POLOS AGROALIMENTARES

MERCADOS ATACADISTAS DE QUARTA GERAÇÃO

ALTIVO R. A. DE ALMEIDA CUNHA
Engenheiro agrônomo, doutor em Economia e consultor da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO, na sigla em inglês) – altivo@teiatecnologiaaplicada.com.br

JOSÉ BISMARCK CAMPOS
Administrador de empresas e MBA em Gestão Estratégica de Negócios

O MUNDO está tornando-se cada vez mais urbano, com mais pessoas vivendo nas cidades do que no campo. O grande desafio contemporâneo é fazer com que alimentos saudáveis cheguem à mesa dos cidadãos com preços acessíveis e atendendo necessidades e preferências distintas. Além disso, há o desafio de possibilitar que os produtores e os comerciantes participem desse processo numa cadeia de fornecimento geradora de desenvolvimento.

Os consumidores têm cada vez mais consciência de sua cidadania alimentar, sabem o que desejam e querem, exercendo seu poder de escolha. A percepção dos consumidores sobre as condições da produção agrícola, os métodos produtivos e os valores nutricionais dos alimentos é impulsionada pela velocidade das informações e pelo uso das redes sociais.



SHUTTERSTOCK

De forma geral, o processo de intermediação produtiva e distribuição nos mercados atacadistas de alimentos é visto como uma ação de "atravessadores" especuladores. Eles carregam a injusta pecha de serem responsáveis pela elevação de preços sazonais. Mas, é necessário uma coordenação para articular as demandas e os interesses de um sistema agroalimentar de grandes dimesões como o brasileiro.

No entanto, as centrais de abastecimento não conseguem sensibilizar a opinião pública e os agentes governamentais para a sua importância. Existe uma percepção limitada sobre a formação de preços e os padrões de classificação adotados. Os agentes e os dirigentes dos mercados atacadistas precisam mostrar à sociedade o papel estratégico e fundamental que exercem.

A face mais visível do sistema de abastecimento atacadista nacional é a depreciação das infraestruturas de comercialização das Centrais de Abastecimento (CEASAs). Há uma ausência do cumprimento de regras e normas de funcionamento decorrente de uma falha nas diretrizes e nas gestões. Somente a modernização da infraestrutura logística para promover maior eficiência econômica das atividades de abastecimento não é suficiente.

Os mercados atacadistas ainda dependem de fatores essenciais, como serviços e gestão. Isso ditará a

AGENDA PARA O NOVO SISTEMA ATACADISTA

Deve-se montar um contexto para a criação de novos mercados atacadistas que sejam negócios promissores capazes de articular sustentabilidade, inovação e ação sistêmica. Os beneficiados devem ser a cadeia produtiva alimentar e a sociedade. Para isso, alguns objetivos devem ser buscados:

- Atender os novos valores desejados por consumidores, com informação embarcada nos produtos: valor nutricional, qualidade sanitária, local e forma de produção;
- Favorecer a entrada de produtores de novas regiões agrícolas, em especial de pequena escala, como os agricultores familiares, valorizando os aspectos locais;
- Estimular operações eficientes e inovadoras, com rapidez e baixos custos de transação, em ambiente físico limpo e seguro, supridas por uma inteligência de negócios.

qualidade dos produtos para promover transações seguras e de baixo custo. Os beneficiados serão os atendidos pelo mercado: produtores, comerciantes e consumidores.

Três fatores de transbordamento econômico dos mercados atacadistas definem o caráter especial e dinâmico destes arranjos produtivos: o impacto local e regional, a segurança alimentar e a inserção de produtores e comerciantes de diversos portes.

Os novos tempos exigem uma nova organização para a geração dos valores desejados por consumidores, produtores, atacadistas e varejistas e, em suma, pela sociedade. Essa configuração pode ser definida como "mercados de quarta geração", voltados para promover produtos, serviços e negócios em sintonia com os padrões de consumo. Esse processo possibilitará a inserção ampla de produtores e regiões no mercado, de modo a estimular e redesenhar sua base regional de fornecimento. ■

NÚMEROS DO SETOR ATACADISTA

AGENTES DO SISTEMA DE ABASTECIMENTO NO BRASIL				
População[1]	**Produtores rurais[2]**	**Estabelecimentos de varejo alimentar[1]**	**Comerciantes atacadistas[3]**	**Centrais de Abastecimento (CEASAs)[1]**
207,7 milhões	4,4 milhões	187,2 mil	10,7 mil	72
GRANDES NÚMEROS DAS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO				
Quantidade comercializada de FLV* em 2017[1]	**Valor comercializado de FLV em 2017[1]**	**PIB gerado pela comercialização de hortaliças[1]**	**Municípios fornecedores[1]**	**Países fornecedores[1]**
15 milhões de toneladas	US$ 9,7 bilhões	US$ 20 bilhões	3.236	20
LOGÍSTICA E IMPACTO ECONÔMICO E SOCIAL				
Área total dos entrepostos[3]	**Caminhões de carga por mês[3]**	**Tipos de produtos comercializados[1]**	**Variedades de FLV comercializadas[1]**	**Bancos de alimentos[1]**
13,3 milhões de metros quadrados	466 mil	900	465	44
HORTICULTURA E FRUTICULTURA: ÁREA PLANTADA E EMPREGOS DIRETOS GERADOS				
Área plantada[4]		**Empregos diretos[5]**		**Área das CEASAs/ área plantada[1]**
Horticultura	**Fruticultura**	**Horticultura**	**Fruticultura**	
750 mil hectares	1.991 mil hectares	4,5 por hectare	1,0 por hectare	1:10.000

* Frutas, legumes e verduras

Fonte: 1 IBGE; Conab; FAO; CNA (2016/17); 2 IBGE (2006); 3 Conab; PNUD (2009); 4 Anuário Brasileiro da Fruticultura; Anuário Brasileiro das Hortaliças (2017); 5 Embrapa (2012)