



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA

**O COMÉRCIO ATACADISTA DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL:
UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA**

Igor Lima Edwards

Brasília
Julho/2023

Igor Lima Edwards

**O COMÉRCIO ATACADISTA DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL:
UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA**

Artigo apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Agronomia pela Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília.

Orientadora: Profa. Dra. Solange da Costa Nogueira

Brasília
Julho/2023

O COMÉRCIO ATACADISTA DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA

IGOR LIMA EDWARDS

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO SUBMETIDO À FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA, COMO REQUISITO PARCIAL PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE ENGENHEIRO AGRÔNOMO.

APROVADO PELA COMISSÃO EXAMINADORA EM 26/07/2023

BANCA EXAMINADORA

Dra. Solange da Costa Nogueira – Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária – UnB (ORIENTADORA)

Dr. Márcio de Carvalho Pires - Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária – UnB (EXAMINADOR)

Dr. Mauricio Ferreira Lopes - Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB (EXAMINADOR)

Brasília – DF

2023

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, Gostaria de expressar minha profunda gratidão aos meus pais, Ana Elcy e Jorge André, por todo o amor, apoio e dedicação que me deram ao longo da minha vida. Mãe e pai, vocês foram sempre meus maiores exemplos e mentores, guiando com paciência e sabedoria em todas as fases da minha jornada. Foram vocês que me ensinaram os valores que carrego até hoje, como respeito, honestidade, trabalho duro e perseverança. Sem o amor e o suporte incondicional de vocês, eu não estaria aqui, celebrando essa conquista. Agradeço também por todo o sacrifício e esforço que fizeram para me proporcionar as melhores oportunidades, mesmo quando isso significava abrir mão de seus próprios sonhos e desejos. Sou profundamente grato por todo o investimento em minha educação e formação, que me permitiu chegar até aqui.

Gostaria de expressar meus sinceros agradecimentos aos meus irmãos, Thaisa e Victor, por sempre estarem quebrando as barreiras antes de mim. Vocês são meus modelos de coragem e determinação. Suas conquistas acadêmicas e profissionais me inspiram e me motivam a buscar o meu melhor e a superar meus próprios limites. Agradeço por compartilharem comigo suas experiências e aprendizados, e por me ensinarem importantes lições de vida. Suas palavras de incentivo foram fundamentais para minha motivação e sucesso neste trabalho.

Gratidão à professora Solange por ter sido minha orientadora durante todo o processo de elaboração do meu TCC. Sua orientação experiente, paciência e dedicação foram fundamentais para o sucesso do meu trabalho acadêmico. Ao longo dessa jornada, pude contar com sua disponibilidade constante, seja para sanar minhas dúvidas, oferecer feedback construtivo ou incentivar meu progresso.

Por fim, gostaria de agradecer às empresas que me ajudaram respondendo o questionário de pesquisa utilizado para fazer este trabalho e as perguntas da entrevista. Sem o apoio e colaboração de vocês, este estudo não seria possível. Sua disposição em responder o questionário e compartilhar suas opiniões e experiências foram fundamentais para o sucesso deste trabalho. Muito obrigado pela sua contribuição e interesse neste estudo. Sua participação foi essencial para o sucesso desta pesquisa.

RESUMO

O objetivo deste trabalho 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. Especificamente se buscou identificar o perfil das empresas que atuam no setor quanto ao porte, explicitar características das transações quanto a forma de garantir o abastecimento com fornecedores, elucidar aspectos de demanda do mercado de frutas e conhecer os desafios enfrentados pelo setor atacadista de frutas no DF. A metodologia utilizada consistiu em uma pesquisa de campo, havendo aplicação de questionário online e entrevistas presenciais com gestores de empreendimentos atacadistas locais. Como resultado se constatou que o segmento atacadista local é sólido, apresentando empresas, que funcionam a mais de dez anos, com dimensões de médio porte e cujo alcance de atuação é amplo e diversificado, abastecendo diversos estados e tipos de estabelecimentos varejistas, desde feirantes até hipermercados. Os atacadistas vendem até 31 tipos de frutas, destacando-se, banana, mamão, maçã e uva como as mais vendidas no DF. Como desafios constatou-se as condições climáticas causando sazonalidade na oferta e dificuldades de armazenamento, além de impostos, concorrência, logística e falta de apoio para o setor.

Palavras-chave: Frutas; Comércio; Distrito federal.

ABSTRACT

The objective of this work was to carry out an analysis of the wholesale fruit trade in the Federal District based on an exploratory research carried out with companies in the sector. Specifically, an attempt was made to identify the profile of the companies that represent the sector in terms of company size, explain the characteristics of the transactions in terms of how to guarantee supply from suppliers, elucidate aspects of demand in the fruit market and learn about the challenges faced by the wholesale sector of fruits in the Federal District. The methodology used consisted of field research, applying an online questionnaire and face-to-face interviews with managers of local wholesale enterprises. As a result, it was found that the local wholesale segment is solid, featuring companies that have been operating for more than ten years, with medium-sized dimensions and whose scope of action is wide and diversified, supplying different states and types of retail establishments, from fairgrounds to hypermarkets. Wholesalers sell up to 31 types of fruit, with banana, papaya, apple and grape standing out as the most sold in the Federal District. As challenges, the climatic conditions caused seasonality in supply and storage difficulties, as well as taxes, competition, logistics and lack of support for the sector.

Key-words: Fruits; Commerce; Federal District.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Esquematização do comércio de frutas	20
Figura 2 -	Frutas armazenadas em estabelecimento atacadista na Ceasa-DF em 2023	23
Figura 3 -	Caminhão de frutas em atacadista da Ceasa-DF em 2023	26
Figura 4 -	Laranjas armazenadas em câmara fria em 2023	27
Figura 5 -	Melões na câmara fria em 2023	31

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Tempo de atuação de empresas atacadistas – data base 2023	21
Gráfico 2 - Ocorrência dos tipos de frutas nos estabelecimentos pesquisados em 2023	24
Gráfico 3 - Frutas mais vendidas nos estabelecimentos atacadistas do Distrito Federal em 2023	25

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO	11
3. A COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA E OS ESTABELECIMENTOS ATACADISTAS DE FRUTAS	11
4. ASPECTOS DO COMÉRCIO DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL	14
5. METODOLOGIA	15
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO	18
6.1 FLUXO DO COMÉRCIO DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL	18
6.2 CARACTERÍSTICAS DO SEGMENTO ATACADISTA DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL	20
6.3 PORTE DAS EMPRESAS ATACADISTAS DE FRUTAS NO DF	20
6.4 TEMPO DE ATUAÇÃO DA EMPRESA ATACADISTA NO MERCADO.....	21
6.5 DIVERSIDADE DE FRUTAS COMERCIALIZADAS	23
6.6 FRUTAS MAIS COMERCIALIZADAS	24
6.7 ABASTECIMENTO DOS ESTABELECIMENTOS ATACADISTAS.....	26
6.8 TIPOS E QUANTIDADE DE ESTABELECIMENTOS ABASTECIDOS PELOS ATACADISTAS	28
6.9 DESAFIOS PARA O COMÉRCIO DE FRUTAS.....	29
7. CONCLUSÃO	32
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	34
ANEXO A – Questionário Aplicado	38

