



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE UNB PLANALTINA  
GESTÃO DO AGRONEGÓCIO  
RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO**

**COMERCIALIZAÇÃO DE FRUTAS DO CERRADO EM  
FEIRAS DO DISTRITO FEDERAL**

**Bruna do Carmo Lucas Gontijo**

**Orientadora: Janaína Deane de Abreu Sá Diniz**

**Planaltina DF**

**2022**

Bruna do Carmo Lucas Gontijo

## **Comercialização de frutos do cerrado em feiras do Distrito Federal**

Relatório de cumprimento da disciplina Estágio Supervisionado Obrigatório apresentado como requisito para a obtenção do grau de bacharel em gestão do agronegócio. Universidade de Brasília; Faculdade de gestão do agronegócio, FUP.

Orientadora: Professora Janaína Deane de Abreu Sá Diniz

**Planaltina DF**

**2022**

## RESUMO

O presente trabalho aborda a temática da comercialização de frutas nativas do bioma Cerrado em feiras do Distrito Federal, sua importância para a preservação da flora local e o desenvolvimento sustentável de famílias que vivem do agroextrativismo ou da comercialização desses produtos. Os objetivos da pesquisa consistiram em investigar os aspectos socioeconômicos dos produtores que coletam e comercializam em feiras do Distrito Federal, além de sistematizar dados sobre a coleta, produção e comercialização de frutos do cerrado em feiras do DF. O cerrado brasileiro é um bioma rico em espécies nativas e o consumo das frutas típicas desta região é visto como uma espécie de cultura. As comunidades rurais do Cerrado colhiam frutas nativas para usar como fonte adicional de renda. A comercialização dessas frutas nas regiões do Centro-Oeste é bastante promissora, pois, além de serem consumidas *in natura*, há uma diversidade de pratos típicos da culinária local em que essas frutas são utilizadas. A coleta de frutos do cerrado precisa seguir um padrão sustentável para ser viável. Para a pesquisa de campo, foram realizados levantamentos nas principais feiras do Distrito Federal por meio de métodos qualitativos. Foram realizadas análises econômicas, comerciais e sociais por meio de questionários aplicados em feiras de Sobradinho, Planaltina, CEASA DF e Ceilândia, abordando as perspectivas de extração agrícola do Cerrado na cadeia de coleta e comercialização de frutos do Cerrado. A partir dos relatos coletados nas entrevistas pode-se concluir que o cerrado da região de Brasília não atende às necessidades dos clientes interessados em comprar um produto típico da região, e os motivos dessa escassez podem ser múltiplos, sugerindo que mais pesquisas são necessárias. A falta de educação básica para esses feirantes no Distrito Federal é um indicativo de um problema social. Ao investir em capacitação e assistência técnica, é possível contribuir para que essas pessoas a gerenciar melhor seus recursos, produzir e manter sua cultura e origens de forma ecológica.

**Palavras-chave:** Cerrado. Feiras. Frutas do Cerrado. Sustentabilidade.

## ABSTRACT

The present work addresses the issue of commercialization of native fruits of the Cerrado biome in fairs in the Brazilian Federal District, the importance that these have for the preservation of local flora and the sustainable development of families who live from agroextractivism or commercialization of these products. The objectives of the research are investigating the socioeconomic aspects of the producers who collect and sell them at fairs in the Federal District, as well as systematize data concerning collection, production and commercialization of cerrado fruits at fairs in the Federal District. The Brazilian cerrado is a biome rich in native species and the consumption of native fruits of this region is seen as a kind of culture. Rural communities in the Cerrado harvested native fruits to use as an additional source of income. The commercialization of these fruits in the Central-West regions is very promising, because, in addition to being consumed in natura, there is a diversity of typical dishes of the local cuisine in which these fruits are used. The collection of fruits from the cerrado needs to follow a sustainable pattern to be viable. For the field research, surveys were carried out in the main fairs of the Federal District through qualitative methods. Economic, commercial and social analyzes were carried out through questionnaires applied at fairs in Sobradinho, Planaltina, Ceasa-DF and Ceilândia, approaching the perspectives of agricultural extraction from the Cerrado in the chain of collection and commercialization of Cerrado fruits. From the reports collected in the interviews, it can be concluded that the cerrado in the region of Brasília does not meet the needs of customers interested in buying a typical product of the region, and the reasons for this shortage may be multiple, suggesting that more research is needed. The lack of basic education for these marketers in the Federal District is an indicative of a social problem. By investing in training and technical assistance, it is possible to help these people to better manage their resources, produce and maintain their culture and origins in an ecological way.

