



CRIAÇÃO, IMPORTÂNCIA E FUNCIONAMENTO DAS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO

Joilson Silva Lima¹

¹Doutorando em Agronomia/Fitotecnia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Brasil. E-mail: joilsonagro@gmail.com

Recebido em: 01/07/2015 – Aprovado em: 31/07/2015 – Publicado em: 21/08/2015

RESUMO

Em 1970 foi criado o Programa Estratégico de Desenvolvimento que, juntamente com o I Plano de Desenvolvimento, criado entre 1972 e 1974, estabeleceram como prioridade a construção de Centrais de Abastecimento. A criação das Ceasas no Brasil foi estabelecida a partir da busca de modelos organizacionais existentes em outros países. No Brasil, em geral, nas pesquisas realizadas sobre mercados atacadistas de frutas, não se têm muitas informações sobre essa estrutura. Daí a necessidade de estudar o funcionamento dessas empresas. Grande parte da comercialização de hortaliças, frutas e flores no Brasil tem ocorrido através das Centrais de Abastecimento. A criação destas permitiu a organização e expansão da comercialização de produtos hortigranjeiros, por meio da concentração de compradores e vendedores num mesmo local. No entanto, o desenvolvimento histórico das Ceasas brasileiras indica uma perda gradativa da capacidade de gestão empresarial, decorrente de diferentes tipos e graus de ingerências políticas e dos objetivos das empresas orientados para interesses locais, e não para uma visão de longo prazo. O mundo globalizado tem levado a um aumento da concorrência entre empresas/produtos exigindo que profissionais adotem técnicas modernas, não só do ponto de vista da produção e da administração, mas também do *marketing* para garantir o crescimento sustentado do negócio.

PALAVRAS-CHAVE: Ceasa. Comércio Hortigranjeiro. Mercado Atacadista.

CREATION, IMPORTANCE AND OPERATION OF SUPPLY CENTERS

ABSTRACT

In 1970 the Strategic Development Program that, with the first Development Plan, created between 1972 and 1974, made it a priority to build Supply Centers. The creation of Ceasas in Brazil was established from the pursuit of organizational models in other countries. In Brazil, in general, the research on the wholesale markets of fruits, do not have much information of this structure. There the need to study the functioning of these companies. Much of the marketing of vegetables, fruits and flowers in Brazil has occurred through the Central Supply. The creation of these allowed the marketing organization and expansion of horticultural products, through concentration of buyers and sellers in the same premises. However, the historical development of Brazilian Ceasas indicates a gradual loss of business management skills, due to different types and degrees of political interference and corporate goals oriented to local interests, and not for a long-term vision. The globalized world has

led to increased competition between companies/products requiring than professionals to adopt to the modern techniques, not only from the point of view of production and administration, but also marketing to ensure sustained business growth.

KEYWORDS: Ceasa. Fruits and Vegetables Trade. Wholesale Market.

INTRODUÇÃO

Devido ao crescimento dos centros urbanos do Brasil, um dos grandes produtores de frutas e hortaliças do mundo (TOFANELLI et al., 2009), o processo de distribuição de produtos hortigranjeiros tornou-se mais complexo e oneroso, o que aliado à precariedade dos mercados tradicionais, suscitou a necessidade de aperfeiçoamento das estruturas de comercialização desses produtos (CEASA/ES, 2008). Por muitos anos, a comercialização de produtos hortifrutigranjeiros tem sido realizada ao ar livre, nas ruas. Isso sem que os produtos fossem fiscalizados, em condições de higiene inadequadas, sem transparência dos preços e, em embalagens inapropriadas. Além das perdas que muito desestimulavam o produtor, havia também problemas relacionados ao lixo produzido e à necessidade de alterações no trânsito das imediações de onde ocorria a distribuição de alimentos. Devido a isso, com apoio de organismos internacionais, como o Órgão das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), o Governo buscou a resolução do problema. Além disso, buscou também a ajuda de outros países que já tinham experiência em técnicas de planejamento, construção e operação de mercados atacadistas (SCARIM & LUCCI, 2009).

