

## A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO ATACADISTA DE HORTIGRANJEIROS NA CENTRAL DE ABASTECIMENTO DO NORTE DE MINAS

**Luiz Andrei Gonçalves Pereira**

Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES  
Programa de Pós-Graduação em Geografia - PP GEO/Unimontes  
[luizandreigoncalves@yahoo.com.br](mailto:luizandreigoncalves@yahoo.com.br)

**Igor Martins de Oliveira**

Prefeitura Municipal de Montes Claros – PMMC  
Mestre em Geografia - PP GEO/Unimontes  
[igormogeo@gmail.com](mailto:igormogeo@gmail.com)

**Paulo Cícero Borges Lopes**

Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES  
Programa de Pós-Graduação em Geografia - PP GEO/Unimontes  
[paulo.cicero@yahoo.com.br](mailto:paulo.cicero@yahoo.com.br)

### RESUMO

O comércio atacadista é um sistema complexo, constituído por empreendimentos econômicos que realizam as (re) vendas de produtos a partir das demandas do comprador. Na ciência geográfica, a comercialização atacadista de hortigranjeiros tem relevância na estrutura produtiva da atividade agropecuária em áreas rurais e na cadeia de abastecimento dos centros urbanos. O objetivo é analisar as políticas públicas de comercialização de produtos hortigranjeiros em centrais de abastecimentos, concentrando-se nas redes de suprimentos e de relações comerciais da CEANORTE, localizada na cidade de Montes Claros - MG, no período de 2017 a 2019. Os procedimentos metodológicos adotados foram a revisão de literatura e a análise de dados secundários. No Brasil, a geografia do comércio atacadista de hortigranjeiros é representada pela rede de Centrais de Abastecimento. A CEANORTE, embora classificada como na faixa pequena no ranking de comercialização de produtos em toneladas (variação < 0,5%), apresentou uma rede de relações comerciais estruturadas nos fornecedores locais/regionais e inter-regionais, cuja cadeia de distribuição atende a clientela de Montes Claros e sua hinterlândia do norte de Minas Gerais, do Vale do Jequitinhonha e do sul da Bahia.

**Palavras-chave:** Relações comerciais. Redes de abastecimento. Políticas públicas. Mercado consumidor.

### THE GEOGRAPHY OF HORTICULTURAL WHOLESALE TRADE IN THE SUPPLY CENTER OF NORTHERN MINAS GERAIS

### ABSTRACT

The wholesale trade is a complex system, consisting of economic enterprises that perform the (re)sale of products based on the buyer's demand. In geographic science, the wholesale marketing of horticultural products has relevance in the productive structure of agricultural activity in rural areas and in the supply chain of urban centers. This research aims to analyze the public policies for the marketing of horticultural products in supply centers, focusing on the networks of supply and commercial relations of CEANORTE, located in the city of Montes Claros - MG, in the period from 2017 to 2019. Methodological procedures adopted were literature review and secondary data analysis. Although CEANORTE is classified in the small range in the product marketing ranking in tons (variation < 0.5%), it has presented a structured commercial network with local/regional and interregional suppliers, whose distribution chain serves customers from Montes Claros and its hinterland of northern Minas Gerais, the Jequitinhonha Valley and southern Bahia.

**Keywords:** Commercial relations. Supply networks. Public policy. Consumer market.

### INTRODUÇÃO

Há um campo restrito de publicações acerca do comércio atacadista, principalmente em língua portuguesa. O desafio no âmbito da geografia dos negócios atacadistas é sistematizar as abordagens das atividades comerciais, constituídas por redes de comércios de produtos hortigranjeiros que

apresentam uma estrutura dinâmica e complexa de produção, de comercialização e de distribuição em mercados urbanos e interurbanos no território brasileiro, especialmente em Montes Claros e sua hinterlândia, constituídos pelos agentes econômicos atacadistas, varejistas e por consumidores diversos, localizados em cidades do norte de Minas Gerais, do Vale do Jequitinhonha e do sul da Bahia.

Este trabalho se estrutura na seguinte questão norteadora: como se configura a rede de comercialização de produtos hortigranjeiros na Central de Abastecimento do Norte de Minas (CEANORTE)? O objetivo deste artigo é analisar as políticas públicas de comercialização de produtos hortigranjeiros em centrais de abastecimentos, concentrando-se nas redes de suprimentos e de relações comerciais da CEANORTE, localizada no município de Montes Claros-MG, no período de 2017 a 2019.

Os procedimentos metodológicos adotados foram a revisão de literatura, tendo como referências teórico-conceituais os autores Urner (1913); Garrison (1935); Beckman e Engle (1937); Beckham (1941); Lewis (1948); Regan (1949); Clowes, Elliott e Crow (1957); Siddall (1961); Vance Jr (1970); Kenny-Levick (1972); Minas Gerais (1979; 1980); Fundação João Pinheiro – FJP (1982a; 1982b; 1982c; 1982d); Rebello (1983); Montes Claros (1987); Lord (1984); Nascimento e Cruz (1986); Tracey-White (1991); Braga (1992); Santos (1997); Belik (2000); Barreto Junior (2004); Cunha (2006); Nascimento (2008); Mourão e Colombini (2008); Mourão e Magalhães (2009); CONAB (2009; 2017; 2020a; 2020b); Cunha e Belik (2012); Silva (2012); Silva (2014); CEANORTE (2017; 2018; 2019); Leite (2020); IBGE (2020); entre outros.

Na organização deste trabalho, ocorreram também a coleta e a análise de dados secundários disponibilizados pela Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), por meio da plataforma do Sistema de Informações Setoriais de Comercialização (SISCOM) sobre o comércio de hortigranjeiros, cereais e produtos diversos. Na análise da formação da hierarquia de comercialização das Centrais de Abastecimento no Brasil, seguiu-se a metodologia formulada pela CONAB, que criou um *ranking* formado por quatro níveis comerciais de produtos hortigranjeiros, sendo eles: 1) **Nível hiper** – incorporação das CEASAs que comercializaram quantidades maiores que 6,0%; 2) **Nível grande** – participação das CEASAs que movimentaram valores entre 2% e 6%; 3) **Nível médio porte** – inclusão das CEASAs que comercializaram quantidades de 0,5 a 2%; e 4) **Nível pequeno** – incorporação das CEASAs que venderam quantidades menores que 0,5% (CONAB, 2009).

Os dados disponibilizados pela CEANORTE acerca da comercialização de produtos hortigranjeiros permitiram a identificação e quantificação das origens de produtos regionais e inter-regionais comercializados. O *software EXCEL*, versão 2010 (MICROSOFT, 2010), foi utilizado para o tratamento das informações que foram exportadas para o *Software ARCGIS*, versão 10.6 (ESRI, 2018), licenciado pelo Laboratório de Geoprocessamento da Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES) para confecção de mapas temáticos com a finalidade de mostrar a rede de comercialização das CEASAs Brasileiras, incluindo a CEANORTE e as suas redes de abastecimentos.

## A CONCEPÇÃO GEOGRÁFICA DO COMÉRCIO ATACADISTA E O SETOR DE HORTIGRANJEIROS

A geografia do comércio atacadista assume um papel importante na (re) configuração dos mercados urbanos e interurbanos, envolvendo as interações espaciais entre produtores, consumidores e comerciantes que intercambiam bens e serviços em cenários históricos de transformações nas formas de negociar. No processo de evolução do comércio por atacado, Beckman e Engle (1937) destacam que as atividades comerciais atacadistas não têm uma data específica de surgimento, pois elas existem desde a antiguidade, uma vez que as suas gêneses territoriais estão relacionadas com o aparecimento de rotas comerciais aquaviárias e/ou terrestres, nas quais circulavam os negociantes em caravanas que fixaram empreendimentos ou atendiam os pontos comerciais, ampliando as redes de relações por meio dos diversos tipos de trocas atacadistas de mercadorias, impulsionadas pelos usos de moedas e de meios de transportes.

Na trajetória do desenvolvimento dos negócios atacadistas, Vance Jr (1970) destaca que a remoção de restrições espaciais de acessibilidade local com os avanços dos transportes e das comunicações transformou e ampliou as relações sociais e comerciais, ao promover a abertura para o comércio inter-regional, criando as bases para a formação do comércio atacadista. A abertura dos mercados

por meio da monopolização de rotas comerciais e de transportes fez com que os atacadistas organizassem os estoques para atender as demandas de comerciantes varejistas (BECKMAN e ENGLE, 1937).

Na ciência geográfica, Lord (1984) pontua que a complexidade do comércio atacadista vai além da intermediação entre fabricantes e varejistas nas trocas de bens de consumo final, uma vez que ele incorpora as transações voltadas também para os bens destinados ao não consumo final, tendo como exemplo a atividade industrial. Na concepção de Garrison (1935), o comércio atacadista é um setor muito grande nas atividades comerciais, principalmente na intermediação de esforços colaborativos nos negócios entre os produtores e os varejistas. No ramo comercial, a sobrevivência dos atacadistas demandou as mudanças progressivas para que eles pudessem adaptar as forças competitivas dos mercados com foco na cadeia de suprimentos e de distribuição de produtos, sendo decisiva a sua especialização em setores do comércio e da prestação de serviços.

O atacadista tornou-se um especialista na execução de forma mais econômica das funções que desempenha ao disponibilizar os produtos dos fabricantes em diversos pontos de vendas. A ocupação do atacadista está organizada em atividades ligadas à compra e à venda, à montagem e à divisão, ao armazenamento e manuseio, à concessão de crédito e à aceitação de riscos, à criação de demandas e conselhos, ao transporte e à emissão de informações dos produtos. Dessa forma, o fabricante, o atacadista e o varejista precisam concentrar as suas energias e estratégias na execução de funções mais eficientes por meio da especialização, da cooperação e da união de elementos divergentes, contribuindo, assim, para aperfeiçoar a distribuição de bens e serviços para os consumidores (REGAN, 1949).