**Keywords:** Cerrado; Fairs; Cerrado fruits; Sustainability.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>7</b>
1. Objetivo geral.....	7
2. Objetivo específico.....	7
<b>3. REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	<b>7</b>
1. As unidades familiares e o agroextrativismo.....	7
2. A sustentabilidade dos sistemas agroextrativistas .....	9
3. Comercialização de frutas do agroextrativismo.....	10
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	<b>11</b>
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>11</b>
1. Caracterização dos entrevistados .....	12
2. Análise socioeconômica .....	13
3. Produção e comercialização .....	14
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>16</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>17</b>
<b>8. APÊNDICES</b> .....	<b>18</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

O Cerrado brasileiro é um bioma rico em espécies nativas e o consumo de frutos típicos desta região é considerado algo cultural. As comunidades rurais do Cerrado vêm coletando frutas nativas para uso próprio como complemento da renda (Bispo, 2021). A venda dessas frutas nas regiões do Centro-Oeste é algo promissor, pois, além de serem consumidos *in natura*, existe uma diversidade de pratos típicos da culinária local em que utilizam estes frutos.

Desta forma, os produtos oriundos do agroextrativismo têm cada vez mais se tornado um nicho de mercado no Distrito Federal. Nas últimas décadas, essa combinação de atividades, conhecida como agroextrativismo agrícola, mudou, impulsionada por organizações não governamentais e pelo Estado (Bispo, 2021). A partir dessas organizações a coleta e distribuição das frutas do cerrado se torna um forte aliado do produtor.

A coleta das frutas do cerrado precisa seguir um padrão sustentável para que seja viável. Para que a extração da amêndoa de baru seja considerada sustentável, aspectos ambientais, sociais, econômicos, políticos e sanitários devem ser levados em consideração (Magalhães, 2014). A partir do momento em que o produtor rural preserva a vegetação nativa, apresenta as frutas locais à população urbana e ganha uma renda extra, como é o exemplo da coleta da amêndoa de baru, que aborda os três aspectos que são o tripé da sustentabilidade (social, cultural e ambiental).

Desta forma pode-se notar o quão importante é a coleta e o consumo de frutas típicas do cerrado para o produtor rural e para o bioma. A partir do exposto, nota-se a necessidade de estudos voltados à comercialização das frutas típicas do cerrado, pois apenas a partir dos mesmos será possível a identificação de problemas nesta cadeia produtiva e, conseqüentemente, soluções para os mesmos.

Esta é uma pesquisa de relevância no contexto da sociobiodiversidade, pois desenvolver projetos que auxiliam o produtor rural que coleta e comercializa frutas do cerrado é uma forma de incentivar esta sustentabilidade, a soberania e a segurança alimentar, disseminar a cultura local e diminuir o êxodo rural.

## **2. OBJETIVOS**

## **2.1 Objetivo geral**

Investigar os aspectos socioeconômicos dos produtores que coletam e comercializam frutas do cerrado em feiras do Distrito Federal.

## **2.2 Objetivos específicos:**

- Sistematizar dados da coleta, produção e comercialização dos frutos do cerrado em feiras do DF.
- Fornecer um panorama sobre as perspectivas de comercialização dessas espécies no DF.

## **3. REVISÃO DE LITERATURA**

Os estados que abrigam o bioma Cerrado são ricos em uma cultura alimentar única, composta por uma vegetação única e com uma diversidade alimentar extensa.

Preservar o bioma Cerrado juntamente com a cultura da população local é imprescindível. Alimentar diz respeito à forma como as pessoas vivem em um território, a partir disso observa-se a soberania alimentar que é o direito de comer de acordo com sua cultura (Borges et al., 2020). Esse direito de comer de acordo com sua cultura é um direito básico e que todo povo deveria desfrutar.