O Programa Estratégico de Desenvolvimento, criado em 1970, juntamente com o I Plano de Desenvolvimento, criado entre 1972 e 1974, estabeleceram a construção de Centrais de Abastecimento como prioridade nas principais concentrações urbanas do Brasil. A partir desta decisão do Governo Federal, as Centrais de Abastecimentos (Ceasas) começaram a ser instaladas, dedicadas à comercialização de produtos hortigranjeiros, pescados e outros itens perecíveis, em todas as capitais do país e também nas principais cidades de cada Estado, constituindo o Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (SINAC), cuja gestão ficou por conta da COBAL - Companhia Brasileira de Alimentos, conhecida atualmente como CONAB (CEASA/ES, 2008; LIMA et al., 2013).

Baseado em modelos organizacionais existentes em outros países, foi estabelecida a criação das Centrais de Abastecimento no Brasil. Os Mercados de Abasto da Espanha serviram como referência, um modelo que tinha a operacionalização comercial privada, mas uma natureza pública da gestão do sistema. A criação de centrais de comercialização atacadista nas principais capitais regionais surgiu como forma de centralizar a distribuição e garantir uma variedade de itens produzidos em lugares distintos, e de serem ofertados conjuntamente ao consumidor (DAMBORIARENA, 2001; LIMA et al., 2012). A criação e o desenvolvimento das centrais espanholas foi organizado a partir de regras e normas estabelecidas com base em um contexto social, cultural e econômico bastante distinto do brasileiro (LIMA et al., 2013).

No Brasil, em geral, os estudos realizados sobre mercados atacadistas de frutas, não se determina adequadamente o perfil, funcionamento e importância dessa estrutura (AMARO, 1997 citado por RANGEL et al., 2003). Diante do exposto, a presente revisão teve como objetivo relatar o funcionamento da Ceasa, enfocando a importância e função como mercado atacadista, bem como os fatores que influenciam as características organizacionais e sociais da empresa.

A IMPORTÂNCIA DAS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO

Parte da comercialização de hortaliças, frutas e flores no Brasil tem ocorrido através das Centrais de Abastecimento. A criação destas permitiu a organização e expansão da comercialização de produtos hortigranjeiros, por meio da concentração de compradores e vendedores em um mesmo local. A sua criação foi muito importante também para a divulgação de informações de mercado e formação de preços. Trata-se de um mercado *spot*, onde os preços são formados de acordo com a oferta e demanda de produtos. O Governo não interfere na negociação e formação de preços, este é apenas responsável pelo gerenciamento do espaço e das atividades, como num condomínio. São mais de 90 unidades distribuídas em 27 estados brasileiros (LOURENZANI et al., 2007; LIMA et al., 2013).

Os Centros de Abastecimento são pontos de concentração física da produção de hortigranjeiros oriundos de diversas regiões do país. As mercadorias são destinadas aos atacadistas, que podem também ser produtores rurais ou apenas intermediários (ANDREUCETTI et al., 2005; LIMA et al., 2013).

Na verdade, as Ceasas, no sistema de atacado, jamais funcionaram como espaços de aproximação de produtores e consumidores. Pelo contrário, tão logo se estabeleceram, o sistema passou a ser controlado por atacadistas privados que se consolidaram como um novo elo na cadeia de distribuição. Conforme BELIK et al. (2001), durante todo esse período, pouca coisa se alterou também no sistema de escoamento da produção, embalagens e mecanismos de formação de preços. Na prática, os agentes e os mercados tradicionais passaram a atuar nos novos espaços patrocinados pelo poder público sem mudanças e maiores efeitos na oferta.

Em 1988 o Governo Federal, resolveu abandonar as 21 empresas Ceasas à própria sorte. Doou as ações que detinha nas Centrais e estas passaram a ser de responsabilidade dos Estados (MOURÃO, 2006). Um sistema que funcionava perfeitamente, era modelo para o mundo, acabou da noite para o dia. Nesse desmonte também afetou o excelente trabalho que se desenvolvia de capacitação e treinamento dos diversos agentes em todo o canal de comercialização (da produção ao varejo).