Ao abordar o atacadista como uma necessidade econômica, Regan (1949) destaca que esse foi desafiado na supremacia do desempenho de suas funções em um cenário em que fabricantes, varejistas e consumidores tentaram eliminar e desempenhar o seu papel. A permanência do atacadista no mercado ocorreu, em geral, devido ao seu melhor método operacional, cujas etapas são caracterizadas pela melhor eficiência na realização de seus processos, por possuir equipamentos modernos e eficientes, bem como por possuir uma localização geográfica estratégica na execução de suas funções especializadas, o que proporciona a redução de custos dos produtos e conquista da confiança das empresas e dos consumidores.

A expansão e a sobrevivência dos negócios no setor atacadista têm relações com a sua localização. Segundo Lord (1984), os locais servem como pontos de coleta e de distribuição de mercadorias por empreendimentos influenciados pelos transportes e pela localização dos recursos, dos produtos e dos mercados. Na padronização geográfica da rede de distribuição do produto, o fabricante [produtor] busca a manipulação das vendas de seus produtos ao escolher os locais e designar os territórios de comercialização, incorporando a estratégia de localização corporativa do comércio atacadista no atendimento de demandas regionais. O aumento dos centros comerciais regionais tem relação com a internalização regional por meio de forças internas de demandas e de ofertas de bens e serviços em redes de inter-relações nacionais e, até mesmo, internacionais.

Nos padrões dos mercados atacadistas, Lewis (1948) destaca que existe o interesse mútuo entre produtores e distribuidores no comércio por atacado, pontuando os principais centros e as coberturas espaciais das suas áreas de influências, bem como a intensificação do comércio na cidade onde se localiza e nas cidades e nos vilarejos localizados na hinterlândia, se concentrando em áreas mais dinâmicas. Nesse contexto, é importante destacar que não existe uma área única para o comércio atacadista, uma vez que acabam existindo diversas formas de negociações, nas quais se buscam minimizar os custos e maximizar os lucros. Na padronização dos mercados atacadistas, destacam-se a extensão e a densidade das negociações, tendo forma de inserção diversificada entre os setores que atuam nesse segmento.

Na distribuição dos produtos comercializados nos mercados, a concorrência entre os atacadistas ocorre em um cenário atinente à localização e à especialização de produtos e de serviços (LEWIS, 1948). Para Beckman (1941), os atacadistas buscam a redução dos custos dos produtos por meio da

especialização em linhas de produtos com atividades mais lucrativas, da melhoria do *marketing*, da identificação com os varejistas, do controle de estoque, da contabilização dos custos, da mecanização e do manuseio de mercadorias que são comercializadas nos mercados urbano-regionais.

A organização espacial dos atacadistas se pauta nas rotas que atendem os territórios de vendas, posto que as ações dos comerciantes estejam direcionadas para os tipos específicos de operações de vendas. Nesse processo, o crediário é uma ferramenta importante na distribuição do produto e na manutenção das redes de relações pautadas na confiança, pois os mercados são dinâmicos e estão em constantes mudanças, incluindo a localização de concorrentes, as redes de fornecedores, os serviços de distribuição (transportes), os clientes varejistas e os consumidores (LEWIS, 1948).

Na estrutura do comércio atacadista, a cidade tem um papel importante na centralização das relações socioeconômicas com o seu entorno imediato. Para Siddall (1961), a centralidade urbana se dá por meio das funções exercidas pelas atividades desenvolvidas nas cidades, em que há concentração de coleta e de distribuição de bens e serviços para servir a demanda intraurbana do território circundante. Ao discutir sobre o comércio atacadista, Vance Jr (1970) afirma que três elementos mantêm interações constantes no sistema de trocas, quais sejam: o produtor, o agente (comerciante) e o consumidor. Na interposição do agente, tem-se uma ampliação da economia local interagindo com a economia regional, tornando o atacadista importante agente nos padrões da atividade econômica. Os consumidores têm acesso a fontes alternativas de suprimentos com a expansão dos transportes, que favoreceram o rompimento da proteção geográfica ao comércio local, incorporando a concorrência no mercado de produtos oriundos de outras regiões.

Ao abordar a natureza do comércio atacadista, Vance Jr (1970) aponta a dificuldade em definir as categorias analíticas: atacadista e varejista; o mais seguro é dizer que o comércio varejista começou com o fim da autossuficiência familiar e o comércio atacadista começou com o fim da autossuficiência local. O comércio atacadista é um meio de conexão entre os produtores de mercadorias e os consumidores, já que o atacadista intermedeia o acesso do produtor ao mercado, estabelecendo e informando as suas demandas e as suas escalas, e assegura ao consumidor acesso a produtos específicos e diversificados.

Na complexidade em conceituar o comércio atacadista, Vance Jr (1970) pontua que a definição precisa se pautar no comércio atacadista como uma conexão entre o produtor e o varejista; porém, a significação é bem mais ampla. Uma contribuição importante vem da área da administração de empresas, que trata esse comércio como um empreendimento econômico em que a revenda de produtos comercializados é delimitada pela demanda do comprador. É constituído por estabelecimentos onde os negócios são direcionados a vendas de mercadorias a varejistas, a usuários industriais, comerciais e institucionais, entre outros.

O comércio atacadista não depende diretamente de "vendas de balcão". Ele não é definido pelo tamanho dos empreendimentos, mas pela organização dos tipos de negócios. Então, fornece produtos aos compradores varejistas e institucionais, uma vez que pode vender ou usar os bens para obter lucros; desse modo, comerciantes atacadistas e varejistas (institucionais) possuem similaridades na organização e na localização de seus negócios. Em uma função conectiva, o comerciante atacadista pode estar localizado próximo aos fornecedores ou próximo à clientela, visto que ele se especializa em um segmento de comércio que atenderá as áreas tributárias em que os clientes demandam acessibilidade imediata aos bens. A qualidade do serviço ganha a confiança do cliente ao ter de pronta entrega o produto não especializado e promover entrega a prazo de produto especializado (VANCE JR, 1970). Dentro dos diversos segmentos que compõem o comércio atacadista, o de hortigranjeiros tem um papel relevante no comércio, no suprimento e na segurança alimentar da população urbana e rural por meio das suas redes de relações.

Na composição da estrutura do comércio atacadista, o setor de hortigranjeiros é estratégico na cadeia de abastecimento dos centros urbanos por ser constituído por produtos alimentares perecíveis que demandam cuidados na produção, na colheita, no transporte, no armazenamento e na

comercialização. Para Urner (1913), o papel do comerciante atacadista precisa ser analisado em todo o sistema de distribuição, uma vez que a movimentação de produtos agrícolas se dá em uma escala que articula as fontes de suprimentos e a localização dos consumidores.

Em geral, nas grandes cidades, o suprimento de produtos agrícolas vem de longas distâncias – regionais, nacionais e, até mesmo, internacionais – e o seu sistema de distribuição depende de serviços das agências comerciais para manter as políticas de abastecimento por meio da oferta e da demanda. O transporte de produtos agrícolas, incluindo os perecíveis, precisa de refrigeração para conservá-los. Ao chegar às cidades em grandes lotes, os produtos precisam de manuseio para separação, criando os lotes menores e diversificados de produtos de qualidade em conformidade com as necessidades dos varejistas (URNER, 1913).

Na concepção de Kenny-Levick (1972), a distribuição de mercadorias é organizada de forma operacional em redes comerciais de alimentos, de frutas e de legumes, focalizando em canais de distribuição de produtos hortícolas frescos. Na dinâmica socioeconômica, o tamanho do mercado, as tendências e os padrões de consumo de produtos perecíveis, como frutas e legumes que, após a colheita, demandam muitos cuidados, principalmente no transporte, no manuseio e na armazenagem para preservação da qualidade que pode variar muito. Nos canais de distribuição, o atacadista é responsável pelo abastecimento e pela entrega do produto ao varejista que, por sua vez, atende o consumidor final. Os comerciantes atacadistas e varejistas fazem o elo da cadeia entre produtor e consumidor, quanto à comercialização dos produtos hortícolas.

O mercado de hortigranjeiros é organizado por meio de estrutura complexa da rede de produção e de distribuição centrada em atacadistas que atendem as demandas dos mercados varejistas, que buscam atender os consumidores finais. Na concepção de Clowes, Elliott e Crow (1957), a interconexão entre os produtores e consumidores de produtos agrícolas e alimentares tem demandado diversas instalações. Uma delas é o mercado atacadista de alimentos, no qual se tem o envolvimento de um grande número de pessoas e de empresas. Para Tracey-White (1991), a finalidade dos mercados atacadistas é promover a interconexão por meio de uma complexa rede de transferência dos produtos alimentares da área rural, onde são produzidos, para as áreas urbanas onde há maior adensamento de consumidores.

A comercialização de mercadorias alimentícias em mercados atacadistas precisa de instalações de uso individual para a exposição dos produtos, com destaque para as lojas, com a finalidade de atrair os compradores. Entretanto, existem as instalações de uso comum com as vias de acesso e estruturas de estacionamentos. Observa-se que os mercados atacadistas são constituídos por espaços de usos públicos e privados que podem ser construídos e gerenciados por empresas públicas, por empresas privadas ou por cooperativas (CLOWES; ELLIOTT; CROW, 1957).

Em relação à cadeia de distribuição, Clowes, Elliott e Crow (1957) destacam que o grande desafio para os mercados atacadistas é garantir os recursos financeiros para melhorar a infraestrutura dos empreendimentos comerciais ou para criá-los em cidades que não os possuam. Na abordagem de Tracey-White (1991), nos mercados atacadistas de alimentos, a infraestrutura física é de suma importância para a comercialização mais especializada de produtos frescos no atacado, dos quais se destacam os perecíveis, tais como frutas, verduras, legumes, entre outros. Dessa forma, no Brasil, as centrais de abastecimento têm um papel relevante na comercialização de hortigranjeiros, sendo esse o assunto abordado na seção seguinte.

