto a um preço inferior àquele que será cobrado dos consumidores finais. Não obstante, se por um lado, a presença de atacadistas, onera o preço a ser pago pelo consumidor, por outro lado, torna possível que os produtores escoem sua produção de forma

rápida sem precisar negociar com um número elevado de compradores de menor porte (Sandroni, 1994).

1.2 O comércio de frutas e o abastecimento das cidades

Segundo Rodrigues (2015), a fruticultura é um mercado que está intrinsicamente ligado ao prazer, envolvendo a beleza das cores das frutas, seu aroma adocicado e característico, que chega a evocar lembranças de diferentes fases da vida, e a doçura que agrada ao paladar. São diversos os elementos que são apreciados pelos sentidos, incluindo até mesmo a forma como os produtos são manuseados. Tem sido observado um cenário promissor na fruticultura brasileira nos últimos anos, com avanços significativos tanto em termos de aumento na produtividade quanto no fortalecimento das relações comerciais internacionais (Brasil, 2007).

Diversos estudos e análises têm mostrado que o setor de fruticultura desempenha um papel fundamental no contexto do agronegócio brasileiro, sendo um dos principais geradores de renda, emprego e desenvolvimento rural (Neves, 2010; Oliveira & Batalha, 2021). Os índices de produtividade e os resultados comerciais recentes evidenciam não apenas a robustez, mas também o potencial significativo desse segmento produtivo (Buainain & Batalha, 2007).

O segmento atacadista, no agronegócio, contribui para a regulação da oferta, uma vez que adquire em diversos locais de cultivo e transporta para regiões onde há pouca ou nenhuma produção abastecendo redes varejistas locais (Oliveira, 2019). Deste modo, os atacadistas desempenham um papel fundamental na cadeia de abastecimento de frutas, fornecendo aos varejistas e prestadores de serviços alimentares os produtos de que necessitam e permitindo-lhes oferecer uma ampla variedade de mercadorias.

No estudo denominado "Cadeia produtiva de frutas", publicado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento em 2007, é possível constatar o relevante papel do setor de atacado no mercado de frutas. Conforme o estudo, as empresas atacadistas de frutas, ao realizarem serviços de transporte e armazenamento após a colheita, promovem a conservação do produto até chegar nas lojas de varejo, retardando as perdas por deterioração e preservando as qualidades principais desses alimentos que serão vendidos, em seguida, aos consumidores finais (Brasil, 2007).

Para Cunha e Belik (2012), o segmento atacadista no agronegócio brasileiro vem passando por modificações ao longo dos anos, substituindo uma estrutura fortemente coordenada pelas Centrais de Abastecimento por outras redes de mercado paralelo, onde se sobressai o serviço de abastecimento regular de pequenas e médias lojas de varejo por empresa atacadistas. Para os autores, isso tem ocorrido em função de maior dependência da logística, como resultado dos padrões de qualidade cada vez mais altos, maior detalhamento na legislação e maiores exigências por parte do consumidor.

A atuação dos atacadistas no fornecimento de redes locais de abastecimento de frutas foi demonstrada por Carvalho, Alcântara e Costa (2015) ao estudar o mercado atacadista de hortifrutigranjeiros na cidade de Itatiaia, no estado do Rio de Janeiro. Os autores identificaram uma rede coordenada conectando empresas atacadistas e empresas varejistas ao ponto de muitos produtos hortifrutigranjeiros nem passarem pela zona urbana, mas serem destinados diretamente para estabelecimentos varejistas mediante acordos prévios. Os autores concluíram que tais estabelecimentos atacadistas contribuem para o crescimento da comercialização agrícola na cidade, fortalecendo o comércio varejista, subsidiando a proliferação de extensas redes de distribuição de hortifrutigranjeiros e contribuindo para melhorar a estruturação do espaço urbano.

No entanto, a cadeia produtiva de frutas no Brasil ainda apresenta diversos desafios de consolidação, enfrentando problemas climáticos na produção, aumento nos custos dos insumos e, conseqüentemente, aumento nos preços para o consumidor, o que reforça o baixo consumo, afetando os ganhos econômicos de todos os agentes envolvidos. Ademais, diversos outros desafios estão presentes nos segmentos da cadeia produtiva de frutas no Brasil. Aliado à falta de hábito no consumo de frutas pelos consumidores brasileiros, a própria natureza das frutas, em que a mercadoria é altamente perecível,

aliada aos quesitos de praticidade do mercado varejista, confere particularidades ao ambiente de comércio e desafios aos agentes econômicos em questão. Neste cenário, o presente estudo visa elucidar aspectos desse ambiente de comércio como subsídio para a tomada de decisões pelos agentes da cadeia produtiva local e regional.