No instante em que a COBAL deixou de participar das CEASAs o conjunto das Centrais passou a operar sem nenhum tipo de Coordenação centralizada. Cada Estado passou a propor atuações que, muitas vezes nada tinham a ver com a finalidade do mercado atacadista de hortigranjeiro. Em muitas delas as atividades eminentemente técnicas foram deixadas à margem, concentrando apenas em típicas ações de condomínio. Muitas outras passaram a construir pavilhões sem os devidos cuidados técnicos, sem um planejamento prévio, conduzindo a um estrangulamento e involução do mercado (SILVA, 1998).

COMERCIALIZAÇÃO E O MERCADO ATACADISTA DAS CEASAS

A comercialização é definida como o processo final do sistema produtivo, devendo, portanto, ser compensadora para que haja estímulo, satisfação e retroalimentação do mesmo (FAGUNDES & YAMANISHI, 2002). A forma de comercialização no mercado atacadista é caracterizada pelas centrais de abastecimento, que são concentrações do espaço físico, onde são comercializados diferentes produtos. De modo geral, os preços de comercialização são determinados no próprio mercado, em decorrência da oferta e procura do produto. Porém, de acordo com LUENGO et al. (2001), a participação dos supermercados como fornecedores de hortigranjeiros é crescente. Algumas redes de supermercados já

possuem contato direto com produtores rurais, e assim a cadeia de comercialização fica restrita a produtor-varejista antes do produto chegar ao consumidor final.

No Brasil, a comercialização de hortigranjeiros tem ocorrido, tradicionalmente, por meio das Ceasas. Nessas centrais não há interferência do governo na negociação e formação de preços, este é apenas responsável pelo gerenciamento do espaço e das atividades, como num condomínio. Nos últimos anos, diversos problemas têm sido atribuídos a este sistema de comercialização, como sistema logístico ineficiente, alto índice de perdas, embalagens inadequadas e armazenamento deficiente (LOURENZANI & SILVA, 2004). Com isso, novos canais de distribuição foram desenhados, frente à necessidade de eficiência no suprimento de produtos para o auto-serviço. Estes envolvem atacadistas especializados, capazes de fornecer produtos com regularidade, qualidade e preços competitivos e produtores rurais capazes de atender às necessidades do varejo. Uma estratégia adotada foi montar estruturas, centrais de compras e distribuição próprias, para a realização das transações comerciais e operações logísticas.

Conforme REARDON & BERDEGUÉ (2002) citado por LOURENZANI & SILVA (2004), nesse processo, observou-se uma ação de exclusão daqueles fornecedores incapazes de atender às exigências impostas. Estes buscaram canais alternativos para o escoamento dos produtos, como as Ceasas, o setor de refeições coletivas e a venda direta para outros formatos de varejo como sacolões e varejões.

O atacadista de hortigranjeiros é toda empresa física ou jurídica que executa a concentração de produtos hortigranjeiros com a finalidade de redistribuí-los para o comércio varejista (MOURÃO, 2006). Segundo LOURENZANI & SILVA (2004) no atacado, especialmente nos entrepostos atacadistas (Ceasas), a mão-de-obra é pouco qualificada. A função principal dos atacadistas é comprar dos produtores em grande quantidade e maior variedade, estocar os produtos e em seguida dividir em pequenas quantidades para vender aos varejistas (HSIEN et al., 2011).

Na distribuição de hortigranjeiros existem dois tipos claros de atacadistas. O primeiro tipo é representado pelos atacadistas permissionários das Ceasas. Estes realizam, na grande maioria das vezes, transações do tipo *spot*, marcadas por um comportamento conflitante em relação aos outros elos da cadeia. Além disso, estão sujeitos a incertezas e ao oportunismo do mercado. O segundo tipo é representado pelos atacadistas, localizados dentro ou fora das Ceasas, que buscam agregar valor e serviços à sua competência essencial. Estes promovem o desdobramento das cargas de produtos, selecionando-os, acondicionando-os em embalagens de diversos tamanhos e tipos, e realizando operações logísticas. Dentro deste tipo de atacadistas estão os especializados, localizados próximo às zonas produtoras (LOURENZANI & SILVA, 2004).