## **A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO ATACADISTA DE HORTIGRANJEIROS NO BRASIL: O PAPEL DAS REDES DE CENTRAIS DE ABASTECIMENTOS (CEASAS)**

Na compreensão do comércio atacadista de hortigranjeiros, é preciso discutir o processo de criação da rede de centrais de abastecimento especializadas na comercialização de produtos alimentícios em grandes e médias cidades distribuídas pelo território brasileiro. Para Belik (2000), no Brasil, nos anos anteriores à década de 1960, as crises de abastecimentos com produtos alimentares foram constantes nos centros urbanos, uma vez que havia escassez de alimentos e alta de preços, o que geravam protestos e saques nos comércios. Como forma de minimizar esses problemas, o governo tentou implantar a política de regulação de preços, bem como tratou a crise do abastecimento como questão policial e buscou punir os responsáveis pelo desabastecimento no setor de alimentos.

Na concepção de Nascimento (2008), na década de 1960, os diagnósticos identificaram os estrangulamentos na estrutura de comercialização dos produtos hortigranjeiros, que era desenvolvida como uma atividade marginal, fragmentada, provocando graves problemas urbanos. Naquele cenário, a atuação do governo federal deixou de ser puramente normativa e de fiscalização para se tornar ativa, por meio da construção e da gestão de centrais de abastecimento a fim de se substituir o comércio fragmentado, assumindo ele mesmo a gestão do sistema.

A partir de 1964 a proposta do Estado brasileiro foi de intervir diretamente na organização e na regulação do sistema de abastecimento, por meio do controle de preços na cadeia produtiva e do controle da oferta no atacado e no varejo, com a criação de entrepostos atacadistas, supermercados e sistema de armazenagens. Em 1968 foi criado o Grupo Executivo de Modernização do Abastecimento (GEMAB) para implantar uma estrutura de intervenção no comércio de alimentos por meio das CEASAs (BELIK, 2000).

Para Barreto Junior (2004), as primeiras ações intervencionistas definiam a modernização do sistema nacional de abastecimento por meio da implantação e da gestão da infraestrutura das centrais de abastecimento ou de mercados terminais, pensando na racionalização do comércio atacadista. Nessas unidades, os agentes privados atuavam na comercialização por atacado de produtos hortifrutícolas, cereais, flores, pescados, entre outros perecíveis. Para Mourão e Magalhães (2009), na década de 1960, apenas São Paulo, por meio de ações do governo estadual, e Recife, por meio da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), tinham regularizado em operação o mercado atacadista de hortigranjeiros.

Na década de 1970, ocorreu a criação do Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (SINAC) por meio do Decreto n. 70.502/1972, que visava a sistematizar e aumentar a produtividade do sistema de comercialização agrícola, buscando reduzir os custos de comercialização, melhorar a qualidade dos produtos e serviços, aperfeiçoar os mecanismos de formação de preços, pensando na redução da volatilidade de preços, entre outros. A partir da criação do SINAC, o governo federal atribuiu à Companhia Brasileira de Alimentos (COBAL) a gestão da rede de Centrais de Abastecimentos no Brasil (MOURÃO e MAGALHÃES, 2009).

No histórico do comércio atacadista de hortigranjeiros, Mourão e Colombini (2008) pontuam que, em 1966, foi criada a Central de Abastecimento em São Paulo – Empresa Estatal Estadual – que, em 1969, fundiu-se com a Companhia de Armazéns Gerais do Estado de São Paulo (CAGESP), originando a Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP) e, a partir do final da década de 1970, iniciou-se o processo de descentralização por meio da criação de 12 unidades em cidades do interior de São Paulo. Em 1968 também entrou em operação a Central de Abastecimento de Recife, sendo incorporada ao SINAC em 1972. Considerando essas duas experiências, a partir da década de 1970, foram criadas e inauguradas diversas Centrais de Abastecimento no território brasileiro (Quadro 1).

Quadro 1 - Histórico da criação/operacionalização das principais Centrais de Abastecimento no Brasil.

CEASAs	Operação
Brasília (DF), Fortaleza (CE), Rio de Janeiro (RJ) e São Gonçalo (RJ)	1972
Salvador (BA), Aracajú (SE) e Porto Alegre (RS)	1973
Belo Horizonte (MG) e João Pessoa (PB)	1974
Manaus (AM), Campinas (SP), Maringá (PR), Belém (PA), Goiânia (GO) e Maceió (AL)	1975
Curitiba (PR), Campina Grande (PB), Natal (RN) e Teresina (PI)	1976
Vitória (ES), Mossoró (RN) e São Luís (MA)	1977
Foz do Iguaçu (PR), Florianópolis (SC), Uberlândia (MG) e Novo Hamburgo (RS)	1978
Juiz de Fora (MG), Campos (RJ) e Campo Grande (MS)	1979
Londrina (PR), Macaé (RJ), Cascavel (PR) e Caxias do Sul (RS)	1982

Fonte - Mourão e Magalhães, 2009.

Org.: PEREIRA, L. A. G.; OLIVEIRA, I. M.; LOPES, P. C. B., 2020.

As principais CEASAs foram implantadas nas grandes e médias cidades do território brasileiro principalmente nas décadas de 1970 e de 1980. Essas estruturas implantadas foram concebidas como uma rede formal, conectadas por meio de protocolos técnicos e informacionais (BELIK, 2000; CUNHA e BELIK, 2012). Nas palavras de Barreto Junior (2004), as ações desenvolvidas pelas redes de CEASAs buscavam minimizar, sobretudo para os produtores e consumidores, as “imperfeições” da cadeia produtiva, dentre as quais se destacam as perdas de produtos, o aumento excessivo e constante de preços e a ação dos agentes atravessadores que operam, na cadeia de comercialização, com retornos financeiros exageradamente elevados.

No circuito de produção e de comercialização de alimentos, ocorreram mudanças significativas, incorporando a disseminação de novos hábitos alimentares da população, de novos padrões de produção, de transformação/processamento de alimentos, de logística e de introdução de novos produtos no mercado (CUNHA e BELIK, 2012). No entanto, a crise financeira e fiscal no Brasil, ocorrida na década de 1980, afetou a estrutura organizacional dos mercados atacadistas, principalmente com a diminuição dos recursos financeiros destinados à gestão das CEASAs, levando o Governo Federal a repassá-las para os estados e municípios (CUNHA, 2006; NASCIMENTO, 2008; MOURÃO e MAGALHÃES, 2009). Para Barreto Junior (2004), as gestões estadual e municipal das CEASAs não se preocuparam com o sistema de gestão integrada nem com a manutenção de atividades operacionais em contextos regionais, perdendo a sua característica de sistema institucionalizado em um cenário de crise econômica e social.

Em 1985, no governo de José Sarney (1985-1990), teve início a discussão de privatização das CEASAs, reduzindo os investimentos e contribuindo para o declínio das centrais de abastecimento; editais foram lançados, mas não houve o interesse do setor privado, pois nas CEASAs a comercialização sempre foi operacionalizada pela iniciativa privada, enquanto o complexo infraestrutural sempre fora administrado pelo setor público (MOURÃO e MAGALHÃES, 2009). Em 1986 foi criada a Associação Brasileira das Centrais de Abastecimentos (ABRACEN), com a finalidade de resgatar e/ou manter a integração das centrais de abastecimento em escala nacional, como decorrência da extinção do SINAC em 1988. O papel da ABRACEN passou a ser o de otimizar os serviços prestados pelas CEASAs, divulgar e promover o mercado hortigranjeiro e incentivar a segurança alimentar e nutricional (BARRETO JUNIOR, 2004).

No ano de 1990, ocorreu a fusão entre a Companhia de Financiamento da Produção (CFP), a COBAL e a Companhia Brasileira de Armazenamento (CIBRAZEM), para constituição da Companhia Nacional de Abastecimento (CNA), que posteriormente passou a ser denominada de CONAB, empresa pública vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) (CONAB, 2017). Na década de 2000, mudanças institucionais voltadas para as políticas públicas promoveram a reestruturação do sistema alimentar, envolvendo as Centrais de Abastecimentos na política de fortalecimento da agricultura familiar, nas ações voltadas para novos hábitos alimentares, por meio da Segurança Alimentar e Nutricional, por meio dos bancos de alimentos, na promoção da qualidade dos produtos em conformidade com a orientação nutricional e na implantação do Programa Brasileiro de Modernização do Mercado Hortigranjeiro (PROHORT), coordenado pela CONAB, cujo principal objetivo foi a reestruturação do sistema por meio da integração das bases de dados, trocas e divulgação de informações do setor; bem como por meio da criação de mecanismos comuns de capacitação tecnológica e de estratégias para revitalização do setor (CONAB, 2009).