1.3 O comércio de frutas e o abastecimento das cidades

No Distrito Federal, onde a maior parte da população reside nos centros urbanos (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2022) e a produção de frutas ainda se encontra em fase de expansão (Faleiro et al., 2019), os comerciantes atacadistas de frutas assumem um importante papel no abastecimento local. Desde a logística de transporte até as condições de entrega no tempo e nas lojas varejistas, os atacadistas estão presentes.

O comércio de frutas no DF abrange a produção local representada pelas frutas adaptadas na região, bem como uma grande variedade de frutas oriundas de outras regiões, uma vez que há pouca tradição na produção de frutas no DF. Dentre as frutas produzidas localmente destacam-se a goiaba pelo volume produzido (7.687,44 toneladas em 2021), os citros (laranja, limão, tangerina) pela área plantada (401.635 hectares), além de banana e abacate pelo número de agricultores que se dedicam a essas culturas (835 e 518 agricultores, respectivamente) (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal [EMATER-DF], 2022).

Para Faleiro et al. (2019), dentre os problemas da fruticultura no DF, destaca-se a falta de informação sobre as tendências de mercado, o que seria útil para definir as recomendações de plantio de acordo com a demanda. Segundo os autores, “tão importante quanto produzir bem e com qualidade é a conquista e abertura de novos mercados e novas vias de comercialização das frutas ou de seus produtos processados” (Faleiro et al., 2019, p. 38).

Portanto, conhecer o mercado e os agentes que atuam no segmento de distribuição é imprescindível para o melhor planejamento das atividades e posicionamento no mercado. Ao mesmo tempo, a própria natureza das frutas, em que a mercadoria é altamente perecível, aliada aos quesitos de qualidade do mercado varejista e do consumidor local (Almeida et al., 2017), impõem diversos desafios aos agentes do comércio em questão. As condições de transporte e armazenamento influenciam na qualidade das mercadorias, os produtos têm pouco tempo de prateleira (dada a alta perecibilidade) e o consumo é alto e regular.

Neste cenário, o presente estudo visa elucidar aspectos desse ambiente de comércio como subsídio para a tomada de decisões pelos agentes da cadeia produtiva local e regional. O objetivo principal deste estudo foi fazer uma análise do comércio atacadista de frutas no Distrito Federal a partir de uma pesquisa exploratória realizada com empresas que representam o setor. Como objetivos complementares, buscou-se: identificar o perfil das empresas que atuam no setor; identificar características das transações comerciais quanto à forma de garantir o abastecimento com fornecedores; elucidar aspectos de demanda do mercado mediante requerimentos em sortimento de tipos de frutas; e conhecer os desafios enfrentados pelo setor atacadista de frutas no Distrito Federal.

No DF, o mercado consumidor é altamente exigente em diversificação de frutas, dado o alto poder aquisitivo de muitas famílias e das tendências de aquisição de hábitos alimentares saudáveis (Almeida et al., 2017). Nesse processo, o setor atacadista assume grande relevância, possibilitando que os consumidores possam adquirir uma grande variedade de frutas nacionais e, também, importadas.

O objetivo deste trabalho foi analisar o comércio atacadista de frutas no Distrito Federal a partir de uma pesquisa exploratória realizada com empresas que representam o setor, elucidando aspectos gerais sobre o perfil de tais empresas e de suas transações, bem como sobre a oferta de frutas ao mercado varejista local.

2. Metodologia

O trabalho caracteriza-se como uma pesquisa exploratória onde se busca investigar um tema ou questão de maneira abrangente, visando compreender suas particularidades, se familiarizar com o assunto e identificar tópicos relacionados que requerem mais pesquisas (Lakatos & Marconi, 1991). Especificamente, buscou-se compreender melhor o comércio atacadista de frutas, cujos atores têm presença marcante no abastecimento das cidades.