A importância dos mercados atacadistas de alimentos junto aos principais centros urbanos do país faz com que a alteração em seu modelo de operação afete substancialmente a correlação de forças entre as partes atuantes no abastecimento dos produtos básicos, permitindo reduzir as margens de comercialização hoje praticadas, remunerar melhor os agricultores e resultar em preços mais acessíveis aos consumidores (DAMBORIARENA, 2001).

De acordo com DAMBORIARENA (2001), no contexto internacional, os mercados atacadistas representam, junto com as grandes redes do varejo, o lugar onde se regulam e implementam procedimentos de mudanças nas questões relativas à padronização, informações e fiscalização relativas à comercialização de

hortigranjeiros. Todo o avanço relativo à normalização referente aos produtos hortigranjeiros no Brasil e mesmo no Mercosul possui forte participação dos setores técnicos das Centrais e fundamentalmente, dos denominados usuários (produtores e comerciantes atacadistas), através de suas representações (LIMA et al., 2012).

Segundo LOURENZANI et al. (2007), nas últimas décadas, diversos problemas têm sido atribuídos a este sistema de comercialização:

- a redução da qualidade e aumento das perdas devido a um sistema logístico ineficiente, onde os produtos são manipulados várias vezes;
- a falta de higiene, padronização e informações de origem dos produtos que junto à errônea forma de transporte, contribui consideravelmente para o aumento das perdas pós-colheita. Estima-se que as perdas físicas no processo de distribuição de alimentos variam de 40 a 75% do total produzido, dependendo do produto (ROCHA & MONTEIRO, 1999 citado por LOURENZANI et al., 2007);
- o sistema de comercialização exige venda por consignação no mercado e vistoria individual;
- os permissionários passaram a atuar também como agentes financeiros, assumindo riscos de não recebimento;
- falta de políticas de investimento e modernização das Centrais as tornaram ultrapassadas dentro do contexto dos novos arranjos dos canais de distribuição de hortigranjeiros.

A eficácia do sistema de comercialização depende basicamente do desempenho operacional dos participantes. Equipamentos modernos, modernização de processos administrativos e estrutura funcional, se constituem em instrumentos operacionais, cujo uso depende da técnica e habilidade dos operadores (MOURÃO, 2006). No entanto, conforme FARINA & MACHADO (1999) citado por LOURENZANI et al. (2007), os centros de distribuição gerenciados pelo governo não conseguiram instituir um sistema eficiente e sustentável para suprir o fornecimento de alimentos frescos, que protegesse os produtores contra o poder de mercado de alguns agentes e que fosse capaz de se adaptar rapidamente às mudanças deste mercado.

A produtividade do Sistema de Ceasas está em função das atividades dos operadores da comercialização, que por sua vez está em função da capacidade de cada um. Para que a comercialização alavanque, é necessária a participação de seus operadores. A busca de melhor tecnologia e melhores condições de trabalho está em função da capacidade de cada indivíduo, daí, é necessário educação para que se busque qualificação profissional. Nos dias atuais, um ou dois itens na comercialização, não são mais responsáveis pelo sucesso no comércio. Além de preço acessível ao consumidor, deve ser oferecido, produto de qualidade, bom atendimento, padronização do produto, dentre outros aspectos (MOURÃO, 2006).

Os atacadistas são de grande importância na cadeia produtiva, são eles os responsáveis pela distribuição dos produtos em todo o território nacional, pela redução dos custos nas transações e pela disponibilização de sortimentos aos varejistas e atacadistas de menor porte (SILVA, 2012). Algumas características podem ser atribuídas aos comerciantes da Ceasa. Uma delas é a intermediação, onde o comerciante funciona como um intermediário entre o produtor e o consumidor, realizando uma circulação. Outra característica é o intuito lucrativo, pois o objetivo de lucro é sempre perseguido pelo comerciante, ainda que de forma indireta, quando, por exemplo, oferece descontos promocionais. A habitualidade ou profissionalidade, que condiz com a prática repetida e permanente, com vistas a determinado objetivo, é também um atributo que o comerciante deve ter para uma boa performance na sua atividade. É de fundamental importância para o Sistema de

Ceasas o desempenho operacional do atacadista de hortigranjeiros, pela influência que este exerce no processo de concentração das mercadorias, para suprir o comércio varejista (MOURÃO, 2006).