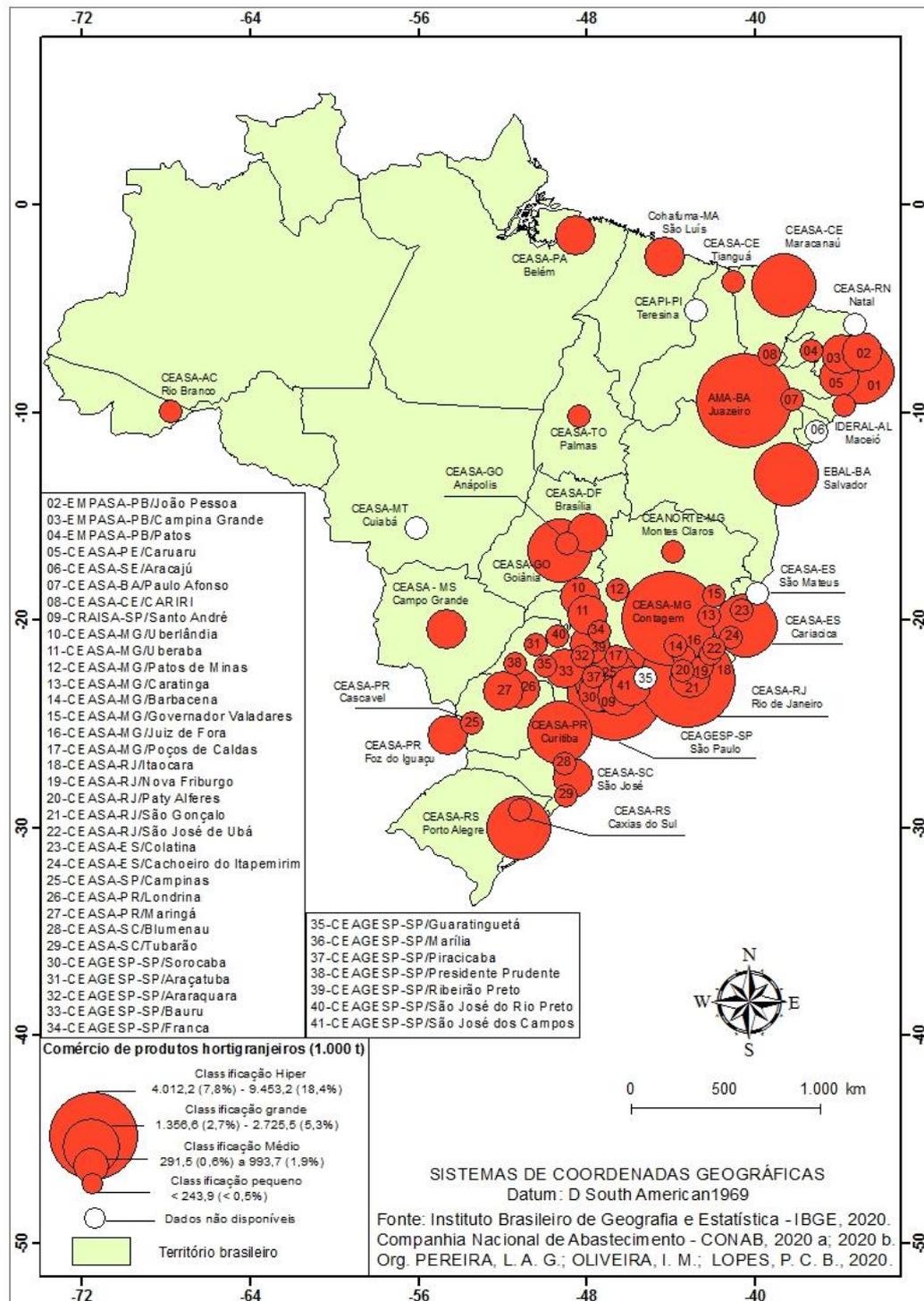
As redes de centrais de abastecimento no território brasileiro se estruturam a partir das relações espaciais dos fixos e dos fluxos, na concepção de Santos (1997, p. 177), os fixos “são os próprios instrumentos de trabalho e as forças produtivas em geral, incluindo a massa dos homens”. E os fluxos “são o movimento, a circulação e assim eles nos dão, também, a explicação dos fenômenos da distribuição e do consumo”. Com base na argumentação de Milton Santos, os espaços constituídos de infraestruturas que recebem e/ou abrigam os comerciantes, os compradores/consumidores e os prestadores de serviços são os fixos. Enquanto as relações espaciais estabelecidas pela circulação de produtos, de pessoas e de dinheiro são os fluxos. Dessa forma, percebe uma interdependência entre os fixos e fluxos na dinâmica socioeconômica do comércio atacadista de hortigranjeiros em centrais de abastecimentos.

As redes das centrais de abastecimentos se estruturaram nas políticas públicas de comercialização de produtos hortifrutigranjeiros, cereais e produtos diversos. Para Nascimento e Cruz (1986), os hortigranjeiros são os principais produtos comercializados nas Centrais de Abastecimento, constituindo-se em um dos grupos alimentares mais amplos no âmbito da produção da agropecuária. Na comercialização de hortigranjeiros no território brasileiro, considerando a quantidade em toneladas acumulada nos anos de 2017, 2018 e 2019, observa-se uma concentração do comércio atacadista de hortigranjeiros em uma faixa hiper (variação de 7,8% a 18,4%) na CEAGESP (SP), CEASA Minas (MG), CEASA Rio de Janeiro (RJ) e AMA/Juazeiro (BA). Enquanto na faixa grande (variação de 2,7% a 5,3%), o comércio atacadista de hortigranjeiros se concentrou na CEASA Goiânia (GO), CEASA Curitiba (PR), CEASA Recife (PE), CEASA Campinas (SP), CEASA Porto Alegre (RS), EBAL (BA), CEASA Maracanaú (CE) e CEASA Vitória (ES). Na faixa média (variação de 0,6% a 1,9%), destacam-se 17 CEASAs localizadas em capitais e cidades médias, que juntas representam 18,9% do comércio atacadista de hortigranjeiros do país. Na faixa pequena (variação menor que 0,5%), têm-se 34 CEASAs que juntas representam 7,6% do comércio atacadista de hortigranjeiros no Brasil (Figura 1).

Na representação da geografia do comércio atacadista de hortigranjeiros, 73,5% se concentram em CEASAs classificadas como grande e hiper, totalizando 12 centrais de abastecimento localizadas em capitais, exceto a CEASA Campinas e AMA/Juazeiro Bahia. Enquanto 51 Centrais de abastecimento

comercializaram em conjunto 26,5% de produtos hortigranjeiros. Sendo que seis centrais não disponibilizaram os dados de comercialização. É importante destacar que a AMA/Juazeiro se encontra entre as quatro maiores CEASAs do Brasil em termos de comercialização, isso ocorre pelo fato de essa central ser responsável pela distribuição dos produtos do Perímetro irrigado do Baixo Médio São Francisco, em Juazeiro (BA) e em Petrolina (PE).

Figura 1 - Brasil: Hierarquia do comércio de produtos hortigranjeiros por centrais de abastecimentos – CEASAs, acumulado no ano de 2017, 2018 e 2019 (1.000/toneladas).



Fonte - IBGE, 2020; CONAB, 2020a; 2020b.

Org.: PEREIRA, L. A. G.; OLIVEIRA, I. M.; LOPES, P. C. B., 2020.

No Brasil, a gestão da infraestrutura das centrais de abastecimentos está concentrada em instituições públicas federais, estaduais e municipais. Para Belik (2000), a intervenção do Estado teve êxito no mercado atacadista, uma vez que aproximou a oferta e a demanda de hortigranjeiros, apesar de não ter controlado os preços; a construção de centrais de abastecimento levou ao aumento de escala, pulverizando a oferta e deixando de lado o controle de preços; também favoreceu a comercialização mais flexível de alimentos frescos por meio da atuação de empresas privadas atacadistas que têm a sua rede de fornecimento e que atendem supermercados e sacolões. Mesmo assim, é necessário que o poder público repense periodicamente as políticas de abastecimento, zelando pela qualidade dos produtos e pela aproximação entre produtores e distribuidores.

Antes da institucionalização das redes de CEASAs no Brasil, as atividades comerciais de hortifrutigranjeiros ocorriam e/ou ocorrem em feiras livres e em mercados públicos, que concentram o comércio varejista. A criação das redes de CEASAs com as suas particularidades passou a se organizar em uma estrutura espacial do comércio atacadista de hortifrutigranjeiros, tendo como exemplo a Central de Abastecimento do Norte de Minas que será destacada na seção seguinte.

### **A GEOGRAFIA DO COMÉRCIO ATACADISTA NA CEANORTE: PROCESSO DE FORMAÇÃO, DE EXPANSÃO E REDES DE RELAÇÕES COMERCIAIS INTRA E INTERURBANAS.**

Na hierarquia do comércio atacadista de hortigranjeiros em centrais de abastecimentos brasileiras, a CEANORTE, localizada em Montes Claros (MG), foi classificada na categoria pequeno porte. Dessa forma, justifica estudá-la, pelo fato de ter dinâmica socioeconômica na cidade de Montes Claros e em sua hinterlândia, incorporando a sua rede regional de interação com a produção rural, com o comércio e com os consumidores. Na dinâmica urbana e regional da cidade de Montes Claros, os produtos hortigranjeiros eram negociados no varejo em mercados municipais e em feiras livres, tendo no seu entorno a estrutura comercial atacadista. Ao discutir a evolução dos mercados montesclarenses, Silva (2012) destaca que o mercado antigo teve a sua origem no século XIX, construído em frente à praça Dr. Carlos, sendo inaugurado em 1899; apresentava um espaço coberto onde recebia os tropeiros que arranchavam e comercializavam os seus produtos. Na década de 1960, discutiu-se a necessidade de construir um novo mercado e o antigo mercado foi desativado e demolido.

Em 1967, no Governo de Toninho Rebello, foi construído o mercado municipal, localizado nas ruas Belo Horizonte, Coronel Joaquim Costa e Visconde de Ouro Preto, sendo inaugurado em 1968 e se tornando um centro do comércio, a partir de então. O fato de essa estrutura do mercado municipal não atender as demandas das atividades comerciais, inclusive com a presença de feirantes nas ruas, focou-se em construir mais um mercado. Em 1970, criou-se o Mercado Sul, no bairro Morrinhos, para descentralizar o comércio da área central; entretanto, a liberação da feira-livre no entorno do Mercado Central acabou esvaziando as atividades comerciais no Mercado Sul (SILVA, 2012).

Na década de 1970, o principal local de comercialização de hortigranjeiros era o mercado municipal na área central, que apresentava uma saturação da infraestrutura de comercialização, uma vez que os produtores perdiam espaços para os comerciantes que intermediavam as relações entre produtores e consumidores. O Mercado Sul era subutilizado devido a ser abastecido pelos produtos comprados nos atacadistas do Mercado Central, com preços mais elevados (MONTES CLAROS, [198-]).

A cidade de Montes Claros apresentava uma concentração do comércio atacadista na área central, gerando transtornos diversos. Para a Prefeitura de Montes Claros, os estrangulamentos no comércio de hortigranjeiros resultaram em desestímulos à produção regional em razão de os produtores não terem espaços para comercializar os seus produtos, tendo perdas de rendimentos por causa da presença dos atacadistas e dos intermediários. Naquele momento em Montes Claros havia uma forte centralização do comércio de hortigranjeiros no mercado municipal e em seu entorno; essa abrangência se limitava à área central e era ausente na periferia da cidade (MONTES CLAROS, [198-]).