1. INTRODUÇÃO

A venda de produtos agrícolas é, frequentemente, realizada com a presença de intermediários em diversos níveis do processo de comercialização, onde os produtos oriundos das fazendas são conduzidos até os consumidores finais. Embora haja controvérsias sobre os benefícios e desvantagens da presença dos intermediários nos canais de comercialização, o aumento da complexidade dos mercados agrícolas tem atribuído papéis imprescindíveis à presença de intermediários, os quais operacionalizam diversas atividades e funções da comercialização. Com a expansão dos centros urbanos e o aumento da distância entre os locais de produção e os locais de consumo (Mendes; Padilha, 2007), tais agentes intermediários assumem grande importância, desempenhando funções de seleção, armazenagem e transporte, que conferem regularidade, diversificação e ampliação do alcance da oferta. No caso do comércio de produtos perecíveis, como as frutas e hortaliças, os intermediários do tipo atacadista ocupam o importante papel de providenciar a oferta conforme à demanda em termos de tempo e lugar (Oliveira, 2021).

Essa ligação entre produção e consumo de alimentos colabora fortemente para a nutrição da população, podendo contribuir para a diminuição de doenças crônicas facilitando o acesso ao consumo de alimentos in natura e minimamente processados, especialmente aqueles de origem vegetal (como frutas, hortaliças e grãos integrais) (Brasil, 2019).

No Distrito Federal, onde grande parte da população vive nos centros urbanos e a produção de frutas é insuficiente, os comerciantes atacadistas de frutas assumem um importante papel no abastecimento local, formando uma ponte entre os consumidores e a alimentação saudável e diversificada para a manutenção da saúde.

Ao prestar serviços de transporte, armazenagem e comunicação entre os agentes das cadeias produtivas de frutas, tais agentes estimulam o mercado varejista, facilitando o acesso a frutas frescas e de qualidade para a população.

Embora o comércio de frutas desempenhe um papel crucial para a economia local e para a nutrição da população, é notável a escassez de pesquisas acadêmicas sobre o assunto, o que evidencia a necessidade de mais estudos nessa área. Além disso, as especificidades referentes à própria natureza das frutas, em que a mercadoria é altamente perecível, impõe diversos desafios à comercialização, aumentando a

responsabilidade dos agentes que atuam no comércio. As frutas são produtos perecíveis que requerem cuidados especiais em termos de transporte, armazenamento e distribuição e os comerciantes precisam garantir que as mesmas cheguem aos consumidores em condições ideais de consumo, o que pode ser um desafio principalmente em caso de longas distâncias ou condições climáticas adversas.

Neste cenário, esta pesquisa teve como objetivo a análise exploratória do comércio atacadista de frutas no DF procurando identificar as características dos estabelecimentos e aspectos de suas atividades para compreender o seu papel na dinâmica de abastecimento do mercado local.

Com este estudo espera-se contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas que estimulem o crescimento e a sustentabilidade do comércio de frutas no DF. A compreensão da estrutura e dos desafios do mercado de frutas no DF é essencial para o desenvolvimento sustentável do setor e para o fortalecimento da economia local e regional.

1.1. Objetivo geral da pesquisa:

Fazer uma análise do comércio atacadista de frutas no Distrito Federal a partir de uma pesquisa exploratória realizada com empresas que representam o setor.

1.2. Objetivos específicos:

- i) Identificar o perfil das empresas que atuam no setor;
- ii) Identificar características das transações comerciais quanto a forma de garantir o abastecimento com fornecedores;
- iii) Elucidar aspectos de demanda do mercado mediante requerimentos em sortimento de tipos de frutas;
- iv) Conhecer os desafios enfrentados pelo setor atacadista de frutas no Distrito Federal.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Rodrigues (2015), a fruticultura é um mercado que está intrinsecamente 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 (Buainain, 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, 2007).

No entanto, a cadeia produtiva de frutas no Brasil, ainda apresenta diversos desafios de consolidação, enfrentando os 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.

3. A COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA E OS ESTABELECIMENTOS ATACADISTAS DE FRUTAS

A prática de comercialização surgiu inicialmente através de trocas simples e sem fins comerciais, onde as famílias produziam bens para sua própria subsistência e trocavam o excedente com outros grupos sociais. Essa realidade foi mudando, ao

longo dos anos, a medida em que os produtos e as trocas de mercadorias foram adquirindo maior complexidade, o que aumentou a quantidade de operações e de agentes atuando nos mercados (CARNIEL, 2018). Com a segmentação e a especialização das atividades de produção e comércio, novos negócios foram surgindo e a comercialização foi recebendo um conjunto de agentes intermediários especializados em cada etapa de colocar os produtos no local e no tempo requerido pelos consumidores.

Para Mendes e Padilha Jr. (2007), 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. 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 (Neves, 2000).

Dentre os diversos agentes que participam dos canais de comercialização dos produtos (sistemas) agroindustriais, essa pesquisa trata dos estabelecimentos atacadistas, os quais revestem-se de grande importância no agronegócio dada a perecibilidade dos produtos e dos requerimentos de oferta diversificada (Waquil, 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).

O segmento atacadista, no agronegócio, contribui para a regulação da oferta, uma vez que adquire em diversos locais produtores e transporta para regiões onde há pouca ou nenhuma produção abastecendo redes varejistas locais (Oliveira, 2019; Almeida, 2010). Deste modo, os atacadistas desempenham um papel fundamental na cadeia de suprimento de frutas, fornecendo aos varejistas e prestadores de serviços de alimentos, os produtos de que necessitam e lhes permitindo oferecer uma vasta gama de mercadorias.

Para Buainain (2007), 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.

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, também foi demonstrada por Carvalho et. al. (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 passam pela zona urbana, mas serem destinados diretamente para estabelecimentos varejistas mediante acordo 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.

4. ASPECTOS DO COMÉRCIO DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL

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) (EMATER-DF, 2022).

Para Faleiro et. al. (2019) dentre os problemas da fruticultura o DF, destaca-se à falta de informação sobre as tendências de mercado, o que seria útil para definir as recomendações de plantio de acordo com a demanda. Para o autor:

“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.”

Portanto, conhecer o mercado é os agentes que atuam no segmento de distribuição é imprescindível para a melhor planejamento das atividades e posicionamento no mercado.

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 (CODEPLAN, 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 presente trabalho busca explicitar elementos do comércio atacadista no DF através da caracterização do perfil de tais empresas, elucidando aspectos de suas transações com fornecedores, bem como atributos de oferta e demanda de produtos junto ao comércio de frutas. Neste sentido a pesquisa abrangeu informações sobre o tempo de atuação das empresas atacadistas no mercado, número de funcionários da empresa, quantidade de estados e quais são atendidos, diversidade de frutas comercializadas, as frutas mais comercializadas pelas empresas no DF, ocorrência de contrato com agricultores, tipos e quantidade de estabelecimentos abastecidos pelos atacadistas e os desafios do comércio de frutas pelo setor atacadista.