### **3.1 As unidades familiares e o agroextrativismo**

O agroextrativismo é algo comum entre as comunidades agrícolas do cerrado. O hábito de coletar e compartilhar frutas nativas é parte da cultura local. É ordinário às famílias rurais a coleta de frutas nativas do Cerrado para consumo, processamento e troca entre vizinhos da comunidade (Borges et al., 2020). Essas trocas demonstram que o consumo dos produtos nativos é algo presente nos hábitos alimentares dos coletores.

Na região amazônica a exploração de produtos florestais é superior à da agricultura e obtém uma grande parte da força de trabalho das famílias. Magalhães (2014). A exemplo disso, no bioma Amazônia a coleta de produtos da região é muito comum, tanto que a prática se torna mais viável do que a agricultura, ocupando mais mão de obra familiar do que a agricultura, Isso é reflexo do notável destaque que os produtos nativos desse bioma têm tido, para o agroextrativista a

valorização desse nicho é importante para sua renda, cultura, preservação ambiental e etc, o mesmo se aplica agroextrativistas do cerrado.

O agroextrativismo pode ser gerador de soberania alimentar dos produtores rurais. O agroextrativismo não é ligado apenas a fatores econômicos, deve-se destacar características sociais, ambientais e culturais, assim como existe necessidade de alavancagem financeira e reprodução social dos agricultores familiares (Bispo, 2021). A partir da citação anterior, nota-se que o agroextrativismo tem como objetivo o desenvolvimento da população do cerrado, assim como nos demais biomas, de forma sustentável abrangendo aspectos econômicos, sociais e ambientais.

A soberania alimentar dessa população demonstra sua relevância, uma vez que essas comunidades são aliadas na preservação ambiental e cultural. Além disso, gera renda e inibe o êxodo rural. Há necessidade de melhorar a qualidade de vida dessas comunidades rurais, pois estão cada vez mais sob pressão da natureza em constante mudança do mundo natural (Bispo, 2021). Esse incentivo pode se dar de diversas formas, através de divulgação midiática das frutas do cerrado e seus benefícios, capacitação das comunidades, incentivos financeiros e etc.

A exemplo disso, os chamados produtos florestais não madeireiros (PFNMs) vêm sendo reconhecidos como meio de sustento para a agricultura familiar no Brasil. Diversas famílias rurais brasileiras trabalham com a coleta de PFNMs como oportunidade de aumento nos ganhos e assimilação de mão de obra familiar (Magalhães, 2014). A partir dessa absorção de mão de obra familiar o risco do êxodo rural diminui e ocorre aumento nos ganhos, conflitos entre, produtores que apenas consomem o que coletam e agroextrativistas que vendem o excedente do que coletam.

Nota, assim, a necessidade de uma regulação e mediação dos recursos do bioma e a necessidade de investigações nesse sentido para garantir a manutenção do agroextrativismo em regiões do cerrado brasileiro. Estudar os motivos que atrapalham o desenvolvimento dos mercados locais é importante para que se promova um enriquecimento dos circuitos de proximidade, assegurando a preservação ambiental e das culturas tradicionais locais (Diniz e Cerdan, 2017). A partir de estudos nessa área existe a possibilidade de encontrar meios de desenvolver

o agroextrativismo nas regiões de cerrado. Desta forma, tanto o meio ambiente quanto a população local terão impactos positivos.

### **3.2 A sustentabilidade dos sistemas agroextrativistas**

Para o agroextrativismo a preservação das vegetações nativas, da cultura e a autonomia econômica na região do cerrado é imprescindível. Entende-se que a sustentabilidade no agroextrativismo é a capacidade do sistema de manter o equilíbrio ambiental, a equidade social e a produtividade econômica, e ao longo do tempo trazer bem-estar aos humanos que o utilizam (Magalhães, 2014). Este modelo de produção é uma forma de unir os três principais aspectos da sustentabilidade (econômico, social e ambiental) de forma eficiente.

Revés disso existe o sistema convencional que a favor de ganhos econômicos desmata a vegetação local e degrada o solo. Sair de um sistema alternativo e entrar em um sistema convencional pode ter impactos sociais e ambientais negativos (Bispo, 2020). Socialmente os impactos podem se dar de diversas formas, um exemplo é a perda das espécies que compõem a cultura alimentar de toda uma região.