A área geográfica de estudo abrangeu os espaços de comércio atacadista de frutas do Distrito Federal, cuja maior concentração encontra-se no CEASA-DF. As unidades de análise foram as empresas atacadistas atuantes no Distrito Federal, das quais obteve-se uma amostra proposital (Selltiz et al., 1987) de 12 empreendimentos, conforme o consentimento dos gerentes em participar. Houve a aplicação de questionário online e entrevistas presenciais com gestores de doze empresas atacadistas locais. Os instrumentos de coleta de dados foram a aplicação de questionários, observação e registro fotográfico dos produtos expostos nas câmaras frias, caixas e veículos.

As variáveis estudadas foram: 1) tempo de atuação no mercado; 2) porte das empresas (número de funcionários da empresa, quantidade de estados atendidos); 3) transações com fornecedores (abastecimento dos estabelecimentos atacadistas); 4) diversidade de frutas comercializadas; 5) frutas mais comercializadas; 6) tipos e quantidade de estabelecimentos abastecidos pelos atacadistas; e 7) desafios para o comércio de frutas.

Após a coleta de dados, foi realizada uma análise descritiva das variáveis estudadas, por meio do uso de tabelas e planilhas, com a apresentação e descrição dos dados coletados. Para o tratamento dos dados, as entrevistas realizadas no CEASA-DF foram digitadas nos formulários do Google Forms, utilizados como questionário, a fim de permitir a geração de relatórios baseados em todos os dados coletados. Sendo assim, a análise e interpretação dos dados foi baseada nos primeiros relatórios de pesquisa gerados pelo próprio Google Forms. Adicionalmente, algumas questões foram inseridas em planilhas eletrônicas a fim de comparar as respostas e, conforme a descrição de cada variável, foi possível realizar as demais análises e interpretação dos resultados.

2.1 Caracterização da pesquisa e as variáveis sob estudo

O presente estudo consiste em uma pesquisa exploratória-descritiva (Trivinos, 1987; Lakatos & Marconi, 1991) onde se busca conhecer mais sobre o tema, procurando compreender suas características e possíveis questões. Como abordagem de pesquisa, optou-se pelo enfoque qualitativo, onde foram realizadas descrições qualitativas e quantitativas combinadas, uma vez que não há dicotomia entre ambos os tipos de dados e a adoção de informações numéricas pode corroborar e/ou esclarecer percepções e opiniões fornecidas por entrevistados (Lakatos & Marconi, 1991).

As variáveis estudadas foram: 1) tempo de atuação no mercado; 2) porte das empresas (número de funcionários da empresa, quantidade de estados atendidos); 3) transações com fornecedores (abastecimento dos estabelecimentos atacadistas); 4) diversidade de frutas comercializadas; 5) frutas mais comercializadas; 6) tipos e quantidade de estabelecimentos abastecidos pelos atacadistas; e 7) desafios para o comércio de frutas.

2.2 Estimativa populacional e amostragem

A população sob estudo é composta pelo conjunto de empresas atacadistas de frutas com instalações físicas dentro do Distrito Federal, cuja quantidade não se encontra prontamente disponível em um cadastro distrital (sendo de difícil mensuração). Sendo assim, para obter uma estimativa do tamanho da população, foram realizadas buscas na internet com os termos "atacadistas de frutas do Distrito Federal" e "Distribuidor de frutas do Distrito Federal", onde foram identificados 19 estabelecimentos, sendo 15 deles situados dentro das Centrais de Abastecimento do Distrito Federal (CEASA-DF).

Com essa população inicial, procedeu-se à primeira fase da coleta de dados, no mês de agosto de 2023, quando um questionário elaborado no aplicativo Google Forms foi enviado a todos os 19 estabelecimentos disponíveis na internet, dos quais retornaram apenas cinco respostas.

Na segunda fase da coleta de dados, a pesquisa restringiu-se ao ambiente do CEASA-DF, onde um guia telefônico institucional possibilitou identificar 61 estabelecimentos operando internamente nos pavilhões do CEASA-DF (sendo 15 deles já identificados anteriormente na internet). Com as informações do referido guia adicionadas àquelas já obtidas pela busca na internet, chegou-se a uma estimativa populacional de 65 empresas atacadistas de frutas operando no Distrito Federal.