5. METODOLOGIA

O presente trabalho adotou uma abordagem qualitativa, com a coleta de dados por meio de levantamento em sites e cadastros da CEASA-DF, aplicação de questionário (Anexo A) enviado por e-mail e realização de entrevistas em estabelecimentos de empresas atacadistas de frutas do Distrito Federal, com os responsáveis por tais estabelecimentos.

Para alcançar esse objetivo, a pesquisa foi realizada utilizando-se um questionário estruturado aplicado a comerciantes de 5 estabelecimentos atacadistas por meio da plataforma Google Forms, além de realização de entrevistas, in loco, com 7 comerciantes atacadistas localizados na Centrais de abastecimento do Distrito Federal, compondo um total de 12 estabelecimentos. A coleta de dados foi realizada em maio e junho de 2023.

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.

A pesquisa abordou sete variáveis que são descritas na sequência, conforme listagem abaixo:

- 1 Tempo de atuação no mercado
- 2 Porte das empresas (Número de funcionários da empresa, quantidade de estados atendidos)
- 3 Diversidade de frutas comercializadas
- 4 Frutas mais comercializadas
- 5 Abastecimento dos estabelecimentos atacadistas
- 6 Tipos e quantidade de estabelecimentos abastecidos pelos atacadistas
- 7 Desafios para o comércio de frutas

5.1 Tempo de atuação no mercado:

Essa variável permite demonstrar o quanto o mercado de frutas no DF é ocupado por empresas já consolidadas, as quais, já podem ter se estabelecido há algum tempo, conquistando sua fatia de mercado e mantendo vantagem competitiva consistente em termos de preços, logística e relacionamento com os clientes. Esta situação pode tornar difícil para as novas empresas competirem em igualdade de condições, especialmente quando se trata de comprar e fornecer grandes volumes.

5.2 Porte das empresas (número de funcionários da empresa, e quantidade de estados atendidos)

Esta variável foi determinada através dos indicadores “número de funcionários da empresa”, “local de origem da empresa” e “quantidade de estados atendidos”. O número de funcionários tem sido um dos elementos utilizados pelo SEBRAE para a classificação dos estabelecimentos segundo porte (SEBRAE, 2013). Conforme esta classificação, no ramo de comércio e serviços, as empresas dividem-se em: Microempresa - ME (Até 9 empregados); Empresa de Pequeno Porte – EPP (De 10 a 49 empregados); Empresa de médio porte (De 50 a 99 empregados) e; Grandes empresas (100 ou mais empregados) (SEBRAE, 2013).

Já as informações sobre a quantidade de estados atendidos nos dão uma noção da abrangência geográfica de atuação de cada empresa, contribuindo para

reforçar a interpretação sobre o porte das empresas pesquisadas. É de se esperar que o comércio em mais de um estado necessite de considerável estrutura logística de transporte, armazenagem e gestão de redes de fornecedores e clientes, condições essas dificilmente alcançáveis para pequenas empresas locais.

5.3 Diversidade de frutas comercializadas:

Outra variável a ser analisada é a diversidade de frutas comercializadas pelas empresas atacadistas. Essa variável nos permite conhecer aspectos de sortimento ou conjunto de produtos ofertados por cada atacadista, nos informando se há uma tendência à especialização por empresa ou se há oferta sortida com diversos tipos de fruta dentro de cada empresa. Essa informação nos permite ampliar o conhecimento sobre condições ou estruturas (instalações, transporte, sistemas de gestão, etc.) necessárias à operação nesse mercado. A quantidade de itens a serem ofertados depende da demanda dos clientes varejistas, mas também do acesso aos fornecedores e do espaço físico da loja. A oferta mais sortida requer mais investimento em infraestrutura, bem como em esforços de gestão de fornecedores para manter a regularidade ao longo do ano.

De outro modo, a oferta de diversos tipos de frutas pode indicar a variedade da alimentação da população na região e suas demandas de mercado, demonstrando oportunidades para agricultores que pretendam ingressar na fruticultura.

5.4 Frutas mais comercializadas.

Esta variável reforça a descrição de hábitos de consumo sendo indício dos itens mais procurados pelos consumidores e, conseqüentemente pelos estabelecimentos varejistas atendidos pelos atacadistas.

5.5 Abastecimento dos estabelecimentos atacadistas

Essa variável é composta pelas fontes de abastecimento dos estabelecimentos atacadistas informando se provem direto dos agricultores ou se advém de outro intermediário. Além disso, também se identificou a ocorrência ou não de contratos nessas transações comerciais. Para estabelecimentos atacadistas, fechar contratos com um agricultor pode ser suma importância, pois ao firmar um contrato, os empresários têm a garantia de um fornecimento regular de frutas de qualidade e

padrão já esperado, enquanto os agricultores encontram segurança e estabilidade em seus contratos de venda de sua safra. Essa prática também pode contribuir para o fortalecimento da cadeia produtiva local, no caso da compra de produtos de agricultores locais.

5.6 Tipos e quantidade de estabelecimentos abastecidos pelos atacadistas:

Esta variável nos indica que tipos de estabelecimentos varejistas são mais dependentes do setor atacadista. Além disso a quantidade de estabelecimentos abastecidos indica o quanto o segmento atacadista está presente no abastecimento dos diversos tipos de varejistas presentes na região, demonstrando sua relevância para a manutenção e o fortalecimento do comércio local de frutas.

5.7 Desafios para o comércio de frutas:

Com esta variável se pretendeu elucidar os desafios enfrentados pelo comércio atacadista de frutas no Distrito Federal visando obter subsídios para programas públicos de apoio à cadeia, bem como estimular estratégias privadas de melhoria do setor.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

6.1 FLUXO DO COMÉRCIO DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL

O comércio de frutas dentro do Distrito Federal é semelhante ao comércio de frutas em geral, abarcando um conjunto de agentes que desempenham distintas funções na trajetória do produto, desde a produção até a venda para o consumidor final, conforme podemos verificar a seguir.

- I. Agricultores: O processo começa com os agricultores que são os produtores das frutas, sendo que a maioria das frutas ofertadas no mercado local é proveniente de outros estados, destacando-se Bahia, São Paulo e Minas Gerais como os maiores fornecedores de frutas para os comerciantes atacadistas do DF.
- II. Atacadistas: São empreendimentos que adquirem grandes quantidades de frutas diretamente nos locais de produção e revendem aos diversos estabelecimentos que ofertam tais produtos aos consumidores do DF. Esses estabelecimentos têm

um grande alcance e oferecem uma variedade de frutas, muitas vezes de outras regiões do país ou do exterior, para atender à demanda dos DF. O mercado de atacado é um importante centro de comercialização das frutas na região do DF. Esses empreendimentos oferecem uma grande variedade de produtos para outros estabelecimentos que vendem no varejo.