O Cerrado brasileiro é um bioma que abrange cerca de 24% do território e a degradação do mesmo é um grande prejuízo ambiental e social. Dado o estado atual do segundo maior bioma do Brasil, é necessário buscar formas que levem ao desenvolvimento sustentável, abrangendo as questões ambientais, sociais e econômicas das populações do Cerrado que estão vulneráveis (Bispo, 2020). Os problemas gerados pela degradação do cerrado vão de encontro às formas de produção tradicionais que não respeitam a natureza e a população local que vive da coleta dos frutos desse bioma.

A expansão acelerada dos centros urbanos e a exploração de recursos florestais e minerais também são causas dessa degradação. A degradação ambiental acontece decorrente de fatores como expansão e poluição dos grandes centros urbanos, exploração agrícola extensiva, mineral e florestal em grande escala (Bispo, 2021). Deste modo, percebe-se a necessidade de sistemas de produção sustentáveis no cerrado brasileiro, sendo o agroextrativismo um desses, pois compreende o tripé da sustentabilidade, gerando preservação ambiental, desenvolvimento econômico e de disseminação cultural.

### 3.3 Comercialização de frutas do agroextrativismo

A comercialização de frutas do cerrado é um tema de grande relevância, porém com uma quantidade de estudos sobre o tema ainda baixa, principalmente no Distrito Federal e região. Seria interessante para o estado fazer mais estudos nesta temática. Poucos estudos foram realizados sobre a cadeia produtiva do pequi, um dos PFNMs mais consumidos em Goiás e faltam dados oficiais sobre a produção, extração e principal comercialização desses alimentos (Silva et al., 2021).

É notável a necessidade de estudo nessa temática para que o agroextrativismo ganhe espaço no comércio alimentício local. A sociobiodiversidade é um tema complexo e necessita de estudo que explique como esses produtos podem ser desenvolvidos em sistemas alimentares alternativos e em cadeias curtas de forma não convencional (Diniz e Cerdan, 2017). Desse modo, se percebe os benefícios de compreender o funcionamento dessas cadeias.

É necessário encontrar formas de desenvolver o agroextrativismo no Brasil, dessa forma nota-se a importância de estudos aplicados nessa temática. As pesquisas que envolvem as cadeias de produtos extrativistas do Cerrado destacam dificuldades como comercialização, que ocorre pela desorganização das cadeias, problemas logísticos e falta de acesso às políticas públicas (Bispo, 2020). Os problemas apontados demonstram a necessidade de um acompanhamento técnico que desenvolve soluções adequadas a esses.

A falta de conhecimento para resolver problemas como os citados anteriormente pode fazer com que os coletores de frutos do cerrado abandonem o agroextrativismo e busquem os métodos convencionais de produção. Uma das causas que pode causar fragmentação dessa cadeia é o baixo entendimento do agricultor/coletor sobre o processamento do fruto, falta de organização social e a baixa ou inexistente experiência em lidar com o mercado (Magalhães, 2014). A divulgação de conhecimento técnico é necessária para que a comercialização de produtos do cerrado seja um negócio rentável para os agroextrativistas.

A falta de conhecimento técnico faz com que os agroextrativistas deixem de comercializar os produtos do cerrado a consumidores finais, onde eles teriam muito mais lucro, para continuar vendendo para atravessadores. Os canais de distribuição, formais ou informais, atendem aos interesses de produtores e consumidores, embora

diversas vezes signifique passar por várias intermediações (Diniz e Cerdan, 2017). Apesar dessas intermediações, os produtos do cerrado ainda são nichos de mercado viáveis, o que demonstra um grande potencial de mercado para os agroextrativistas.

O nicho dos produtos naturais do cerrado vem demonstrando aceitação do público em geral. A inserção desses produtos no mercado e sua divulgação no Brasil e no mundo encareceram muito os produtos para os consumidores tradicionais, gerando problemas sociais, alimentares e ambientais, tendo em vista que existem monocultivos, como o de açaí no bioma Amazônico (Bispo, 2020). Para que este tipo de problema seja evitado é necessária a consciência do consumidor em comprar dos coletores e incentivos governamentais voltados ao agroextrativismo.