Os atacadistas compravam os produtos na CEASA – MG (Contagem) para revender aos varejistas em Montes Claros e região, justamente para atender a demanda crescente em função do crescimento da população urbana. Isso dificultava também a expansão da horticultura que não tinha acesso ao crédito, e ao transporte da produção para comercialização no comércio montes-clarense (MONTES CLAROS, [198-]).

O crescimento da urbanização em Montes Claros demandava investimentos em políticas públicas de planejamento urbano. No final da década de 1970, em um contexto da política federal de planejamento urbano e regional, o processo de interiorização da urbanização em parceria com o governo de Minas Gerais e os governos municipais resultou na criação do programa estadual de centros intermediários por meio da elaboração de planos e diagnósticos, os quais propiciariam a elaboração de projetos e a alocação de recursos para investir em infraestrutura, em atividades econômicas e em programas sociais. Dessa forma, os municípios selecionados foram: Coronel Fabriciano, Governador Valadares, Itajubá, Juiz de Fora, Montes Claros, Patos de Minas, Poços de Caldas, Teófilo Otoni, Uberaba, Uberlândia e Varginha (MINAS GERAIS, 1980).

A distribuição dos recursos foi importante para promover os investimentos em políticas econômicas e sociais na interiorização da urbanização, por meio de programas e projetos adaptados à realidade local, demandando trabalhos e negociações constantes em soluções para os problemas municipais. Os desafios dos municípios foram aprovar a legislação urbana que promova o zoneamento e o uso e ocupação do solo com localização de atividades urbanas, tendo como suporte o setor de planejamento (MINAS GERAIS, 1980).

Na política de planejamento urbano, o foco do poder público municipal foi investir na área de infraestrutura viária, de sistema de drenagem, de esgotamento sanitário, de limpeza urbana, de lavanderias, de transporte urbano, de implantação de loteamentos, de centros comunitários, de associação de carroceiros, de criação de subcentros urbanos, de mercado municipal, de estímulo à horticultura, à criação de feiras livres nos bairros e da central de abastecimento.

Na política pública de abastecimento, o setor atacadista localizado nessa cidade atendia os consumidores da região Norte de Minas e do Sul da Bahia. No abastecimento intraurbano, a maioria do comércio varejista e do comércio atacadista se localizava na área central da cidade, demandando muitos deslocamentos da população das periferias. Os empreendimentos atacadistas eram polos geradores de viagens e geravam muitos transtornos na área central, principalmente no trânsito e na limpeza urbana, impondo limitação para a expansão física desse território na área central da cidade. Assim, o poder público municipal propôs levar o comércio atacadista para as áreas periféricas da cidade, denominando-o de complexo atacadista, em uma área localizada às margens da rodovia BR 135 e do anel rodoviário – hoje, o Anel Rodoviário Sul (MONTES CLAROS, [198-]).

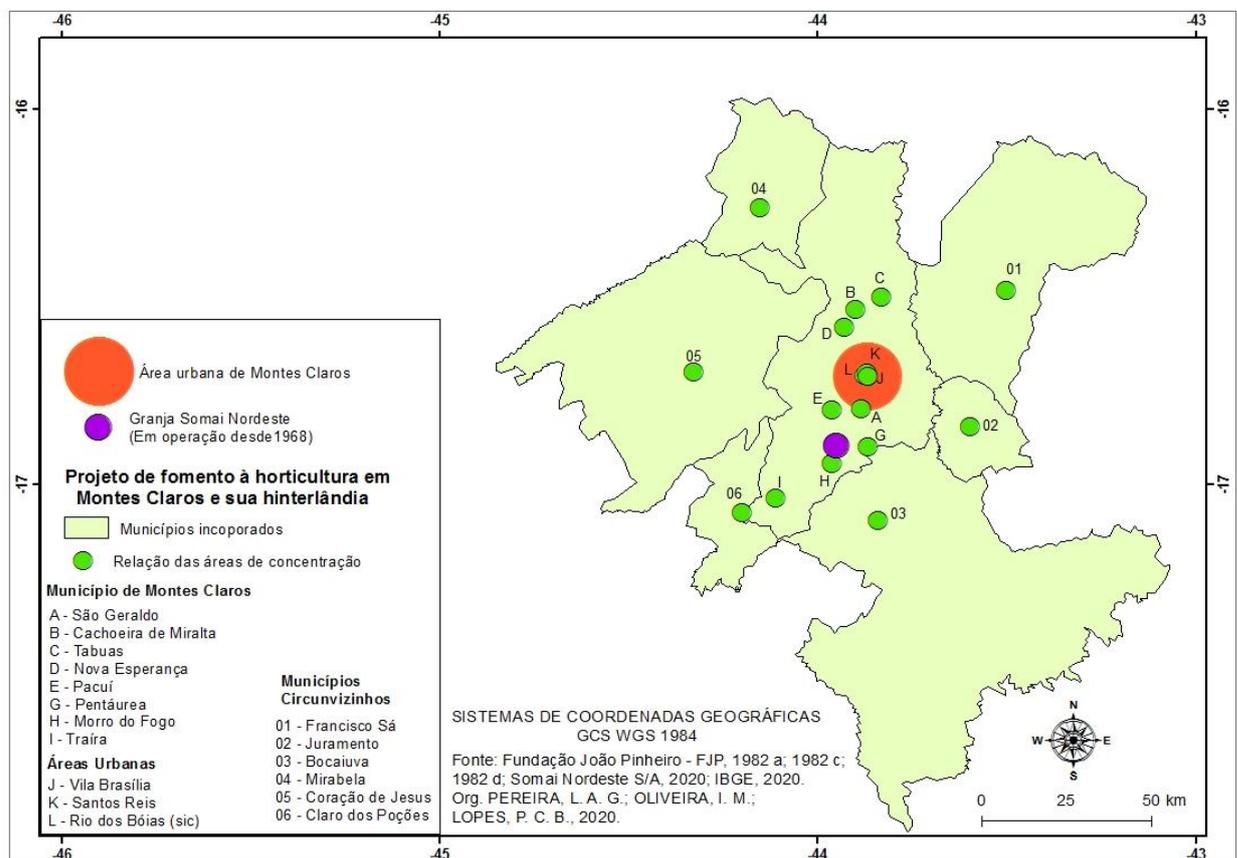
A criação do centro atacadista era uma forma de diminuir a dependência de compras de hortigranjeiros na Ceasa Minas e estimular a produção na área urbana e rural de Montes Claros e municípios circunvizinhos, ampliando linhas de crédito para os produtores expandirem suas bases produtivas e criação de um local para os produtores negociarem os seus produtos (MONTES CLAROS, [198-]). Segundo a Fundação João Pinheiro (1982b), a proposta de criação da CEANORTE teve como foco a implantação de política pública de comercialização atacadista de hortigranjeiros fora da área central de Montes Claros, o aumento da produção regional, a diminuição das compras de produtos de outras regiões, a redução do papel do comerciante atravessador, a garantia de espaço para o produtor comercializar a sua produção no atacado e a diminuição dos preços para o consumidor final.

Segundo Minas Gerais (1979), no Programa de Cidades de Porte Médio – Convênio BIRD, a execução do projeto de construção da Central de Abastecimento em Montes Claros teria um aporte de recursos da União no valor de Cr\$ 39.500.000,00 (valores Cr\$ 1,00), valor estimado em aproximadamente US\$ 1.539.360,90, conforme cotação média do dólar em maio de 1979, em que um dólar foi equivalente a Cr\$ 25,66. Para a Fundação João Pinheiro (1982b), a infraestrutura do mercado atacadista ocuparia uma área coberta de 57 mil m<sup>2</sup> em galpão, um setor administrativo e uma área de comercialização. O comércio permanente ocuparia uma área de 670 m<sup>2</sup> em box modular (delimitado) de 6 x 4 m<sup>2</sup> no galpão para comerciantes atacadistas. Enquanto o comércio não permanente passaria a ocupar uma área de 430 m<sup>2</sup>, espaço demarcado de 2 x 2 m<sup>2</sup> para o produtor

rural comercializar diretamente o seu produto. O setor administrativo seria constituído por meio de serviços de apoio ao comércio de hortigranjeiros, de administração pública, de lanchonetes/restaurantes, de portaria, de serviços bancários, de pátio e de estacionamento. Os comerciantes atacadistas estariam concentrados em um espaço que propiciaria a articulação entre compradores e vendedores que negociam livremente no mercado atacadista.

A central de abastecimento se estrutura em um horário padrão de funcionamento e na padronização dos produtos comercializados, conforme normativas sanitárias, embalagem e boas formas de manuseio (carga e descarga) com o foco na redução de perdas em transporte e armazenagem. Dessa forma, o mercado atacadista de hortigranjeiros seria instalado em uma localização acessível, às margens da BR 135, a cerca de 500 m do Anel Rodoviário Sul (FJP, 1982b). Dá-se, então, o estímulo à produção de hortigranjeiros em Montes Claros e em municípios do entorno como forma de ampliar a produção local-regional e diminuir a dependência de outras regiões, especialmente da CEASA Minas (Figura 2).

Figura 2 - Cidade de Montes Claros – MG e hinterlândia: planejamento do setor de hortigranjeiros (1982).