O comportamento do atacadista se reflete em todos os segmentos da comercialização de tal forma que, funciona como instrumento de incentivo à produção e de expansão do sistema distribuidor em nível de consumo final. De acordo com MOURÃO (2006), para o atacadista de hortigranjeiros planejar, coordenar e executar as operações de comercialização com eficácia, necessita ter conhecimento dos fatores de comercialização, para que as decisões comerciais tenham probabilidades de sucesso. O desenvolvimento de economia exige que o setor atacadista de hortigranjeiro se modernize de forma a poder atender o abastecimento nacional com eficácia. As exigências de maior capacidade de trabalho e a crescente competição nos diferentes setores da economia mundial demandam profissionalismo (PENEDO et al., 2007).

As Ceasas têm as condições para orientar o comerciante atacadista em muitos aspectos de ordem administrativa, assim como na obtenção de melhores qualificações, é preciso que haja uma mobilização por parte dos permissionários para que busquem reivindicar junto às Centrais, melhores estruturas e qualificação profissional para que assim venham a ter condições de competir no modelo de mercado atual. Portanto, é preciso um diálogo permanente entre as autoridades da Ceasa e os comerciantes atacadistas que comandam o mercado (MOURÃO, 2006).

A CENTRAL DE ABASTECIMENTO DO ESTADO DO CEARÁ

Dada a necessidade de organizar o disperso mercado de hortigranjeiros procedentes de diversas áreas de produção para a cidade de Fortaleza, foi criada em 9 de novembro de 1972 a Ceasa-CE (Central de Abastecimento do Ceará). A Ceasa-CE, uma empresa de economia mista, hoje está vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Agrário do Estado do Ceará (SDA). Está localizada no Município de Maracanaú, na Rodovia Dr. Mendel Steinbruch, s/nº, Pajuçara e foro jurídico na Comarca de Maracanaú-CE (CEASA/CE, 2008a).

A Ceasa-CE trata-se do maior mercado atacadista de hortigranjeiros do Ceará, visto que cerca de três milhões de cearenses usufruem dos produtos ali comercializados. Por muitos anos foi a responsável pelo abastecimento atacadista de hortigranjeiros, para todo o Estado do Ceará e parcialmente para os Estados do Piauí, Maranhão, Rio Grande do Norte e Paraíba. Através de serviços espera-se melhorar a renda e o padrão de vida do pequeno produtor rural e, simultaneamente, facilitar a aquisição de produtos de qualidade e preços competitivos a todas as camadas da população, principalmente às mais carentes (MAYORGA, 2007).

As oito principais frutas comercializadas são: banana prata, laranja pêra, mamão formosa, melancia, goiaba, abacaxi, maçã nacional e abacate. Entre as hortaliças mais comercializadas na Ceasa-CE tem-se, batata inglesa, tomate, cenoura, pimentão, chuchu, beterraba e abóbora leite. Outros produtos são comercializados na Ceasa-CE como aves, ovos, carne, laticínios e diversos atípicos, como condimentos, lanches, dentre outros. O volume total comercializado na Ceasa-CE gira em torno de 380 mil toneladas ano (CEASA/CE, 2008a).