A partir desse pensamento surgem as comercializações em circuitos curtos que são alternativas sustentáveis. Comercialização em circuitos curtos, como estratégias de valorização da produção local desses biomas, e como forma de iniciativas que garantem a soberania alimentar de populações rurais e urbanas dessas regiões (Diniz e Cerdan, 2017). A partir da citação anterior observa-se a necessidade de gerar ao coletor agroextrativista uma relação direta com o mercado consumidor, pois dessa forma ele agrega valor ao seu produto, gerando maior lucratividade e aumentando as chances de o mesmo continuar trabalhando de forma sustentável.

#### **4. METODOLOGIA**

Para a realização da pesquisa de campo foram realizadas pesquisas nas principais feiras do Distrito Federal utilizando a metodologia qualitativa. “Os métodos qualitativos são apropriados quando o fenômeno em estudo é complexo, de natureza social e não tende à quantificação.” Moresi (2003, p. 69).

A partir de questionários, aplicados nas feiras de Sobradinho, Planaltina, CEASA DF e Ceilândia, foram realizadas análises econômica, comercial e social e as perspectivas para o agroextrativismo do Cerrado; Para isso o questionário foi dividido em 3 blocos de questões abertas que buscam caracterizar cada um desses tópicos.

1. Levantamento socioeconômico dos produtores e coletores que comercializam frutas do cerrado.
2. Caracterização da coleta, produção e comercialização das frutas do Cerrado.

### 3. Perspectivas para comercialização dessas frutas.

O objetivo deste questionário é buscar padrões de respostas e encontrar problemas a serem solucionados dentro da cadeia de coleta e comercialização de frutos do Cerrado.

Os dados qualitativos - a matéria-prima produzida por estes métodos - consistem de descrições detalhadas de situações, eventos, pessoas, interações comportamento observados; citações diretas das pessoas acerca de suas, experiências, atitudes, crenças e pensamentos; e extratos ou passagens inteiras de documentos, registros de correspondência e históricos de casos Moresi (2003, p. 70).

Segundo Miles e Huberman (1984, apud Moresi, 2003), quando a análise de dados é realizada em três partes que são: Redução dos dados, apresentação dos dados e delineamento e verificação da conclusão. A partir desses dados foram formuladas as conclusões do presente trabalho.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir da coleta de dados realizada nas feiras de Ceilândia (feira do produtor), Feira de Sobradinho, feira de Planaltina e Ceasa DF, com comerciantes que trabalham com frutas do cerrado. Com isso, foi possível observar diversos aspectos da venda desses produtos nas feiras visitadas.

### 5.1 Caracterização dos entrevistados

As entrevistas foram realizadas de modo aleatório com os feirantes que tinham em suas bancas algum produto de origem do cerrado e a partir das 15 pessoas que aceitaram participar da entrevista pode-se notar que a maioria são do sexo masculino e a idade média deles era de 53 anos, tendo o mais novo dos entrevistados 27 e o mais velho 73 o tempo de trabalho com frutas do cerrado tem uma média de 17 anos cada, porém alguns afirmam trabalhar com feira e os frutos do Cerrado desde a infância.

Quanto à escolaridade, a maioria não tem ensino fundamental completo e apenas um dos entrevistados possui nível superior. Outra característica interessante é que a maioria dos entrevistados tem naturalidade no nordeste onde os estados mais citados foram Piauí e Ceará seguidos do centro-oeste com Minas Gerais, Goiás e Brasília que foi a naturalidade menos citada, talvez isso se deva a idade média dos

entrevistados (53 anos) ser próxima a idade de Brasília (62 anos) e a migração que ocorreu em sua fundação.

## **5.2 Análise socioeconômica**

Os motivos que levaram cada feirante a trabalharem com frutas do Cerrado são inúmeros “quando eu comprei minha chácara já tinha muita árvore do cerrado e eu não quis desmatar então comecei a tirar pequi e outras frutas para ajudar com as contas” comentou um feirante, essa foi uma resposta entre os entrevistados que possuíam propriedade rural; Outra resposta comum foi “meu pai já trabalhava na área e eu vim trabalhar também” muitos dos feirantes herdaram a profissão dos pais.

A origem da renda dos entrevistados tem em maioria como fonte a venda de frutas e verduras convencionais, porém as frutas do cerrado tem uma boa participação nos lucros da maioria desses feirantes “ Trabalho com várias plantas, frutas e verduras mas é mais com os produtos do cerrado principalmente com as plantas do cerrado que são remédio” e quando questionados sobre as porcentagens houve quem afirmasse “ quando é na época do pequi é um bom rendimento dá para tirar uns 2 salários” ou “eu acredito que uns 40% da minha renda seja de frutas do Cerrado na época do pequi” isso para aqueles feirantes que trabalham com três ou mais variedades de frutas do Cerrado.