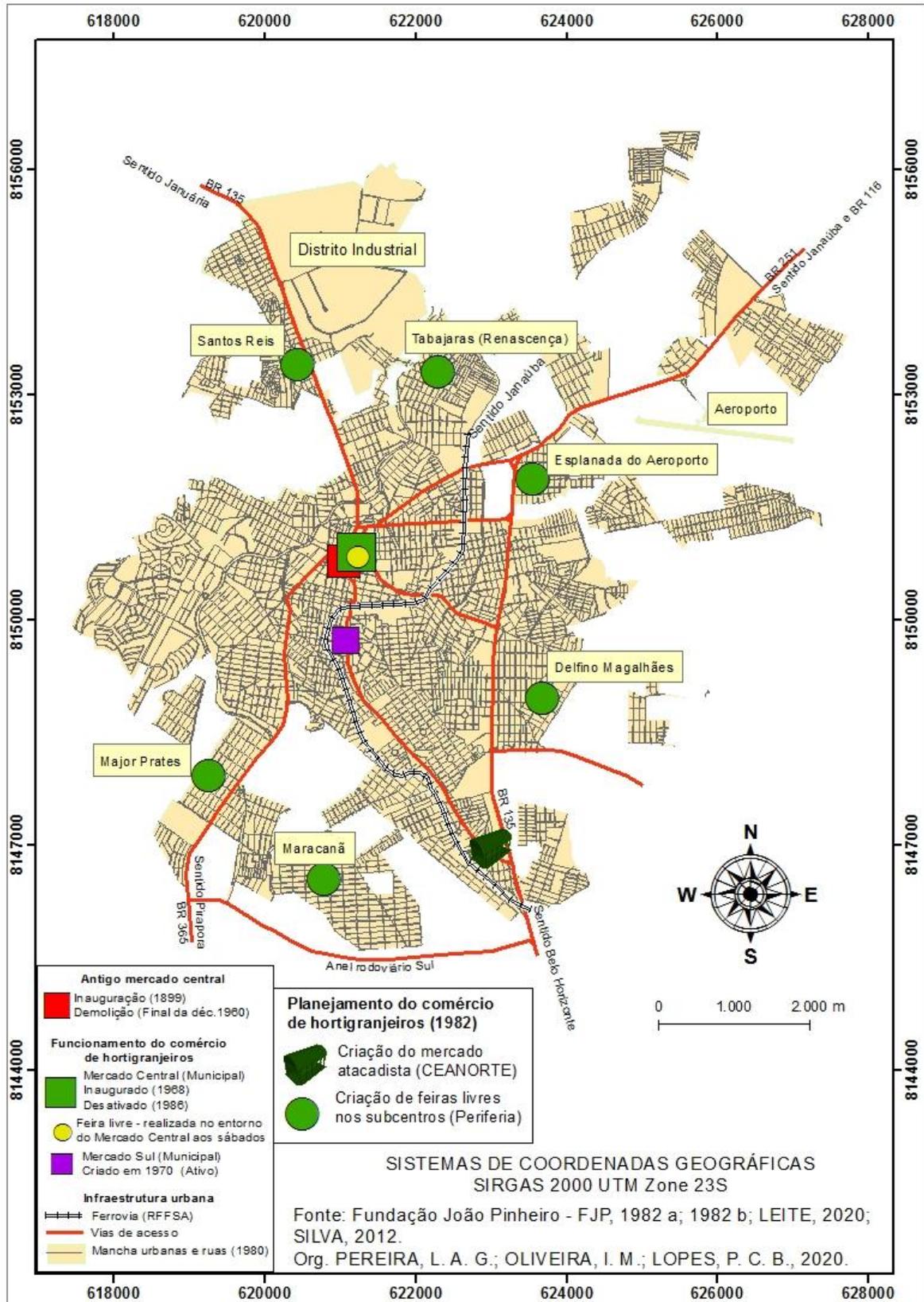


Fonte - FJP, 1982a; 1982c; 1982d; Somai Nordeste S/A, 2020; IBGE, 2020.

Org.: PEREIRA, L. A. G.; OLIVEIRA, I. M.; LOPES, P. C. B., 2020.

Na cidade de Montes Claros, o comércio de hortigranjeiros estava concentrado na área central e a política de planejamento do comércio de hortigranjeiros era estruturada na central de abastecimento, localizada fora da área central para comercialização por atacado, bem como em feiras livres localizadas nos subcentros comerciais, na perspectiva da descentralização do comércio (Figura 3).

Figura 3 - Cidade de Montes Claros (MG): evolução e reconfigurações do comércio de hortigranjeiros (1982).



Fonte - FJP, 1982a; 1982b; SILVA, 2012; LEITE, 2020.

Org.: PEREIRA, L. A. G.; OLIVEIRA, I. M.; LOPES, P. C. B., 2020.

No final da década de 1970 e início da década de 1980, no âmbito das políticas públicas de planejamento urbano, a proposta de instalação da Central de Abastecimento deveria estimular a produção regional e o comércio atacadista de hortigranjeiros em Montes Claros e sua hinterlândia.

### **CENTRAL DE ABASTECIMENTO DO NORTE DE MINAS – CEANORTE: REDES DE INTER-RELAÇÕES COMERCIAIS**

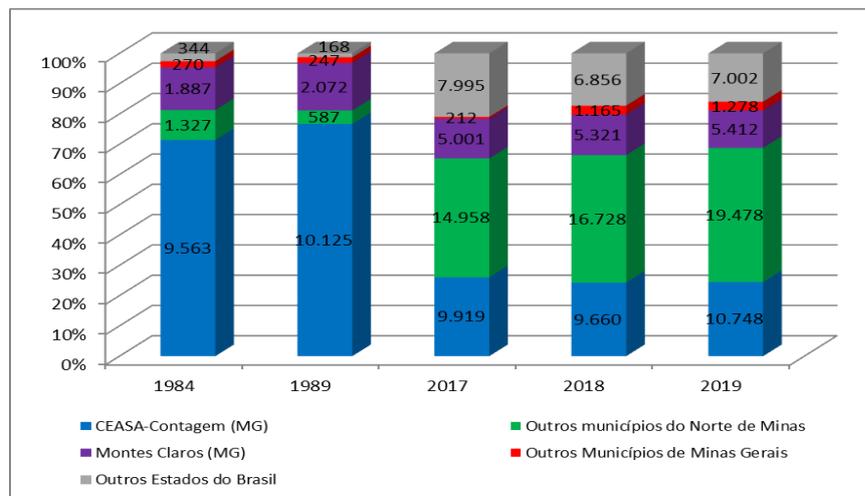
No bojo das políticas de planejamento urbano em Montes Claros, a CEANORTE foi criada em 1982 estabelecendo-se territorialmente na periferia da cidade, nas proximidades da rodovia BR 135, que promove a ligação entre Montes Claros e Belo Horizonte, com foco em estabelecer a comercialização atacadista de hortifrutigranjeiros em Montes Claros e em sua hinterlândia, constituída por municípios do Norte de Minas, Vale do Jequitinhonha e Sul da Bahia. Segundo Rebello (1983), a inauguração da CEANORTE ocorreu no dia 03-07-1983, aniversário de Montes Claros. A central de abastecimento foi colocada como uma alternativa para que os produtores pudessem comercializar a produção da horticultura no atacado, eliminando o papel do atravessador que comprava do produtor com preço baixo para depois revender.

Entre 2008 e 2010 a infraestrutura foi expandida por meio da construção de um novo galpão, criando espaços destinados aos produtores rurais denominados popularmente de “pedras”, para que eles pudessem comercializar diretamente os seus produtos, evitando os comerciantes atravessadores. A gestão do espaço físico da CEANORTE é feita pelo poder público municipal, vinculada à Secretaria Municipal de Agricultura de Montes Claros. O comércio é desenvolvido pelo setor privado, formado por produtores rurais, comerciantes e prestadores de serviços.

Os comerciantes atuam no galpão antigo formado por 14 lojas e feirantes, e os produtores rurais atuam no novo galpão subdividido em 589 espaços para exposição dos produtos. A maioria dos produtos hortifrutigranjeiros é negociada no atacado, uma vez que mais de 95% dos pagamentos em transações ocorrem em papel moeda, enquanto a transação em dinheiro virtual (cartões) é muito baixa nos pagamentos. A circulação média semanal gira em torno de 6.000 pessoas e 800 caminhões.

Considerando a infraestrutura e a dinâmica do comércio atacadista na CEANORTE, quando se comparam na cadeia de abastecimento as origens dos produtos na década de 1980 e no final da década de 2010, observa-se que em 1984 e 1989, período pós-inauguração, o comércio atacadista da CEANORTE era de abastecimento, em sua maioria, pelos produtos originários da CEASA Minas. Enquanto nos anos de 2017, 2018 e 2019, verifica-se uma diminuição da participação da CEASA Minas e uma expansão da produção nos municípios do Norte de Minas Gerais (Figura 4) que demonstra o fortalecimento do comércio atacadista regional, bem como pela ampliação das relações intrarregional, notadamente devido à ampliação do sistema de transporte e dos serviços logísticos.

Figura 4 - Cadeia de abastecimento: origens dos produtos comercializados na CEANORTE (Toneladas e percentual)

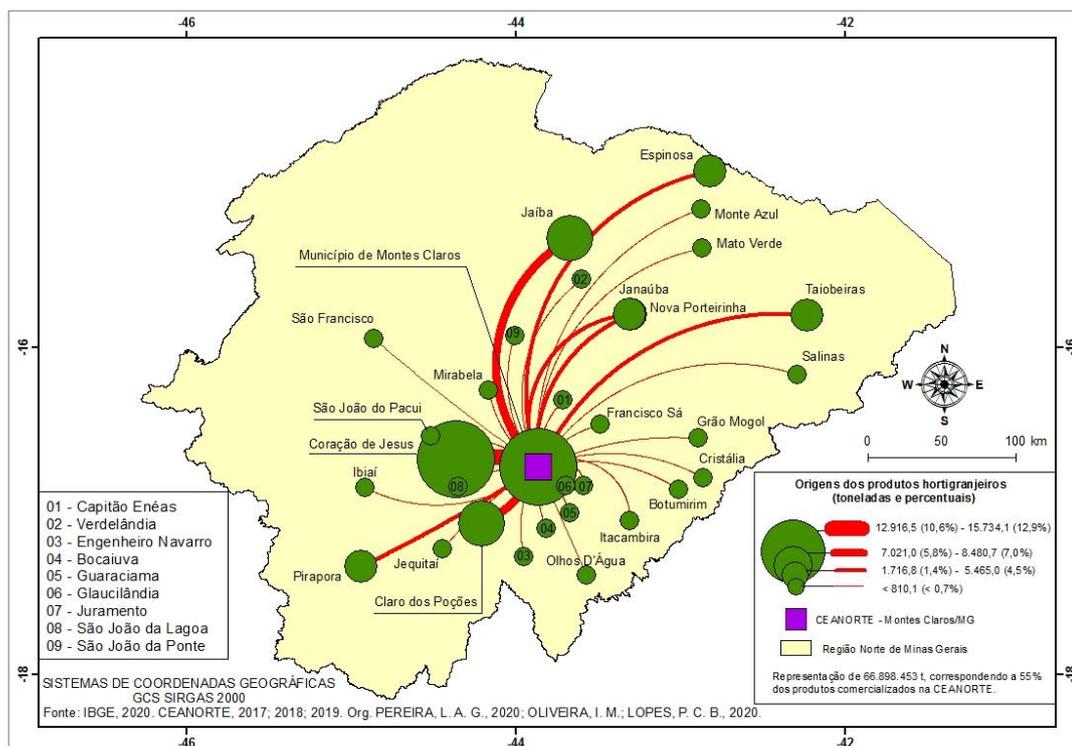


Fonte - CEANORTE, 2017, 2018, 2019; Braga, 1992.