A estrutura física da Ceasa-CE ocupa uma área total de 280.000m², sendo a área construída correspondente a 38.360m². Existem sete galpões permanentes para hortigranjeiros com 168 lojas; um galpão para estivas e cereais com 38 lojas; um galpão para frigoríficos com 25 lojas; um galpão com produtos atípicos com 50 lojas; duas estruturas cobertas para comercialização de milho verde; três galpões

para usuários não permanentes com 1.557 módulos de comercialização; um pavilhão para produtores do Estado do Ceará, com 416 módulos de comercialização; um galpão para carregadores autônomos, com 500 vagas; três agências bancárias; um cartório oficial; um escritório da Companhia Energética do Ceará (COELCE); um posto de gasolina; um núcleo da Secretaria da Fazenda (SEFAZ); um posto do Serviço Social do Comércio - SESC (Programa Mesa Brasil - Amigos do Prato); um posto da Polícia Militar. Estão cadastrados junto à Ceasa, como fornecedores, 1.679 produtores. São 268 empresas instaladas no seu interior, 1.047 permissionários não permanentes, compreendendo uma área total permissionada de 19.681m². Cento e oitenta e quatro municípios são abastecidos com produtos provenientes da Ceasa. A população flutuante em seu interior gira em torno de 12.000 pessoas por dia (CEASA/CE, 2008b; LIMA et al., 2012).

Segundo o estatuto (CEASA/CE, 2008a), a Ceasa-CE tem como objetivos:

- criar, ampliar e modernizar a infra-estrutura das centrais de comercialização e abastecimento;
- coordenar, supervisionar e controlar as atividades desenvolvidas, assegurando eficiência aos procedimentos e eficácia aos resultados;
- promover a produção e comercialização de gelo, frigorificação e comercialização de pescado;
- promover e desenvolver o intercâmbio de informações com as demais Ceasas do País, visando oferecer aos produtores, atacadistas, varejistas e órgãos públicos, dados que lhes permitam atuar em suas áreas de competência com conhecimento amplo do mercado de hortigranjeiros;
- firmar convênios, acordos e contratos com pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, nacional ou estrangeiro, pertinente às suas atividades.

O desenvolvimento histórico das Ceasas brasileiras indica uma perda paulatina da capacidade de gestão empresarial, decorrente de diferentes tipos e graus de ingerências políticas e dos objetivos das empresas orientados para interesses locais, e não para uma visão de longo prazo. Em decorrência, muitas das Ceasas experimentaram uma descontinuidade gerencial e ausência de capacitação profissional (CUNHA, 2006).

O aparecimento de novos canais de venda vem modificando o perfil da comercialização de hortigranjeiros, com a comercialização sendo descentralizada, está havendo um decréscimo da participação dos grandes entrepostos e de centros de abastecimento e uma crescente negociação direta dos produtores junto aos varejões e supermercados (RANGEL et al., 2003). Observa-se que as mudanças na estrutura de comercialização têm impactos negativos para a cadeia de hortigranjeiros. Levando em consideração os pontos de venda ao consumidor final, segundo LOURENZANI & SILVA (2004), essas mudanças afetaram negativamente e tornaram sobrevivência de pequenos comerciantes ainda mais difícil, visto tratar-se de um mercado no qual poucas grandes redes dominam as fontes mais eficientes de suprimentos em termos de logística, qualidade e de ferramentas gerenciais.

Além do mais, deve-se levar em consideração que o consumidor de hoje é bem diferente do consumidor do passado, o mesmo tem acesso a uma diversidade de informações sobre o produto que irá comprar, exigindo um atendimento melhor e diferenciado, melhores condições de higiene, acesso e preço compensador (GONÇALVES, 2001 citado por RANGEL et al., 2003). Também deve ser levado em consideração o surgimento dos supermercados, espalhados nos diferentes bairros da cidade, que pela localização e diversidade de produtos oferecidos, passaram a “comandar” o mercado de produtos alimentícios. Portanto, para o fortalecimento da