A maioria dos feirantes entrevistados colhe as frutas do cerrado mas afirmam que ainda tem que comprar de fora pois a demanda é grande, principalmente do pequi, e nem todos os frutos comercializados são encontradas nas propriedades dos mesmos “ tanto eu compro de fora quanto colho, meu pai tem uma propriedade no estado do goiás onde de onde eu retiro boa parte dos meus produtos” respondeu um dos feirantes.

Os feirantes que participaram da entrevista de modo geral compram as frutas em outras feiras como o Ceasa de Goiânia ou encomendam de atravessadores vindos do Tocantins e de Minas Gerais “eu pego da minha chácara mas quando acaba eu tenho que ir buscar em Tocantins” Percebe-se que o Cerrado na região de Brasília não tem produção dessas frutas, principalmente o pequi, insuficiente para demanda local, um dos feirantes quando questionado sobre a possibilidade do aumento das vendas de frutas do Cerrado responde que “ poder até pode mas vai ficar mais difícil

porque tem que buscar fora porque o nosso cerrado é fraco não adianta expandir se o nós não temos a oferecer”.

### 5.3 Produção e comercialização

Dentre as frutas comercializadas pelos feirantes entrevistados, a única que todos vendem é o pequi (Quadro 1). Todos afirmam ser o mais procurado pelos clientes.

Quadro 1 – Principais frutos comercializados nas feiras visitadas.

Fruta do Cerrado	Número de entrevistados que comercializam
Pequi	15
Articum	6
Cajá manga	4
Cagaita	3
Baru	3
Cajuzinho	3
Mangaba	3
Mangaba	2
Jatobá	2
Fruta da cera	1
Murici	1

Fonte: Pesquisa de campo.

A sazonalidade dessas frutas são a maior dificuldade que os feirantes têm com a venda das mesmas, cada fruta tem uma época específica de produção e segundo eles a maioria é no começo do ano, o que dificulta a venda das frutas do Cerrado durante o ano todo e faz com que esses comerciantes não possam contar somente com produção do cerrado para sua renda, “As mais difíceis são aqueles sazonais, por exemplo a fruta de cera a mamacadela o bacupari e o murici, quase todas essas são sazonais e não só nas épocas delas” Respondeu um entrevistado.

Os valores de vendas relatados variam muito, segundo os feirantes “o articum é 80 até 120 a caixa o pequi deu 80 e acabou em 60 ( a fruta quando tá no começo da safra

é mais cara ai no meio já baixou e no final sobe de novo)”. Segundo eles o valor do pequi variou esse ano (2022) de 60 a 80 reais a caixa e o preço de venda foi de 10 a 15 reais o litro, já o articum é vendido a peça e o valor é dado dependendo do tamanho a média é de 11 a 14 reais segundo eles. A guariroba é vendida na maioria das vezes em sacos com água e os preços variam de 12 a 13 reais e o cajuzinho 8 a 10 reais “o preço da caixa do cajá manga vai de 90 a 100 e uns 80 de pequi” disse um feirante.

Os períodos de maior procura dessas frutas, segundo os comerciantes, são no começo do ano ou nas épocas de produção delas, a quaresma (período de quarenta dias antes da páscoa) é citada por vários feirantes “O povo procura mais no tempo da quaresma que é a época de de mais produção também”

Outras questões como as do desmatamento também são citadas como motivo da dificuldade de se obter algumas das frutas “a cagaita, murici e a mangaba, são mais difíceis de encontrar devido ter muito desflorestamento e mais fáceis é pequi articum cajá manga”.

Quando é perguntado qual das frutas do Cerrado que mais são procuradas a resposta é unânime, o pequi, “ o pequi tem mais procura e o murici tem menos” responde um dos feirantes, o pequi é o fruto mais conhecido da região e o mais procurado dentro das feiras, os números de venda dele são muito superiores aos das outras frutas típicas desse bioma, talvez essa grande procura faça com que o desmatamento dos pequizeiros seja menor que das outras plantas.