Nessa segunda etapa, foi selecionada uma amostra proposital (Selltiz et al., 1987), conforme o consentimento dos responsáveis por cada estabelecimento, em um total de 7 indivíduos entrevistados representando 7 estabelecimentos.

Ao todo, a amostra foi composta de 12 estabelecimentos (questionários online e entrevistas presenciais), o que significa 18% da população total de empresas atacadistas de distribuição de frutas atuando no Distrito Federal.

É importante salientar que se preservou o anonimato dos informantes, bem como o nome das empresas estudadas, mantendo os princípios éticos da pesquisa científica.

Como complemento, durante as visitas ao CEASA e aos estabelecimentos, foi possível fazer o registro fotográfico dos produtos armazenados ou veículos transportando os alimentos.

2.3 Instrumentos de coleta de dados

A primeira fase da coleta utilizou-se um questionário estuado elaborado pelo Google Forms e a segunda fase foi realizada entrevista com o questionário como roteiro.

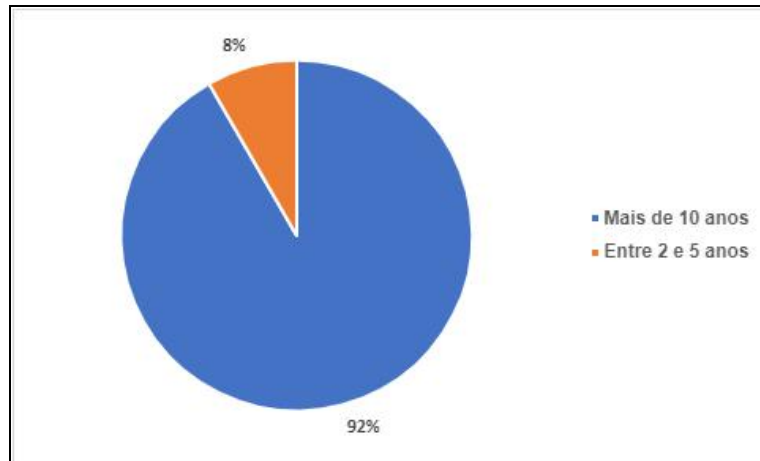
2.4 A análise dos dados

Após a coleta de dados, foi realizada uma análise descritiva das variáveis estudadas, por meio do uso de tabelas e planilhas, com a apresentação e descrição dos dados coletados. Para o tratamento dos dados as entrevistas realizadas no CEASA-DF foram digitadas nos formulários do Google Forms, utilizados como questionário, a fim de permitir geração de relatórios baseados em todos os dados coletados. Sendo assim, a análise e interpretação dos dados foi baseada nos primeiros relatórios de pesquisa gerados pelo próprio Google Forms. Adicionalmente algumas questões do foram inseridas em planilhas eletrônicas a fim de comparar as respostas e conforme a descrição de cada variável, foi possível realizar as demais análises e interpretação dos resultados.

3. Resultados e Discussão

O segmento atacadista local apresenta empresas consolidadas que funcionam a mais de dez anos (Figura 1) e cujo alcance de atuação é amplo e diversificado, abastecendo diversos estados brasileiros.

Figura 1 - Tempo de atuação de empresas atacadistas.



Fonte: Autores (2023).

A Figura 1 apresenta a distribuição do tempo de atuação das empresas atacadistas de frutas no Distrito Federal. Observa-se que uma grande maioria das empresas (92%) possui mais de 10 anos de experiência no mercado. Observe que apenas 8% das empresas estão operando no mercado entre 2 e 5 anos.

Com relação ao porte, as empresas contêm entre 50 e 100 funcionários, correspondendo a “empresas de médio porte” conforme classificação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2013). Os estados atendidos compreendem, além do Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais, Bahia, Tocantins, São Paulo e Rio de Janeiro.

Quanto as transações com fornecedores (abastecimento dos estabelecimentos atacadistas), constatou-se que, além da produção própria (33% das empresas estudadas) a maioria das empresas (60%) têm produtos originados de contrato com os agricultores, o que contribui para diminuir incertezas de disponibilidade de produtos e de subutilização de equipamentos (Figuras 2 e 3).

Figura 2 – Frutas armazenadas em câmara fria.



Fonte: Autores (2023).