Ceasa, é necessária a existência de mão de obra qualificada, boa estrutura física do local de venda de produtos, organização e eficiência dos comerciantes na comercialização dos produtos, dentre outros pontos, para que os fatores acima mencionados venham a ser favorecidos e o mercado atacadista possa competir com outros entrepostos. O complexo sistema de comercialização de hortifrutícolas requer estudos que permitam a elaboração e implementação de estratégias e ações de melhorias do mercado (TOFANELLI et al., 2008).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Novas perspectivas de escoamento da produção, como as grandes redes de supermercado, têm se apresentado como alternativas para os consumidores, o que vem contribuindo para a existência de uma concorrência com o mercado atacadista da Ceasa. O mundo globalizado tem levado ao aumento dessa concorrência entre empresas/produtos exigindo que profissionais adotem técnicas modernas não só do ponto de vista da produção e da administração, mas também do *marketing* para garantir o crescimento sustentado do negócio (ASSUMPÇÃO & SILVA, 2008). O mercado está em movimento, quem estiver parado no tempo, omitindo-se das novas exigências que o mercado impõe ficará para trás.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, J. S. **Educação profissional e qualificação do trabalhador: o caso do curso técnico em Telecomunicações do SENAI de Uberlândia**. 2005. 137 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2005.

ANDREUCETTI, C.; FERREIRA, M. D.; GUTIERREZ, A. S. D.; TAVARES, M. Caracterização da comercialização de tomate de mesa na CEAGESP: perfil dos atacadistas. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 23, n. 2, p. 324-328, abr./jun. 2005.

ASSUMPÇÃO, R.; SILVA, J. R. Diagnóstico tecnológico sobre as bancas de flores de um cemitério no município de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 38, n. 3, mar. 2008.

BELIK, W.; SILVA, J. G.; TAKAGI, M. Políticas de combate à fome no Brasil. **São Paulo Perspec.**, São Paulo, v. 15, n. 4, p. 119-129, out./dez. 2001.

CEASA/CE - Centrais de Abastecimento do Ceará. **Estatuto social da Centrais de Abastecimento do Ceará S/A-CEASA/CE**. 2008a. Disponível em: <<http://www.ceasa-ce.com.br/est-ceasa.asp>>. Acesso em: 04 de agosto 2014.

CEASA/CE - Centrais de Abastecimento do Ceará. **Ceasa-Ce em sintonia com o desenvolvimento**, 2008b.

CEASA/ES - Centrais de Abastecimento do Espírito Santo. **História da Ceasa**. 2008. Disponível em: <<http://www.ceasa.es.gov.br/?p=11>>. Acesso em: 04 de agosto 2014.

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. **Conab apresenta ações do Prohort na 15ª Frutal**. 2008. Disponível em:

<<http://www.conab.gov.br/conabweb/index.php?PAG=73&NSN=772>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

CUNHA, A. R. A. A. Dimensões estratégicas e dilemas das Centrais de Abastecimento no Brasil. **Revista de Política Agrícola**, n. 4, p. 37-46, out./nov./dez. 2006.

DAMBORIARENA, E. **Certificação e rotulagem na cadeia dos hortigranjeiros no estado do Rio Grande do Sul: Um estudo de caso - CEASA/RS**. 2001. 84 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

FAGUNDES, G. R.; YAMANISHI, O. K. Estudo da comercialização do mamão em Brasília-DF. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 24, n. 1, p. 91-95, abr. 2002.

FONSECA, J. S.; MARTINS, G.A. **Curso de estatística**. 6 ed. São Paulo:Atlas, 1996, 320p.

HSIEN, W.; CÔNSOLI, M, A.; GIULIANI, A. C. Aspectos sobre a decisão de canais no pequeno varejo: a escolha entre o atacado e o atacarejo. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 4, n. 1, p. 91-104, jan./abr. 2011.

INSTITUTO AKATU. **Pelo consumo consciente**, 2007. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/central/noticias/2007/39-mil-toneladas-de-alimentos-no-lixo-todos-os-dias>>. Acesso em: 14 de novembro 2011.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 3.ed. ver. e ampl. São Paulo: Atlas, 1996.

LIMA, J. S; AMARAL, R. F.; BRITO, A. V. C.; LIMA, P. V. P. S.; MAYORGA, R. D. Caracterização dos comerciantes da Ceasa-Ceará. **Sociedade e Desenvolvimento Rural on line**, v. 7, n. 4, p. 21-34, nov., 2013.