O pequi tem quantidade de venda maior do que qualquer outra fruta de origem do cerrado, todos os entrevistados afirmam que a fruta vende muito bem “o pequi vende 200 caixas por semana, cagaita 4 caixas, cajá manga 1 caixa”, segundo um feirante entrevistado. Os produtos do Cerrado têm boa demanda segundo os feirantes “vendemos pouca quantidade porque nois trabalha com pouco mais o tanto que aparecer os feirante tudo vende, o que produz no cerrado chegou na feira vende tudo”. Existem produtores que deixaram de vender certos produtos por dificuldade em encontrá-los “já parei de trabalhar com articum porque estava difícil de achar”. Essa boa aceitação do público com os produtos nativos da região é um bom sinal para os agroextrativistas, porém a oferta desses produtos parece não suprir a demanda.

As perdas das frutas do Cerrado segundo os entrevistados não são muitas, porém é possível notar que a união da comunidade é o principal motivo para não haver

descarte desses produtos “não tem perda porque tudo o que sobra é distribuído entre nós que trabalhamos aqui” esse senso de comunidade é uma característica da maioria dos feirantes entrevistados, eles também têm métodos de evitar o desperdício das frutas “ O pequi quando corta ele da perda porque de um dia para o outro estraga, nós trabalhamos agora de acordo com o que o cliente vai comprando”.

Para evitar desperdícios, um bom meio seria transformar esses produtos os processando, porem poucos dos entrevistados faz esse tipo de processo, “o processado tem mais valor para evento agora no dia a dia da população sai mais o natural” segundo eles por motivos como falta de tempo, baixo interesse do público e falta de equipamento, os que tem produtos como conservas já compram prontos.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É possível notar através das falas dos feirantes que o cerrado na região de Brasília não atende a demanda de clientes interessados em comprar os produtos típicos da região, as causas dessa escassez de produto podem ser muitas e demonstra a necessidade de mais pesquisas.

Assim como a falta de educação básica desses feirantes da região do Distrito Federal demonstra um problema social, investir em capacitação ajudaria essas pessoas a administrarem melhor seus recursos, produzir de forma ecológica e manter sua cultura e origens, organizações como a EMATER podem fazer esse trabalho com esses produtores.

Outro ponto citado pelos entrevistados é o da necessidade da divulgação dos alimentos e da flora local para a população mais jovem que são os que menos conhecem as frutas típicas do Cerrado “As pessoas mais jovens já não conhecem as frutas daqui” cita um dos feirantes, o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) poderia ser um aliado inserindo alimentos regionais no cardápio escolar, além de estimular a preservação ambiental.

A partir dos dados coletados pode-se notar que a comercialização de frutas típicas do Cerrado é um nicho que tem grande potencial de desenvolvimento e necessita de políticas públicas que auxiliem na preservação do bioma, capacitação

das pessoas e financiamento de associações que trabalhem um modelo sustentável de produção.

## REFERÊNCIAS

BISPO, Tayline Walverde. **A transformação do agroextrativismo do Cerrado: casos do Sul Maranhense e do Vale do rio Urucuia em Minas Gerais**. 2020. xvii, 212 f, il. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável). Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

BISPO, Tayline Walverde. GUÉNEAU, Stéphane. BRAGA, Camila. LIMA, Cristiane. **Cadeias produtivas dos frutos nativos do Cerrado: estudos de caso sobre o agroextrativismo no Vale do Rio Urucuia em Minas Gerais e no Sul Maranhense**. p.133-152, 2021. Edição Especial: 58º Congresso da SOBER, v. 25, p. 133-152, 2020. Edição Especial: 58º CONGRESSO DA SOBER 2021.

BORGES, Danilo Marinho Lamêgo. ARAUJO, Vanessa Marzano. RIBEIRO, Eduardo Magalhães. DA CRUZ Maria Sirlene. SANTOS. Lucas Rocha. **A comercialização de produtos do agroextrativismo em feiras livres do alto do Jequitinhonha**. CAMPO-TERRITÓRIO: revista de geografia agrária, Edição especial, p. 325-356, jul., 2020.

DINIZ, Janaína D.A.S.; CERDAN, Claire. **Produtos da sociobiodiversidade e cadeias curtas: aproximação socioespacial para uma valorização cultural e econômica. Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**. Negócios e mercados da agricultura familiar, 2017.