A Figura 2 ilustra a forma de armazenamento de frutas em câmara fria por uma das empresas atacadistas do Distrito Federal. É possível notar a organização metódica das caixas de frutas, que são empilhadas de maneira a maximizar o espaço disponível e garantir a circulação de ar frio. Esse método de armazenamento é crucial para a manutenção da qualidade e frescor das frutas, reduzindo a taxa de deterioração e prolongando a vida útil dos produtos até que cheguem aos consumidores finais.

Figura 3 - Caminhão de frutas em atacadista da Ceasa-DF em 2023.

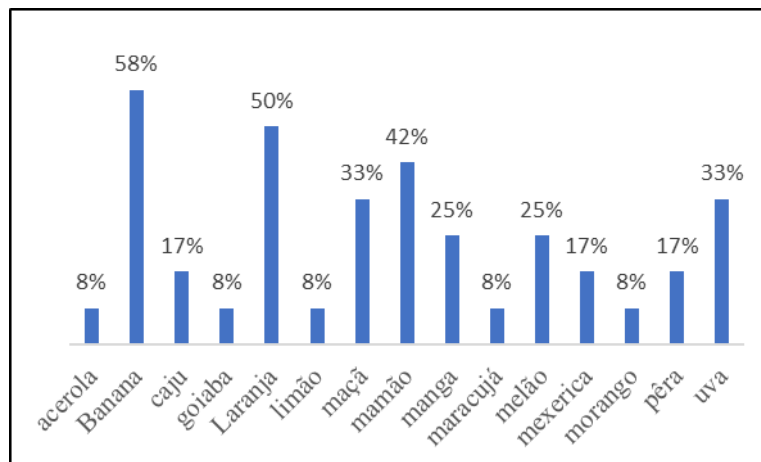


Fonte: Autores (2023).

A Figura 3 mostra um caminhão carregado de frutas em um atacadista da Ceasa-DF. A imagem evidencia a escala e a eficiência da logística empregada na distribuição de frutas no Distrito Federal. A utilização de caminhões grandes e bem organizados é essencial para o transporte seguro e eficiente das frutas, garantindo que cheguem na melhor forma possível aos pontos de comercialização.

No presente estudo foram identificados até 31 tipos de frutas que são comercializados por atacadistas no Distrito Federal, sendo que dentre as 15 frutas mais vendidas, destacam-se a banana, seguida de laranja, mamão, maçã e uva como demonstra a Figura 4.

Figura 4 - Frutas mais vendidas por atacadistas no DF.



Fonte: Autores (2023).

A Figura 4 apresenta a porcentagem das frutas mais vendidas pelos atacadistas no Distrito Federal. Observa-se que a banana é a fruta mais comercializada, com 58% das vendas, seguida pela laranja (50%) e pelo mamão (42%). Outras frutas que também têm uma presença significativa nas vendas incluem a uva (33%) e a maçã (33%). A diversidade de frutas vendidas reflete a demanda variada dos consumidores locais.

Na questão dos tipos e quantidade de estabelecimentos abastecidos pelos atacadistas contatou-se que é comum abastecer mais de 100 estabelecimentos, abrangendo diversos tipos de lojas, tais como, hipermercados, supermercados, minimercados, atacadões, restaurantes, cozinhas industriais de hospitais e feiras.

Por fim, constatou-se que o comércio de frutas enfrenta muitos desafios que afetam diretamente os atacadistas dessa cadeia de abastecimento. Nas entrevistas realizadas com os gestores do setor, foram citados os principais obstáculos: condições climáticas, estrutura de armazenagem, logística de transporte, concorrência, impostos e falta de apoio governamental. Esses componentes têm um impacto significativo no comércio de frutas na região e exigem estratégias que devem ser bem aplicadas para garantir o desenvolvimento sustentável do setor.

A falta de estrutura adequada foi mencionada como um grande obstáculo para o comércio de frutas. Manter as frutas armazenadas e refrigeradas é algo essencial no comércio de frutas, pois isso faz com que a qualidade dos frutos seja preservada em condições de consumo (Figura 5).

Figura 5 – Melões na câmara fria em 2023.



Fonte: Autores (2023).