- III. Varejistas: Os empreendimentos varejistas também são atores-chave no comércio de frutas do DF. Pequenos ou grandes, eles compram as frutas dos atacadistas e as disponibilizam nas prateleiras para os consumidores finais onde serão compradas em quantidades e embalagens menores de acordo com as necessidades e conveniência dos compradores. Nesses empreendimentos, a forma e local de exposição dos produtos são fundamentais para incentivar os consumidores à compra. Geralmente tratam-se de estabelecimentos localizados nas zonas urbanas onde há maior concentração de residências e/ou trânsito da população. Este segmento abarca uma diversidade de tipos de estabelecimento que montam seu ambiente de vendas mais adequada e conveniente às aquisições domésticas, tais como supermercados, minimercados, quitandas, mercearias e sacolões.

- IV. Consumidores: Neste segmento encontra-se toda a população consumidora de frutas do DF, os quais geralmente adquirem os produtos da rede de varejistas que disponibilizam os produtos o mais próximo possível desses consumidores. Em última análise, o objetivo final do comércio de frutas é o cliente.

Um resumo básico do fluxo do comércio de frutas do DF pode ser demonstrado no esquema conforme a figura 1:



Figura 1 - Esquematização do comércio de frutas.

Fonte: o autor.

6.2 CARACTERÍSTICAS DO SEGMENTO ATACADISTA DE FRUTAS NO DISTRITO FEDERAL

O segmento atacadista de frutas no DF é um setor consolidado e dinâmico, contendo empresas que possuem uma significativa trajetória de mais de 10 anos de existência. Essa longevidade no mercado é um indicativo da capacidade dessas empresas de se adaptarem às demandas e desafios do setor, bem como de sua habilidade em estabelecer relações duradouras com os clientes.

Uma característica marcante desse segmento é a concentração das empresas na CEASA-DF. A Central de Abastecimento do DF funciona como um importante centro de distribuição e ponto de encontro entre produtores, atacadistas e varejistas, proporcionando um ambiente propício para a comercialização de frutas em larga escala. A localização estratégica na CEASA-DF confere vantagens logísticas e acesso facilitado a uma diversidade de produtos.

6.3 PORTE DAS EMPRESAS ATACADISTAS DE FRUTAS NO DF

No que diz respeito ao porte das empresas, dados revelam que elas empregam uma quantidade significativa de funcionários, variando entre 50 e 100 pessoas, o que corresponde a “Empresas de médio porte, conforme classificação do Sebrae (2013). Essa mão de obra desempenha um papel fundamental nas operações, garantindo a eficiência e o cumprimento das demandas do mercado.

Um fator importante enfatizado pelos estabelecimentos atacadistas é o foco contínuo na qualidade do serviço prestado e das frutas comercializadas. Essa ênfase na excelência reflete-se em práticas de seleção rigorosas, armazenamento adequado

e logística eficiente, garantindo que as frutas cheguem aos clientes em perfeitas condições. Além disso, a busca pela qualidade do serviço abrange um atendimento personalizado, confiabilidade na entrega e suporte aos clientes em suas necessidades específicas.

No âmbito geográfico, essas empresas atacadistas desempenham um papel fundamental no abastecimento de uma extensa região. Além de atenderem ao DF, elas expandem suas operações para outros estados, como Goiás, Minas Gerais, Bahia, Tocantins, São Paulo e Rio de Janeiro.

6.4 TEMPO DE ATUAÇÃO DA EMPRESA ATACADISTA NO MERCADO

O tempo de permanência no mercado é um indicador de solidez das empresas e de mercados, uma vez que quanto mais tempo algumas empresas estão atuando no mercado, mais investimento são realizados, aumentando os custos de saída. Ao mesmo tempo, tais empresas, também, agregam mais conhecimentos e contatos o que lhes confere vantagens competitivas em relação a novos entrantes. O gráfico abaixo demonstra o tempo de permanência que as empresas estudadas estão no mercado de frutas no Distrito Federal (Gráfico 1).

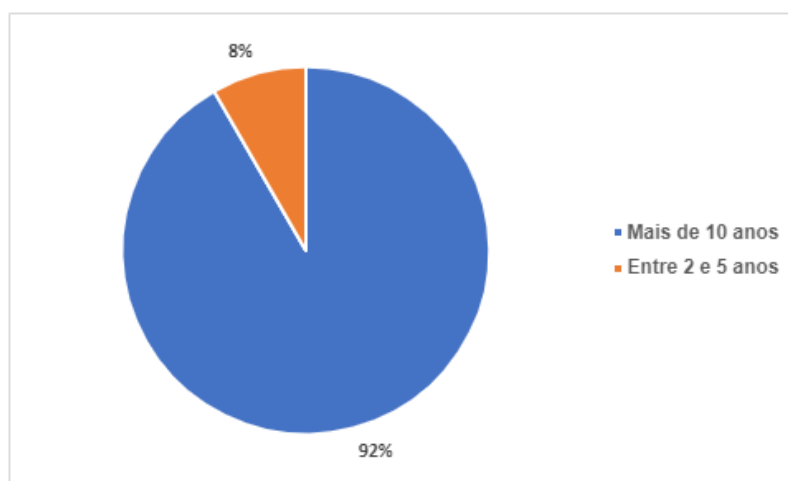


Gráfico 1 – Tempo de atuação de empresas atacadistas – data base 2023.

Fonte: o autor.

A análise dos dados do gráfico 1 mostra que 11 das 12 empresas pesquisadas já possuem uma forte presença no setor, acumulando mais de 10 anos de atividade.

A concentração de empresas com longas histórias pode dificultar a entrada de empresas novas no setor. Existem vários fatores que contribuem para esse problema de se inserir no mercado de atacado de frutas. Em primeiro lugar, as empresas com grande tempo de atividade geralmente possuem uma forte base de clientes, fornecedores e parceiros comerciais, o que lhes confere grande vantagem competitiva. Replicar essas conexões estabelecidas pode ser uma tarefa árdua para que uma nova empresa consiga ingressar. Além disso, o comércio atacadista de frutas é caracterizado por uma cadeia complexa e exigente. É importante ter informações detalhadas sobre os diferentes tipos de frutas, suas características de armazenamento, bem como entender as demandas e preferências dos clientes. Essa capacidade se desenvolve ao longo do tempo e pode ser um fator desafiador para as empresas jovens que ainda estão construindo conhecimento e informações nesse setor.

Por fim, os esforços iniciais para se inserir no mercado de atacado de frutas podem apresentar barreiras significativas. Uma grande quantidade de capital é necessária para obter a infraestrutura necessária, como armazéns refrigerados, centros de distribuição e veículos de transporte. Levantar capital para esses empreendimentos pode ser difícil para uma empresa nova. Na figura 2, nota-se a

grande quantidade de produtos armazenados num estabelecimento atacadista com longo tempo de atuação no mercado.