MAGALHÃES, Rogério Marcos. **A cadeia produtiva da amêndoa do baru (*Dipteryx alata* Vog.) no Cerrado: uma análise da sustentabilidade da sua exploração**. Ciência Florestal, v. 24, p. 665-676, 2014.

MORESI, Eduardo et al. Metodologia da pesquisa. **Brasília: Universidade Católica de Brasília**, v. 108, n. 24, p. 5, 2003.

SILVA, Jaqueline et al. ASPECTOS DA COMERCIALIZAÇÃO DO PEQUI (*Caryocar brasiliense* Camb.) NO ESTADO DE GOIÁS, BRASIL. **ENCICLOPÉDIA BIOSFERA**, v. 18, n. 37, 2021.

## APÊNDICE

## Roteiro de entrevista

# Comercialização de frutos do cerrado em feiras do Distrito Federal

Aluna: Bruna do Carmo Lucas Gontijo

Orientadora: Janaína Diniz

Data da entrevista:

Nome da pessoa entrevistada:

Função/Atividade entrevistado:

Local:

Horário inicial:

Horário final:

---

Senhor (a), esta entrevista tem como objetivo analisar os processos de coleta e venda de frutas do cerrado, sendo que a comercialização em feiras do DF é o principal foco desta pesquisa.

É necessário destacar a importância de se conhecer este modelo de negócio devido à riqueza cultural, social e nutricional que os frutos do cerrado têm a oferecer à população, além de ser uma forma de divulgar a flora local e, desta forma, promover a conservação do bioma.

Com isso, é importante que as perguntas a seguir sejam respondidas de acordo com a sua realidade. As informações coletadas são para uso acadêmico e serão divulgadas de forma agregada, sem informar diretamente os nomes dos entrevistados.

---

### **Bloco A - Caracterização do(a) entrevistado(a)**

- 1) Idade
- 2) Sexo
- 3) Escolaridade
- 4) Naturalidade

### **Bloco B- Análise socioeconômica**

- 5) Participa de alguma associação?
- 6) Há quanto tempo trabalha com frutas do cerrado e seus produtos derivados?
- 7) O que o levou a comercializar este tipo de produto?
- 8) Sua renda tem origem apenas da comercialização das frutas do cerrado ou o senhor(a) conta com outras fontes de renda?
- 9) O Senhor (a) coleta estes frutos ou somente os comercializa?

### **Bloco C – Produção e comercialização**

- 10) Quais os principais frutos/derivados comercializados na banca?
- 11) Qual a origem (de onde eles vêm)? (Se preciso, detalhar separadamente para cada fruto/derivado).
- 12) Quais os frutos mais fáceis e os mais difíceis de obter?
- 13) Qual o motivo de serem mais ou menos fáceis de obter?
- 14) Quais os de maior e de menor procura?

- 15) Em quais períodos há maior procura por esses frutos/derivados? (Se preciso, detalhar separadamente para cada fruto/derivado).
- 16) Qual a quantidade mínima e máxima comercializada por mês desses frutos/derivados? (Se preciso, detalhar separadamente para cada fruto/derivado).
- 17) Pode detalhar os valores de venda? E se eles variam ao longo dos meses? (Se preciso, detalhar separadamente para cada fruto/derivado).
- 18) Existe alguma dessas frutas que o senhor (a) já deixou de comercializar por falta de interesse ou conhecimento dos clientes?
- 19) Você saberia informar quanto (em%) a venda de produtos do cerrado equivale na venda total da banca?
- 20) Qual das frutas do cerrado rende maior lucratividade?
- 21) É comum existir perdas das frutas do cerrado, por não serem compradas?
- 22) Você processa ou já pensou em processar alguma dessas frutas para a comercialização?
- 23) Quais produtos chamam mais atenção do público? Os processados ou in natura (frutos sem processamento)? Por quê?

#### **Bloco D – Perspectivas de comercialização para os frutos do Cerrado**

- 24) Na sua opinião, existe algo que se possa fazer para aumentar as vendas de frutas nativas em Brasília?
- 25) Você acredita que a população de Brasília conhece as frutas locais?
- 26) Existe algo que queira acrescentar a esta entrevista?