A Figura 5 mostra melões armazenados em uma câmara fria em 2023, a organização das caixas e o ambiente controlado de temperatura são essenciais para minimizar a deterioração e prolongar a vida útil dos melões. Este tipo de armazenamento é extremamente importante para a conservação de frutas perecíveis.

O clima desempenha um papel crucial durante o armazenamento de frutas, afetando sua qualidade e vida útil. As temperaturas elevadas aceleram a maturação, afetando a textura dos frutos e umidade elevada favorece a proliferação de fungos e que deterioram os frutos. Na falta de estrutura própria alguns empresários recorrem ao aluguel de armazéns e equipamento elevando os custos para operar.

Adicionalmente há também altos custos de logística de transporte. No caso de grandes distâncias a serem percorridas para transportar as frutas de local, as estruturas precárias em rodovias provocam atrasos e geram altos custos de transporte.

Os empresários, também mencionaram a concorrência desleal de alguns comerciantes. uma vez que a presença de empresas concorrentes que vendem produtos de menor qualidade com preços muito baixos pode prejudicar a reputação do setor como um todo. Nesse cenário, os vendedores precisam encontrar maneiras de inovar para atrair clientes, investindo em estratégias de marketing eficientes, qualidade dos produtos e atendimento ao cliente.

Outro desafio enfrentado pelos envolvidos no comércio de frutas no DF são os impostos elevados. Segundo os entrevistados a carga tributária sobre esses produtos sobrecarrega os custos para os empresários, resultando em redução da margem de lucro, bem como em preços mais altos para os consumidores finais.

Por fim, A esses desafios também foram mencionados, a falta de incentivo governamental para melhorar as técnicas de armazenagem e desenvolver novos produtos e serviços o setor.

4. Considerações Finais

O segmento atacadista de frutas no DF é composto por Empresas de Médio Porte, sólidas e experientes, a maioria com sede na CEASA-DF, que atendem a um amplo mercado regional e nacional. Elas se destacam por sua longevidade, porte significativo, capacidade de produção própria, ampla distribuição e foco na qualidade do serviço e das frutas. Essas características contribuem para o fortalecimento do setor atacadista de frutas na região e para a satisfação dos clientes atendidos.

A diversidade de frutas comercializadas no DF é notável, com destaque para banana, maçã, laranja, manga, uva, morango, mamão, abacate, limão e maracujá, sendo que a banana se destaca como uma das frutas mais vendidas, reforçando sua popularidade e demanda consistente.

No entanto, o estudo identificou uma série de desafios enfrentados pelo setor, incluindo o clima, impostos, concorrência desleal, logística, estrutura, falta de apoio governamental ao setor. Esses fatores representam obstáculos significativos para as empresas atacadistas, que devem buscar estratégias e soluções para superá-los e promover melhorias em suas operações.

Este estudo exploratório fornece uma base para futuras pesquisas e análises mais aprofundadas sobre o comércio atacadista de frutas no DF, permitindo a continuidade do desenvolvimento e aprimoramento do setor, em benefício de todos os envolvidos, desde os agricultores até os consumidores.

Este estudo apresentou algumas limitações. Primeiramente, a amostra foi relativamente pequena, abrangendo apenas 12 empresas, o que pode não representar a totalidade do mercado atacadista de frutas no DF de forma tão clara. A dificuldade em obter uma lista completa e atualizada das empresas atacadistas na região também limitou a precisão da estimativa populacional. Além disso, o estudo se concentrou apenas nas percepções e respostas dos gestores das empresas atacadistas, sem considerar a perspectiva dos varejistas e consumidores.

Para futuros trabalhos, sugerimos realizar pesquisas que sejam mais abrangentes incluindo um maior número de empresas atacadistas e varejistas e se possível, produtores também. Estudos mais abrangentes poderiam fornecer dados sobre as mudanças e tendências no mercado de frutas ao longo do tempo. Além disso, seria benéfico investigar o impacto da inovação no armazenamento e transporte na eficiência do comércio de frutas. Futuros estudos também poderiam explorar a influência das políticas governamentais no desenvolvimento do setor e identificar estratégias eficazes para enfrentar os desafios identificados.