LIMA, J. S; AMARAL, R. F.; BRITO, A. V. C.; LIMA, P. V. P. S.; MAYORGA, R. D. Caracterização dos comércio da Ceasa-Ceará. **Perspectivas online**, v. 4, n. 2, p. 01-11, 2012.

LOURENZANI, A. E. B. S.; FILHO, N. A P.; SILVA, A. L. **Utilização de comércio eletrônico na comercialização de hortícolas: um estudo de caso**. In: VI INTERNATIONAL PENSA CONFERENCE, 2007, Ribeirão Preto, Brasil. Disponível em: <<http://www.fearp.usp.br/egna/resumos/Lourenzani.pdf>>. Acesso em: 03 de agosto 2014.

LOURENZANI, A. E. B. S.; SILVA, A. L. Um estudo da competitividade dos diferentes canais de distribuição de hortaliças. **Gestão e Produção**, v. 11, n. 3, p. 385-398, set./dez. 2004.

LUENGO, R. F. A.; MOITA, A. W.; NASCIMENTO, E. F.; MELO, M. F. Redução de perdas pós-colheita em tomate de mesa acondicionado em três tipos de caixas. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 19, n. 2, p. 151-154, jul. 2001.

MAYORGA, R. D. **Projeto de pesquisa**: Diagnóstico dos aspectos comerciais, técnico-operacionais e de infra-estrutura da Ceasa-Ceará, 2007.

MOURÃO, I. R. A. **Manual 2: Características dos operadores da comercialização hortigranjeira**. 2006. Disponível em: <<http://www.minas.ceasa.mg.gov.br/scriptcase/file/docacervo/Manual%20%20Caracteristicas%20dos%20Oper.%20>>. Acesso em: 04 agosto 2014.

MUNIZ, K. T. **Relações de gênero no cotidiano do assentamento Santana no município de Monsenhor Tabosa - Ce**. 2007. 41 f. Monografia (Graduação em Agronomia) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2007.

PENEDO, A. S. T.; PACAGNELLA JÚNIOR, A. C.; OLIVEIRA, M. M. B. Previsão de preços do açúcar utilizando redes neurais artificiais. **Nucleus**, Ituverava, v. 4, n. 1-2, p. 199-212, 2007.

RANGEL, S. B.; FAGUNDES, G. R.; FALCÃO, T. C. C; MENDES, R. S.; YAMANISHI, O. K. Perfil do mercado varejista e consumidor de mamão dos grupos 'solo' e 'formosa' do Distrito Federal-DF. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 25, n. 1, p. 85-88, abr. 2003.

SCARIM, P. C.; LUCCI, H. G. **Geografia dos alimentos – diagnóstico propositivo sobre o consumo de alimentos no município de Vitória: origem, destino e qualidade da alimentação da população de vitória**. 2009. 32 f. Departamento de Geografia – Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2009.

SILVA, L. C. **Caracterização do setor atacadista de flores e plantas ornamentais no Brasil**. 2012. 135 f. Dissertação (Mestrado em Agronomia/Fitotecnia) – Universidade Federal de Lavras. Lavras, 2012.

SILVA, I. M. **Plano de diagnóstico e avaliação das Ceasas**. 1988. Disponível em: <<http://www.ceasa.gov.br/dados/publicacao/pub37.pdf>>. Acesso em: 22 de abr. 2015.

TOFANELLI, M.; FERNANDES, M. S.; CARRIJO, N. S.; MARTINS FILHO, O. B. Mercado de hortifrutícolas frescas no município de Mineiros-GO. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, v. 38, n. 3, p. 201-207, jul./set. 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/pat/article/view/4844>>. Acesso em: 22 de abr. 2015.

TOFANELLI, M.; FERNANDES, M. S.; MARTINS FILHO, O. B.; CARRIJO, N. S. Avaliação das perdas de frutas e verduras no mercado varejista de Mineiros-GO: em estudo de caso. **Revista Scientia Agraria**, v. 10, n. 4, p. 331-336, jul./ago. 2009.