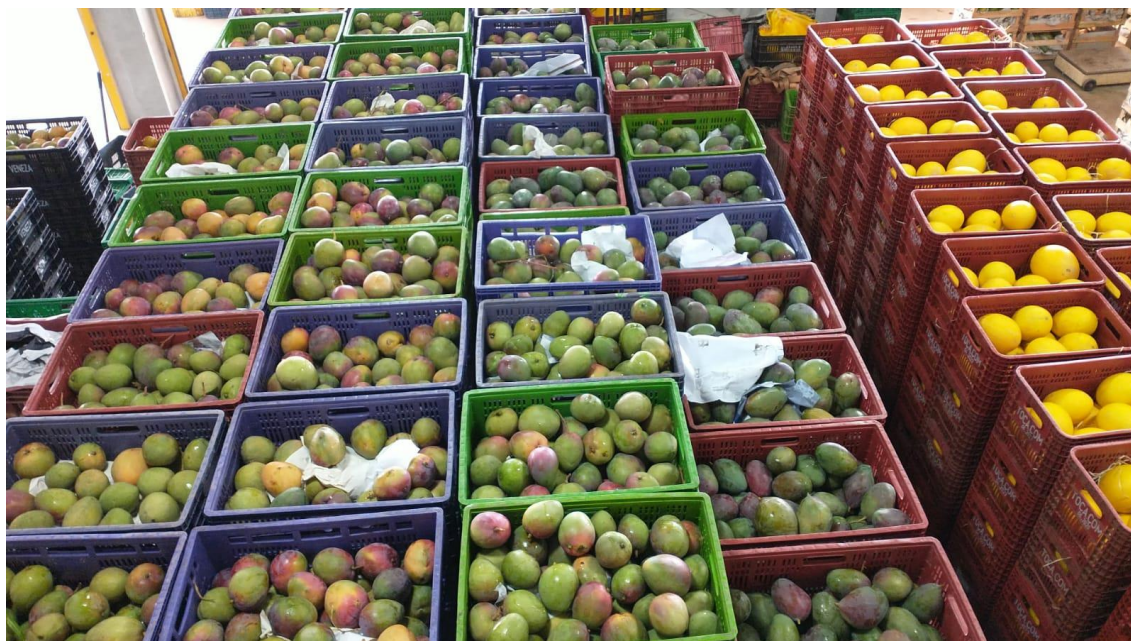


Figura 2 – Frutas armazenadas em estabelecimento atacadista na Ceasa-DF em 2023.

Fonte: o autor.

Diante desses desafios, as empresas novas que procuram entrar no mercado de atacado de frutas do DF devem fazer uma análise de mercado detalhada, para encontrar novas oportunidades, nichos que ainda não foram explorados e estratégias que tragam o destaque no empreendimento. Estar ciente de sua estratégia é essencial. Além disso, é importante buscar parcerias e colaborações significativas com as empresas que já se apresentam como expoentes no mercado para se beneficiar de suas experiências e conexões.

6.5 DIVERSIDADE DE FRUTAS COMERCIALIZADAS

No presente estudo foram identificados 31 tipos de frutas que são comercializados por atacadistas no Distrito Federal. As seleções mais populares incluem banana, maçã, laranja, manga, uva, morango, mamão, abacate, limão e maracujá. Produtos menos comuns, como açaí e ponkan, também foram citadas nas

entrevistas. No gráfico 2 são apresentadas as frutas mais presentes nos estabelecimentos pesquisados.

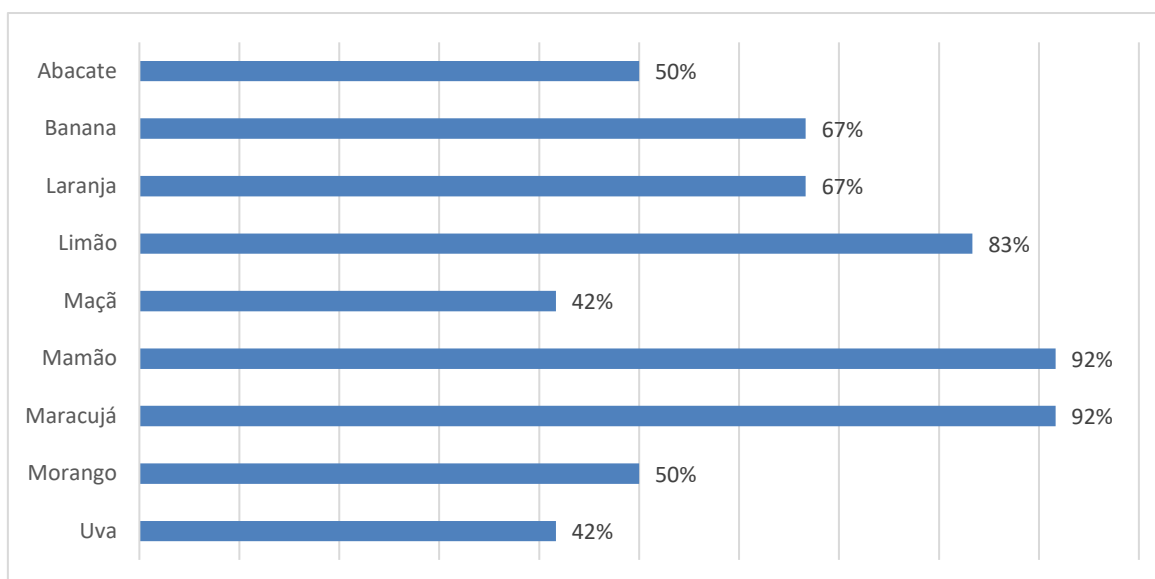


Gráfico 2 – Ocorrência dos tipos de frutas nos estabelecimentos pesquisados em 2023.

Fonte: o autor.

Conforme o gráfico 2 pode-se constatar que o mamão e o maracujá despontam como as frutas que mais estão presentes no portfólio de 92% dos estabelecimentos, seguido do limão como a fruta mais presente em 83% dos estabelecimentos e na terceira posição estão banana e laranja como as frutas mais presentes em 67% dos estabelecimentos.

6.6 FRUTAS MAIS COMERCIALIZADAS

Durante as entrevistas realizadas com os gestores, foi feita a seguinte pergunta: “Quais são as frutas mais vendidas em seu estabelecimento?”. A resposta mais frequente foi a banana, indicando que essa fruta tem uma popularidade significativa entre os consumidores da capital brasileira. Essa afirmação pode ser demonstrada no gráfico 3.