Org.: PEREIRA, L. A. G.; OLIVEIRA, I. M.; LOPES, P. C. B., 2020.

Ao analisar a cadeia de abastecimento da CEANORTE, é notória a expansão dos fornecedores localizados na região norte-mineira, uma vez que 55% dos produtos comercializados são originários de Montes Claros e demais municípios do Norte de Minas Gerais, dos quais se destacam Coração de Jesus, Claro dos Poções, Jaíba, Janaúba, Nova Porteirinha, Pirapora, Taiobeiras, Espinosa, entre outros (Figura 5).

Figura 5 - Região Norte de Minas Gerais: origem municipal de produtos hortigranjeiros comercializados na CEANORTE, acumulado no período de 2017 a 2019 (Toneladas e percentuais).

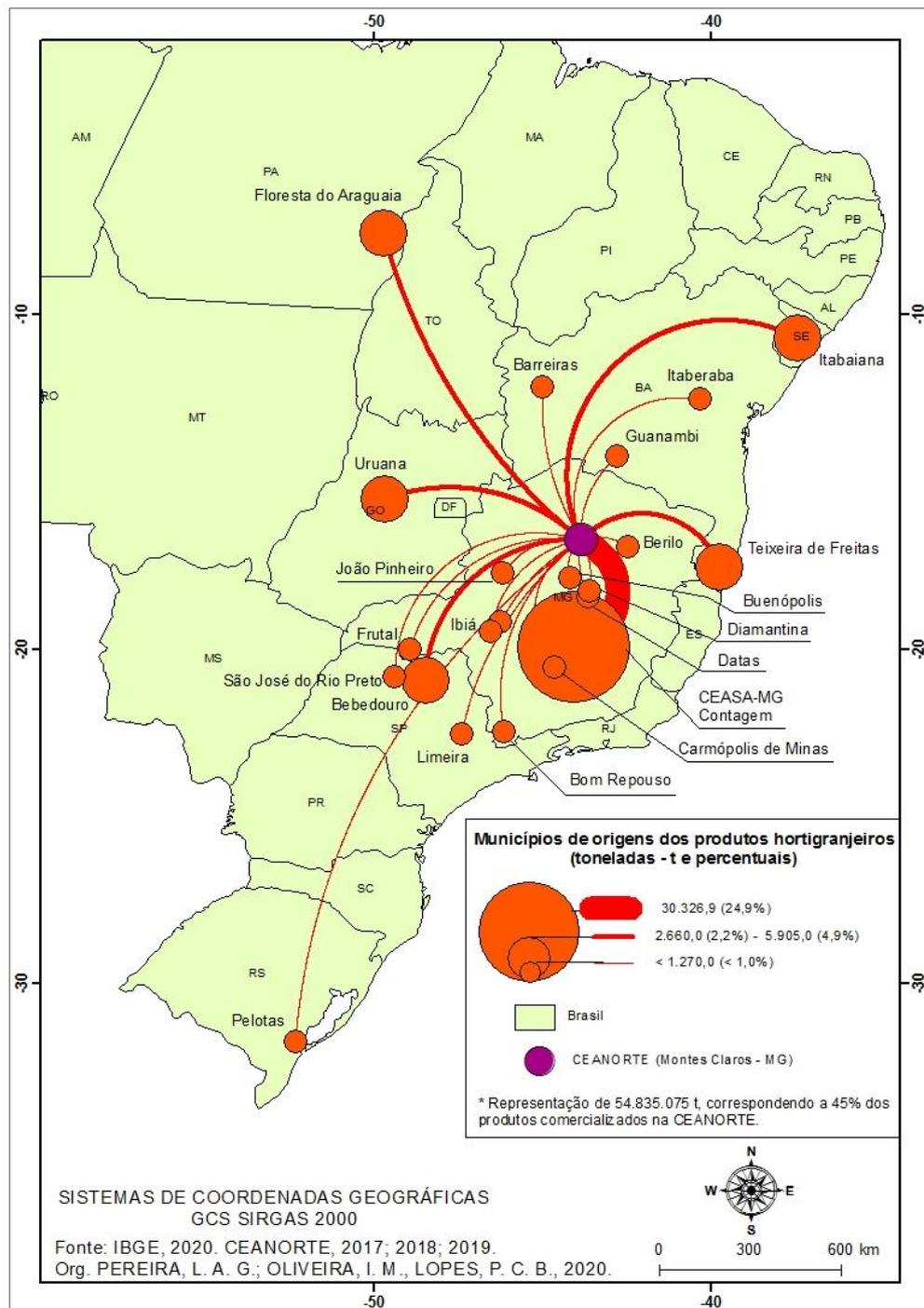


Fonte - IBGE, 2020; CEANORTE, 2017; 2018; 2019.

Org.: PEREIRA, L. A. G.; OLIVEIRA, I. M.; LOPES, P. C. B., 2020.

Além dos municípios do Norte de Minas Gerais, a cadeia de abastecimento da CEANORTE é constituída por fornecedores localizados em outros municípios de Minas Gerais e em outros estados, que representam cerca de 45% dos produtos comercializados. A CEASA Minas e outros municípios de Minas Gerais (exceto os municípios norte-mineiros) representam aproximadamente 27% dos produtos comercializados, sendo que, desses, a CEASA Minas participou com cerca de 25%, enquanto os fornecedores localizados em outros estados brasileiros tiveram uma participação de 18% dos produtos comercializados (Figura 6).

Figura 6 - CEANORTE – Montes Claros/MG e fluxos inter-regionais: origens municipais dos produtos hortigranjeiros comercializados, acumulado de 2017 a 2019 (Toneladas e percentuais).



Fonte - IBGE, 2020; CEANORTE, 2017; 2017; 2019.

Org.: PEREIRA, L. A. G.; OLIVEIRA, I. M., LOPES, P. C. B., 2020.

A estrutura do comércio atacadista de hortigranjeiros na CEANORTE tem uma rede de fornecedores localizados em Montes Claros, no Norte de Minas Gerais, em outros municípios de Minas Gerais e em outros estados brasileiros. Na organização interna do comércio na CEANORTE, no antigo galpão, tem-se uma concentração de comerciantes instalados nos boxes. Enquanto no novo galpão os produtores rurais comercializam diretamente no atacado as suas produções, ocupando os boxes, popularmente denominados de “pedras”. Além dos comerciantes atacadistas, existem os prestadores de serviços (transporte, carga e descarga) e poucos comerciantes varejistas na Central de Abastecimento. Esses comerciantes atendem os varejistas e consumidores (restaurantes, hotéis, etc.) de municípios do Norte de Minas Gerais, Vale do Jequitinhonha e Sul da Bahia.

Na perspectiva da análise geográfica, as formas do comércio se apresentam como complexidades socioespaciais cujas formas tornam-se elementos da realidade que auxiliam a compreensão do processo transformação e organização espacial (SILVA, 2014). É importante destacar a importância da CEANORTE para o sistema de abastecimentos das redes de comércio atacadista e varejistas voltados para o setor de hortigranjeiro, destaca-se também a importância da cidade de Montes Claros no contexto regional como centro de distribuição e de concentração dos fluxos de produtos e de serviços. Enquanto política pública de abastecimento alimentício, a criação da CEANORTE contribuiu para a reorganização do espaço interurbano, notadamente, a partir da descentralização do comércio atacadista de hortigranjeiros da área central para a periferia da cidade de Montes Claros. A consolidação da CEANORTE ampliou também a estrutura produtiva de hortigranjeiros nos municípios da região Norte de Minas, diminuindo assim, a dependência de produtos oriundos da CEASA/Minas como ocorria na década de 1980. A CEANORTE criou política pública que permite os produtores rurais comercializarem diretamente os seus produtos no mercado atacadista, isso proporciona um melhor preço dos produtos comercializados e uma maior lucratividade, uma vez que restringe a atuação de comerciantes atravessadores.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Geografia do comércio atacadista de hortigranjeiros ajuda a compreender a organização espacial dos fornecedores e dos consumidores na dinâmica urbano-regional e inter-regional por meio de espacialização de empresas atacadistas. As redes de Centrais de abastecimentos são constituídas por suas sedes e/ou por suas filiais que estão distribuídas espacialmente pelo território brasileiro. As CEASAs são especializadas em comércio de produtos como os hortigranjeiros, os cereais e os produtos diversos. As suas estruturas de gestão são concentradas em instituições públicas federais, estaduais, municipais, oferecendo as infraestruturas que permitem os encontros e as inter-relações comerciais entre os produtores, os comerciantes, os atravessadores, os prestadores de serviços e os consumidores, que se especializam nas negociações de mercadorias no atacado.

A história recente demonstra o processo de desenvolvimento das Centrais de abastecimento a partir da saída gradativa da gestão do governo federal, sendo descentralizadas para as esferas estaduais, municipais, entre outras. Sob uma perspectiva de geografia econômica, este estudo demonstra importante contribuição para se entender a rede de comércio atacadista na cidade de Montes Claros, maior centro econômico da região norte-mineira, bem como dos municípios de menores dimensões territoriais e socioeconômicas que se localizam em seu entorno.