Referências

- Almeida, I. L., Junqueira, A. M. R., & Dias, C. N. (2017). Caracterização de consumidores, atributos de mercado e estratégias para o crescimento da cadeia produtiva de hortaliças orgânicas no Distrito Federal. *Texto para Discussão*, 1(24), 22-38.
- Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2007). *Cadeia produtiva de frutas: Série agronegócio volume 7*. Antônio Márcio Buainain e Mário Otávio Batalha (Coords.). Brasília: IICA: MAPA/SPA.
- Carvalho, D. M., Alcântara, F. V., & Costa, J. E. (2015). Comercialização de hortifrutigranjeiros no segmento atacadista de Itabaiana/Sergipe/Brasil. *Anais do XV Encontro de Geógrafos de América Latina, Cuba*. <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal15/Geografiasocioeconomica/Geografiaagricola/38.pdf>.
- CEASA-DF. (2017). *Guia telefônico – Empresas atacadistas*. Centrais de Abastecimento do Distrito Federal S/A. https://www.ceasa.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/05/guia_telefonico.pdf.
- Cunha, A., & Belik, W. (2012). A produção agrícola e a atuação das Centrais de Abastecimento no Brasil. *Segurança Alimentar e Nutricional*, 19(1), 46-59.
- EMATER-DF. (2022). *Informações agropecuárias do Distrito Federal - 2022*. Brasília: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária do Distrito Federal (EMATER-DF). <https://emater.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/06/Relatorio-Atividades-Agropecuarias-RIA-2022-DF.pdf>.
- Faleiro, F. F. G., Mendes, A. C. S., Fernandes, P. C. C., Rocha, F. E. C., Rocha, L. C. T., Lobato, B. R., & Junqueira, N. T. (2019). *Expedição Safra Brasília – Maracujá: Prospecção de demandas para pesquisa, extensão rural e políticas públicas baseadas na adoção e no impacto de tecnologias*. Volume 2. Brasília:

EMATER/DF. Capítulo 1, pp. 29-40. <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1108799/expedicao-safra-brasilia-maracuja-prospeccao-de-demandas-para-pesquisa-extensao-rural-e-politicas-publicas-baseadas-na-adocao-e-no-impacto-de-tecnologias>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2010). *Distrito Federal: Censo Demográfico 2010: Sinopse*. Rio de Janeiro: IBGE. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/pesquisa/23/27652?detalhes=true>
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2022). Distrito Federal: Panorama. Rio de Janeiro. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/panorama>.

Kotler, P. (1998). *Administração de marketing: Análise, planejamento e implementação e controle* (5a ed.). Atlas.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Administração de marketing* (12a ed.). M. Rosenberg, B. R. Fernandes, & C. Freire (Trans.), D. G. dos Santos (Rev. téc.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (1991). *Fundamentos de metodologia científica* (3a ed.). Atlas.

Mendes, J. T. G., & Padilha Junior, J. B. (2007). *Agronegócio: Uma abordagem econômica*. Pearson Prentice Hall.

Neves, M. F., Trombin, V. G., Milan, P., Lopes, F. F., Cressoni, F., & Kalaki, R. (2010). *O retrato da citricultura brasileira*. CitrusBR.

Neves, M. F. (2000). Marketing no agribusiness. In D. Zylbersztajn & M. F. Neves (Orgs.), *Economia & gestão dos negócios agroalimentares* (pp. 109-136). São Paulo: Pioneira.

Oliveira, L. F. (2019). *Análise do mercado de frutas no município de São Paulo das Missões-RS. Monografia de Conclusão de Curso (Bacharel em Agronomia)*. Universidade Federal da Fronteira Sul. <https://rd.uffs.edu.br/handle/prefix/3453>.

Oliveira, L. G., & Batalha, M. O. (2021). Conditioning factors to market fruits and vegetables from family farms to supermarket supply chain. *Ciência Rural*, 51(4), 1-8.

Rodrigues, R. (2015). Frutas para o mundo. *Agroanalysis*, 35(1), 45-45.

Sandroni, P. (1994). *Dicionário de economia* (40a ed.). Best-Seller.

Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & Cook, S. W. (1987). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). (2013). *Anuário do trabalho na micro e pequena empresa: 2013* (6a ed.). Brasília, DF: DIEESE. https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf.

Trivinos, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação*. Atlas.

Waquil, P. D., Miele, M., & Schultz, G. (2010). *Mercados e comercialização de produtos agrícolas*. Editora da UFRGS.