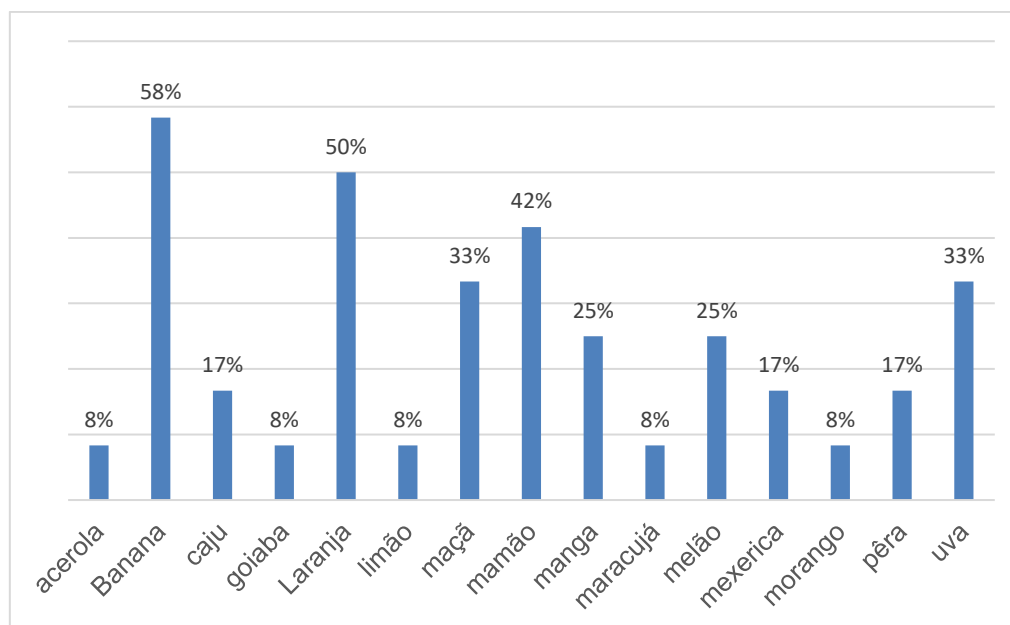


Gráfico 3 – Frutas mais vendidas nos estabelecimentos atacadistas do Distrito Federal em 2023.

Fonte: o autor.

De acordo com dados recentes, a banana desfruta de uma ampla aceitação no mercado nacional brasileiro, permeando diversos estratos sociais, e a quase totalidade de sua produção é consumida internamente. Além disso, constata-se que essa fruta está presente em todos os estados do país com grande volume produzido (COSTA, 2020).

Por fim, a banana foi a fruta mais citada como uma das frutas mais vendidas pelos gestores do comércio atacadista no DF, evidenciando sua popularidade nesse setor. Sua versatilidade, conveniência, preço acessível e ampla aceitação pelos consumidores podem ser os fatores chave que a colocam em destaque nas prateleiras e estoques dos estabelecimentos atacadistas, de acordo com dados obtidos por meio do questionário e entrevistas. O mamão, a maçã e a uva também se destacam, como é notado no gráfico 3.

6.7 ABASTECIMENTO DOS ESTABELECIDAMENTOS ATACADISTAS

Na entrevista com os gerentes do comércio de atacado do Distrito Federal, os dados indicaram que aproximadamente 60% dos entrevistados têm produtos originados de contrato com os agricultores de quem compram seus produtos. Esses dados demonstram a importância da organização de parcerias entre produtores e atacadistas para garantir padrão de qualidade e estabilidade nas receitas.

Outro aspecto atrativo dos contratos com produtores rurais é a qualidade das frutas oferecidas aos clientes. Manter uma organização de longo prazo permite que os gerentes estabeleçam requisitos e diretrizes de qualidade específicos para as frutas que compram. Isso resulta em produtos de qualidade superior de acordo com os padrões que os usuários finais desejam.

Além disso, o contrato oferece benefícios mútuos para ambas as partes envolvidas. Os agricultores têm a garantia de que conseguirá vender suas frutas produzidas, o que faz com eles possam planejar suas colheitas e investir em melhorias para sua propriedade. Por sua vez, os gestores garantem um fornecimento constante de frutas, evitando assim as incertezas relacionadas a disponibilidade e qualidade dos produtos e a subutilização de equipamentos, como o caso dos caminhões uma vez que operam com máxima capacidade para superar custos de transporte (Figura 3).



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

Fonte: o autor.

É importante ressaltar que a existência desses contratos não apenas fortalece a relação entre comerciantes e produtores, mas pode também ter um impacto positivo no meio ambiente. Ao construir parcerias de longo prazo, os gestores de estabelecimentos atacadistas podem promover práticas agrícolas sustentáveis e responsáveis, como o uso racional de recursos e a redução do desperdício. Trabalhando sem fazer contratos faz a logística ser maior que o normal, na figura 4 é possível ver a quantidade de frutas armazenadas para distribuição.



Figura 4 - Laranjas armazenadas em câmara fria em 2023.

Fonte: o autor.

Embora a maioria das empresas atacadistas de frutas no DF se concentre apenas na distribuição e comercialização, 33% das empresas também possui atividades de produção própria. Essa integração vertical permite um maior controle sobre a qualidade das frutas desde o processo de cultivo, colheita até a entrega ao cliente final. Além disso, essa diversificação de atividades pode oferecer maior autonomia e flexibilidade nas operações, permitindo a oferta de produtos diferenciados e exclusivos.

Em resumo, a garantia da aquisição dos produtos em grande quantidade e com regularidade é um item de suma importância para os atacadistas e para resolver essa

questão os empresários atacadistas costumam estabelecer contratos com agricultores fornecedores, bem como, em alguns casos desenvolver a própria produção de frutas. Quanto mais estabilidade no abastecimento do setor de atacado, mais o mercado estará operando de uma forma saudável e sustentável.

6.8 TIPOS E QUANTIDADE DE ESTABELECIMENTOS ABASTECIDOS PELOS ATACADISTAS

O estudo demonstrou que cerca de 33% das empresas entrevistadas abastecem mais de 100 estabelecimentos, abrangendo diversos tipos de negócios, como mercados, supermercados, mercadinhos, atacadões, restaurantes, cozinhas industriais de hospitais e feiras. Esse resultado demonstra a abrangência e a importância desses fornecedores na cadeia de suprimentos da região.

Outro aspecto relevante é a amplitude do mercado atendido por essas empresas. Com um amplo leque de clientes, elas abastecem mais de 100 estabelecimentos, apenas quatro das entrevistadas atendem em menor escala, mercados, feiras, restaurantes e sacolões. Essa diversidade de canais de venda atendidos reflete a importância dessas empresas na cadeia de suprimentos.

Os fornecedores de frutas desempenham um papel fundamental no abastecimento dessas plataformas comerciais. Essas empresas têm capacidade para atender a alta demanda e são capazes de atender às necessidades de uma ampla gama de clientes, desde pequenos mercados de bairro até grandes redes de supermercados e atacadistas.

Os mercados e supermercados são um dos principais clientes atendidos pelas empresas atacadistas. Esses estabelecimentos têm uma demanda constante por frutas frescas e de qualidade para oferecer aos consumidores. Por sua vez, os mercadinhos locais, apesar de menores em tamanho, também são essenciais para atender as necessidades das comunidades locais, especialmente em áreas mais afastadas.

Restaurantes, tanto os de grande porte quanto os menores, também, dependem de fornecedores atacadistas para garantir um abastecimento regular de frutas frescas em sua produção diária. Além disso, cozinhas industriais de hospitais também estão entre os clientes atendidos, pois necessitam de um fornecimento

consistente e confiável de frutas para atender às necessidades de alimentação balanceada dos seus pacientes.

As feiras também se destacam como um importante canal de distribuição atendido pelos fornecedores atacadistas. As barracas de frutas nas feiras oferecem uma ampla variedade de produtos frescos aos consumidores, e esses fornecedores desempenham um papel fundamental em abastecê-las de forma regular, garantindo a variedade e a qualidade dos produtos disponíveis.