A partir deste estudo, foi possível constatar as mudanças temporais existentes entre a CEANORTE e a sua cadeia de fornecedores, sendo que, nos últimos 35 anos, a cadeia de abastecimento da CEANORTE deixou de ser majoritariamente na CEASA de Contagem (MG), passando, gradativamente, a contar com a participação de outros municípios localizados na região do Norte de Minas e de outros estados brasileiros. Esse último grupo conduz à conclusão da importância do transporte na manutenção de desenvolvimento das Centrais de Abastecimento.

A CEANORTE, embora seja classificada no *ranking* das centrais de abastecimento como de pequeno porte (variação menor que 0,5%), apresenta importante função na logística dos produtos da cesta dos hortigranjeiros. Para se chegar ao estágio atual foram necessárias mudanças estratégicas de localização de gestão do território no sentido de transferência da central de distribuição, notadamente por meio de desconcentração de mercados do centro da cidade para áreas periféricas como forma de atender os compradores (consumidores) localizados em múltiplos territórios no espaço urbano e interurbano regional.

## REFERÊNCIAS

BARRETO JUNIOR, D. Análise crítica do desempenho das centrais de abastecimento - CEASAS. **Anais da Academia Pernambucana de Ciência Agrônoma**, Recife, v. 1, p. 20-26, 2004.

BECKMAN, T. N. Significant trends in wholesaling. **The Journal of Marketing**, [S./l.], v. 5, n. 3, p. 218-220, 1941. Disponível em:

<<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002224294100500303?icid=int.sj-abstract.similar-articles.1>>. Acesso em: 03 ago. 2020. <https://doi.org/10.1177/002224294100500303>

BECKMAN, T. N.; ENGLE, N. H. **Wholesaling**: principles and practice. New York: The Ronald Press Company, 1937.

BELIK, W. Mecanismos de coordenação na distribuição de alimentos no Brasil. In: BELIK, W.; MALUF, R. S. (Org.). **Abastecimento e segurança alimentar**: os limites da liberalização. Campinas: IE/UNICAMP, 2000.

BRAGA, M. C. **O Abastecimento e comercialização de hortifrutigranjeiros em Montes Claros após a implantação da CEANORTE**. 1992. 79 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas), Departamento de Ciências Econômicas, Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES, Montes Claros, 1992.

CEANORTE - Central de Abastecimento do Norte de Minas. **Movimento de comercialização da CEANORTE por municípios**. Montes Claros (MG): CEANORTE, 2017.

\_\_\_\_\_. **Movimento de comercialização da CEANORTE por municípios**. Montes Claros (MG): CEANORTE, 2018.

\_\_\_\_\_. **Movimento de comercialização da CEANORTE por municípios**. Montes Claros (MG): CEANORTE, 2019.

CLOWES, H. G.; ELLIOTT, W. H.; CROW, W. C. **Wholesale food market facilities**: types of ownership and methods of financing. Washington: USDA, 1957.

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. **Diagnóstico dos mercados atacadistas de hortigranjeiros**. Brasília: CONAB, 2009.

\_\_\_\_\_. **Institucional**: a Conab. 2017. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/institucional>>. Acesso em 15 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **CEASAS**. Brasília: CONAB, 2020a. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/hortigranjeiros-prohort/ceasas>>. Acesso em: 07 maio 2020.

\_\_\_\_\_. **PROHORT – Comercialização das CEASAS**. Brasília: CONAB, 2020b. Disponível em: <<http://www3.ceasa.gov.br/siscomweb/>>. Acesso em: 07 maio 2020.

CUNHA, A. R. A. A.; BELIK, W. A produção agrícola e a atuação das Centrais de Abastecimento no Brasil. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, SP, v. 19, n. 1, p. 46–59, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8634668>>. Acesso em: 12 set. 2020. <https://doi.org/10.20396/san.v19i1.8634668>

CUNHA, A. R. A. A. Dimensões estratégicas e dilemas das Centrais de Abastecimento no Brasil. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v. 15, n. 4, p. 37-46, 2006.

ESRI – Environmental Systems Research Institute. **ArcGIS® Desktop 10.6.1**. ESRI, 2018.

FJP – Fundação João Pinheiro. Diretoria de Planejamento Social e Urbano. **Projeto Cidades de Porte Médio** – projeto para avaliação de eficácia do componente A 12 – implantação e organização de feiras livres em Montes Claros-MG. Belo Horizonte: 1982a.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Projeto para avaliação de eficácia do componente A-14** - implantação e organização do mercado atacadista de Montes Claros. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 1982b.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Projeto para avaliação de eficácia do componente A-13** - reforma e melhoria do mercado municipal centro de Montes Claros. Belo Horizonte: FJP, 1982c.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Projeto para avaliação de eficácia do componente A-15** - fomento à horticultura de Montes Claros. Belo Horizonte: FJP, 1982d.

GARRISON, F. The Future of Wholesaling. **Journal of Marketing**, [S./l.], v. 2, n. 2, p. 85-87, 1935. Disponível em:

<<https://www.jstor.org/stable/4291445?refregid=excelsior%3A57a1345fc1a58829651917ac5da417e7&seq=1>>. Acesso em: 10 set. 2020. <https://doi.org/10.1177/002224293500200203>

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cartas e mapas**. 2020. Disponível em:  
<<https://www.ibge.gov.br/geociencias>>. Acesso em: 10 set. 2020.

LEITE, M. E. **Atlas ambiental de Montes Claros/MG**. Montes Claros: Unimontes, 2020.

KENNY-LEVICK, C. Distribution dynamics: The market for fresh horticultural produce. **International Journal of Physical Distribution**, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 60-72, 1972. Disponível em:  
<<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb014269/full/html>>. Acesso em: 14 maio 2020. <https://doi.org/10.1108/eb014269>

LEWIS, E. H. Wholesale market patterns. **The Journal of Marketing**, [S.l.], v. 12, n. 3, p. 317-326, 1948. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/002224294801200304>>. Acesso em: 03 ago. 2020. <https://doi.org/10.1177/002224294801200304>

LORD, J. D. Shifts in the wholesale trade status of U.S. metropolitan areas. **Professional Geographer**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 51-63, 1984. <https://doi.org/10.1111/j.0033-0124.1984.00051.x>

MICROSOFT. **Excel for Windows 10**. Versão 2010. [S. l.]: Microsoft Corporation, 2010.

MINAS GERAIS (Estado). **Programa de Cidades de Porte Médio – Convênio BIRD**. Belo Horizonte: Secretaria do Planejamento e Coordenação Geral, 1979.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral. **Programa Estadual de Centros Intermediários: Investimentos para 1980/1981 no Programa de Apoio às Capitais e Cidades de Porte Médio — Proposta da Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral do Estado de Minas Gerais, Volume I**. Belo Horizonte, 1980.

MONTES CLAROS (Município). Prefeitura Municipal. **Projeto Cidades de porte médio: sub-projeto de Montes Claros**. Belo Horizonte: FJP, [198-]. Vol. 1.

MOURÃO, I. R. A.; COLOMBINI, R. **Breve História do Sistema de CEASAS no Brasil (1960 a 2007)**. Brasília: MAPA; CONAB, 2008.

MOURÃO, I. R. A.; MAGALHÃES, J. S. B. Breve história do mercado atacadista de hortigranjeiros (Sic) no Brasil. **Revista de Administração Municipal - MUNICÍPIOS – IBAM**, [S.l.], v. 54, n. 271, p. 31-40, 2009.

NASCIMENTO, A. F. M.; CRUZ, J. A. C. O abastecimento de hortigranjeiros e a nova política agrícola. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 24, n. 4, p. 393-404, 1986.

NASCIMENTO, W. G. **As centrais públicas de abastecimento no contexto da globalização dos alimentos**. Entre as mudanças na forma de atuação do Estado e o fortalecimento dos grandes distribuidores: O caso da CEASA – PE. 2008. 223 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Programa de Pós-Graduação em Sociologia, UFPE, Recife, 2008.

REBELLO, F. L. CEANORTE. **Diário de Montes Claros**, Montes Claros, domingo, 12 de junho de 1983.

REGAN, W. J. The Wholesaler — an Economic Necessity. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 14, n. 2, p. 285-293, 1949. Disponível em:  
<<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/002224294901400217>>. Acesso em: 15 dez. 2020. <https://doi.org/10.1177/002224294901400217>

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SIDDALL, W. R. Wholesale-Retail Trade Ratios as Indices of Urban Centrality. **Economic Geography**, [S.l.], v. 37, n. 2, p. 124-132, 1961. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/141843>>. Acesso em: 01 jul. 2020. <https://doi.org/10.2307/141843>

SILVA, S. S. **O Mercado Central de Montes Claros e o consumo dos bens alimentares: o patrimônio cultural como vetor do desenvolvimento local**. 2012. 195 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Social), Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social, UNIMONTES, Montes Claros, 2012.

SILVA, C.H.C da. Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da geografia urbana. **Geosul**, Florianópolis, v. 29, n. 58, p 149-178, jul./dez. 2014.

SOMAI NORDESTE S/A. **A Somai**: apresentação. 2020. Disponível em:

<[http://www.somainordeste.com.br/v2/index.php5/home\\_control/asomai/67](http://www.somainordeste.com.br/v2/index.php5/home_control/asomai/67)>. Acesso em: 30 abr. 2020.

TRACEY-WHITE, J. D. **Wholesale markets**: Planning and design manual. Roma: FAO, 1991.

URNER, F. G. Wholesale city distribution of farm products. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, [S./l.], V. 50, p. 69-73, 1913. Disponível em:

<<http://www.jstor.org/stable/1012673>>. Acesso em: 17 fev. 2021.

<https://doi.org/10.1177/000271621305000109>

VANCE JR, J. E. **The merchants world**: the Geography of Wholesaling. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc., 1970.

---

Recebido em: 29/04/2022

Aceito para publicação em: 13/08/2022