A amplitude dos estabelecimentos abastecidos pelas empresas atacadistas destaca a sua importância no fornecimento de frutas para o DF. Atendendo a uma clientela tão diversificada, essas empresas desempenham um papel fundamental para garantir o acesso a alimentos frescos e de qualidade em toda a região.

Em resumo, os dados analisados revelam a vasta importância do comércio atacadista de frutas para a comunidade, sua ampla distribuição faz com que seus produtos alcance uma grande variedade de locais, levando uma variedade de alimentos para todo o DF e comunidades mais afastadas.

6.9 DESAFIOS PARA O COMÉRCIO DE FRUTAS

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 cinco principais obstáculos: clima, impostos, concorrência, logística, estrutura, falta de apoio. 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.

O clima é um desafio contínuo para os atacadistas, tanto os que produzem suas próprias frutas, quanto os que não as produzem. O Distrito Federal enfrenta variações climáticas significativas ao longo do ano, incluindo períodos de secas e chuvas intensas. Essas condições climáticas adversas podem afetar a produção e o armazenamento das frutas, levando a grandes perdas e dificuldades na manutenção de um abastecimento consistente aos mercados.

O clima desempenha um papel crucial durante o armazenamento de frutas, afetando sua qualidade e vida útil. É possível perceber que, em temperaturas elevadas, há uma aceleração da maturação, com isso, pode haver a perda de textura, por exemplo. Por outro lado, quando mais baixas, é possível que seja retardado o amadurecimento, prolongando sua vida útil (NEUWALD; KITTEMANN; THEWES, 2018).

A umidade também é um fator importante, pois, em excesso, possivelmente haverá o crescimento de fungos e a deterioração dos frutos; enquanto sua falta pode resultar no ressecamento deles. É relevante destacar também que a exposição a condições climáticas extremas, como calor intenso ou frio intenso, pode causar danos físicos às frutas (NEUWALD; KITTEMANN; THEWES, 2018).

Outro desafio enfrentado pelos envolvidos no comércio de frutas no DF são os impostos elevados. A carga tributária sobre esses produtos é onerosa. Isso pode levar a preços mais altos para o consumidor final ou reduzir a margem de lucro dos produtores e vendedores, dificultando a sustentabilidade econômica do negócio.

A concorrência acirrada também é uma dificuldade enfrentada pelos comerciantes de atacado de frutas, fazendo com que as empresas busquem formas de competir sem ter que reduzir seus preços. 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.

Fazer o empréstimo de freezers com a logomarca da empresa para seus clientes pode ser considerada uma excelente estratégia de *marketing*. Essa abordagem permite que os consumidores finais tenham uma percepção clara de onde estão vindo os produtos adquiridos e, ao mesmo tempo, divulga sua marca de maneira eficaz (Castro, 2012).

Uma das maiores dificuldades apontadas é a falta de apoio governamental e institucional. Muitas vezes, os comerciantes de frutas não recebem o suporte necessário para melhorar suas técnicas de armazenagem, desenvolver novos produtos, ou expandir seus negócios.

Outro desafio notável é a logística na coordenação dos processos. 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. Além disso, manter as frutas armazenadas e refrigeradas é algo essencial no comércio de frutas, pois isso faz com que a qualidade dos frutos se mantenha alta, fazendo com que esse seja um grande desafio para o mercado, aumentando custos para comprar câmaras frias como mostrado na figura 5 e requerendo mais conhecimentos.



Figura 5 – Melões na câmara fria em 2023.

Fonte: o autor.

A falta de estrutura adequada também foi mencionada como um obstáculo para o comércio de frutas. Muitos comerciantes não têm acesso a armazéns e câmaras frias para o armazenamento adequado das frutas, o que compromete a qualidade dos produtos. A falta de estrutura também dificulta a implementação de boas práticas de higiene e segurança do alimento, o que pode impactar a reputação e a confiança dos consumidores. Além disso, os investimentos necessários para aluguel de estruturas, compra de equipamentos de armazenagem e contratação de mão de obra podem ser elevados. Isso dificulta o acesso de pequenos produtores e novos empreendedores ao mercado, limitando a diversidade e competitividade do setor, consequentemente a sustentabilidade do mesmo.

As flutuações de preços também geram dificuldades para atacadistas de frutas. As variações sazonais na produção e a dependência de fatores climáticos podem causar oscilações bruscas nos preços das frutas. Essa incerteza pode dificultar o planejamento financeiro dos estabelecimentos, reduzir as margens de lucro ou até mesmo levar a prejuízos.

Para enfrentar esses desafios, é fundamental que os diferentes atores do comércio de frutas no DF trabalhem em conjunto para encontrar boas estratégias que sejam eficazes. Os atacadistas devem buscar técnicas de armazenagem que permitam mitigar os efeitos do clima adverso e melhorar a qualidade das frutas como um todo. Os governos municipais e estaduais podem ajudar a reduzir a carga tributária sobre esses produtos, incentivando o setor e tornando-o mais competitivo e sustentável.

Além disso, é importante reconhecer a importância de consumir produtos naturais de alta qualidade e a reputação que esses produtos oferecem em comparação com produtos inferiores. Isso pode ser alcançado por meio de campanhas de educação nutricional e promoção dos benefícios de frutas.

7. CONCLUSÃO

Com base nos resultados obtidos neste estudo exploratório do comércio atacadista de frutas no Distrito Federal, pode-se concluir que o setor de atacado de frutas desempenha um papel significativo no abastecimento da região, atendendo a uma ampla variedade de estabelecimentos comerciais. A presença consolidada de várias empresas atacadistas com mais de 10 anos de atividade indica a estabilidade e a importância dessas organizações para o mercado local.

A diversidade de frutas comercializadas no DF é notável, com destaque para banana, maçã, laranja, manga, uva, morango, mamão, abacate, limão e maracujá.

A banana se destaca como uma das frutas mais vendidas pelos gestores do comércio atacadista, reforçando sua popularidade e demanda consistente.

As empresas atacadistas desempenham um papel crucial na distribuição das frutas, atendendo a um amplo espectro de estabelecimentos comerciais, desde mercados e supermercados até restaurantes e cozinhas industriais.

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

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos resultados obtidos, sugere-se que as empresas atacadistas de frutas no DF busquem estratégias novas, a fim de promover o desenvolvimento como um todo do setor fazendo com que as qualidades dos produtos comercializados aumentem mais ainda. Iniciativas que visem aprimorar a qualidade dos produtos, reduzir custos logísticos, enfrentar a concorrência e fortalecer a estrutura geral do comércio atacadista, são sempre bem-vindas. Além disso, é essencial investir em tecnologias e boas práticas para melhorar a eficiência operacional, garantindo assim um abastecimento adequado e de qualidade para os consumidores 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.

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.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. R. A. *O sistema atacadista alimentar brasileiro: origens, destinos*. Campinas: Instituto de Economia Unicamp (tese de doutoramento). 2010. 162 p.

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças Não Transmissíveis. *Vigitel Brasil 2021 : vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico : estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2021 / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças não Transmissíveis. – Brasília: Ministério da Saúde, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/svsa/vigitel/vigitel-brasil-2021-estimativas-sobre-frequencia-e-distribuicao-sociodemografica-de-fatores-de-risco-e-protecao-para-doencas-cronicas>. Acesso em junho de 2023.*

BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. *Cadeia Produtiva de frutas*. Brasília: IICA / MAPA/ SPA. V. 7. 2007. 102p.

CARVALHO et al. In. ENCUESTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, XV., 2015, Cuba. *COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS NO SEGMENTO ATACADISTA DE ITABAIANA/SERGIPE/BRASIL [...]*. [S. l.: s. n.], 2015. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal15/Geografiasocioeconomica/Geografiaagricola/38.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2023.

CASTRO, Maria Jose et al. *UMA ANÁLISE DA ESTRUTURA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS: O CASO DA EMPRESA SÓ FRUTAS*.

CODEPLAN - COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL – CODEPLAN. *Texto para Discussão. TD. n. 24*. Brasília: Companhia de Planejamento do Distrito Federal, 2017.

COSTA, Matheus Monteiro. Custo de produção de cultivares de banana na região do Distrito Federal. 2020.

CUNHA, A; BELIK, W. A produção agrícola e a atuação das Centrais de Abastecimento no Brasil. *Segurança Alimentar e Nutricional*, v. 19, n. 1, 2012, p. 46-59.

EMATER-DF. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária do Distrito Federal. INFORMAÇÕES AGROPECUÁRIAS DO DISTRITO FEDERAL – 2022. Brasília, 2022. 24 p. Acesso em: julho de 2023. Disponível em: <https://emater.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/06/Relatorio-Atividades-Agropecuarias-RIA-2022-DF.pdf>

ENOMOTO, Leandro Minoru; LIMA, Renato da Silva. Análise da distribuição física e roteirização em um atacadista. *Production*, v. 17, p. 94-108, 2007.

FALEIRO, F. G. et al. A fruticultura no Distrito Federal: importância, problemas e oportunidades. In: Faleiro, F. G.; Rocha, F. E. de C.; Gontijo, G. M.; Rocha, L. C. da T. (ed.). Expedição Safra Brasília - Maracujá: prospecção de demandas para pesquisa, extensão rural e políticas públicas baseadas na adoção e no impacto de tecnologias. Brasília: EMATER/DF, 2019.

FERNANDES, Rodrigo da Silva. Análise de risco de um processo de armazenamento de frutas em câmara fria. 2021.

FERREIRA NETO, Josué et al. Avaliação das câmaras frias usadas para o armazenamento de frutas e hortaliças no entreposto terminal de São Paulo (CEAGESP): CEAGESP. *Engenharia Agrícola*, v. 26, p. 832-839, 2006. <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal15/Geografiasocioeconomica/Geografiaagricola/38.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2023.

KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento e implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. Tradução Mônica Rosenberg, Brasil Ramos Fernandes, Cláudia Freire; revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos. – 12. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KUPFER, David. Padrões de concorrência e competitividade. **Texto para discussão**, 1991.

MENDES, J. T. G.; PADILHA JUNIOR, J. B. *Agronegócio: uma abordagem econômica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

NEUWALD, Daniel Alexandre; KITTEMANN, Dominikus; THEWES, Fabio Rodrigo. Tecnologias de armazenamento de frutas de clima temperado. **Synergismus scyentifica UTFPR**, v. 13, n. 1, p. 21-27, 2018.

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

NEVES, M.F. Marketing no agribusiness. In: ZILBERSZTAJN, D., NEVES, M. F. (Org.) Economia & gestão dos negócios agroalimentares. São Paulo: Pioneira, 2000. p. 109136.

OLIVEIRA, L. F. 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, 2019, 63p. Disponível em: <https://rd.ufes.edu.br/handle/prefix/3453>. Acesso em julho de 2023.

OLIVEIRA, L. G.; BATALHA, M. O. Fatores condicionantes à comercialização de frutas, legumes e verduras da agricultura familiar em cadeias de suprimentos de supermercados. *Ciência rural*, ISSN 0103-8478, Vol. 51, Nº. 4, 2021.

OLIVEIRA, Leandro Gomes et al. O PAPEL DOS INTERMEDIÁRIOS NA DINÂMICA COMERCIAL DA CADEIA DE SUPRIMENTOS DE UMA AGROINDÚSTRIA PROCESSADORA DE FRUTAS DE VISCONDE DO RIO

BRANCO, MG. In: v. 2, n. 2: II Simpósio Nacional de Engenharia de Produção. 2021. Disponível em:

<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1115405>. Acesso em junho de 2023.

RANGEL, Sandro Bevilaqua et al. Perfil do mercado varejista e consumidor de mamão dos grupos 'solo'e'formosa'do Distrito Federal-DF. Revista Brasileira de Fruticultura, v. 25, p. 85-88, 2003.

RODRIGUES, Roberto. Frutas para o mundo. AgroANALYSIS, v. 35, n. 1, p. 45-45, 2015.

SANDRONI, P. Dicionário de economia. 40ª. ed., São Paulo: Best-Seller, 1994.

SEBRAE-NA/ Dieese. Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2013, p. 17. www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf

SPAGNOL, Roberto; PFULLER, E. E. A administração rural como processo de gestão das propriedades rurais. Revista de Administração e Ciências Contábeis do IDEAU, v. 5, n. 10, 2010. Disponível em:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7783702>. Acesso em julho 2023

WAQUIL, P. D.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. Mercados e comercialização de produtos agrícolas. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 71p. 2010.

ANEXO A – Questionário Aplicado

Pesquisa sobre o comércio de frutas no DF

igoredw@gmail.com [Alternar conta](#)



Não compartilhado

1. Qual o nome da sua empresa?

Sua resposta

2. Quanto tempo de existência a empresa tem?

Escolher

3. Onde fica a sede da empresa?

Sua resposta

4. Em quais Estados vende seus produtos?

Sua resposta

5. Número de funcionários atualmente?

Escolher

6. Quais frutas a empresa comercializa?

- Goiaba
- Banana
- Morango
- Abacate
- Acerola
- Caju
- Laranja
- Limão
- Mamão
- Maracujá
- Maçã
- Uva

Outro: _____

7. A sua empresa é a produtora dos frutos? (se sim, quais?)

Sua resposta _____

8. Tem contrato de compra com os agricultores?

Sim

Não

9. Se sim na questão anterior, em qual local e para quais produtos?

Sua resposta _____

10. Quais são as 5 frutas mais vendidas?

Sua resposta _____

11. Quantos estabelecimentos sua empresa abastece no Distrito Federal?

12. Que tipo de estabelecimentos sua empresa abastece no Distrito Federal?

Sua resposta

13. Em quais lojas de varejo se encontra seus produtos no Distrito Federal?

Sua resposta

14. Destaque atributos da sua empresa que lhe conferem vantagens no abastecimento do mercado de frutas Brasília.

Sua resposta

15. Quais são os maiores desafios para o comércio de frutas no Distrito Federal?

Sua resposta

16. Quais são os maiores desafios para o comércio de frutas no Brasil?

Sua resposta
