

## PESQUISA DE MERCADO



# HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADAS

**NÚCLEO DE AGRONEGÓCIOS**

Fone : 3340-3066 - E-mail : [agron@emater.df.gov.br](mailto:agron@emater.df.gov.br)

## ***PESQUISA DE MERCADO: Hortaliças Minimamente Processadas***

**Produto:** Hortaliças Minimamente Processadas

**Data da Pesquisa:** Março a Abril de 2007

**Local:** Asa Sul, Asa Norte, Lago Sul, Guará, Riacho Fundo, Taguatinga, Ceilândia, Núcleo Bandeirante, São Sebastião, Recanto das Emas, Samambaia, Gama, Sobradinho, Paranoá.

**Varejistas:** Restaurantes e Churrascarias

**Realizao:** Núcleo de Agronegócio – Emater-DF

A EMATER/DF através do Núcleo de Agronegócio realizou pesquisa sobre Hortaliças Minimamente Processadas no mercado varejista do Distrito Federal, com o objetivo de identificar a demanda pelo produto em restaurantes que se dedicam ao fornecimento de alimentao no sistema “self service” .

A pesquisa foi aplicada nos seguintes pontos de consumo do Distrito Federal : Restaurantes – **129**, sendo que somente em **14** foi encontrado o produto.

Os dados pesquisados estão disponíveis para técnicos, produtores rurais e comerciantes que atuam nessa cadeia produtiva.



## HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADAS

É cada vez mais comum nos dias de hoje encontrar em supermercados, quitandas e sacolões hortaliças já lavadas, higienizadas e embaladas, prontas para o consumo. São as hortaliças minimamente processadas, que aliam conveniência, praticidade e higiene, sem perder-se de vista o frescor e a qualidade do produto.



Introduzidas no país há aproximadamente 20 anos, trazidas à reboque pelas lojas de refeição "fast food", observa-se que as hortaliças minimamente processadas têm ocupado, de forma vertiginosa, cada vez mais espaço nas gôndolas dos supermercados. Faz algum tempo que estas empresas perceberam que o segmento de frutas, legumes e verduras (os chamados "FLV") eram não somente um chamariz para o consumidor, mas sim, e de maneira significativa, uma verdadeira fonte de renda. Foi com esta mudança de paradigma que os produtos minimamente processados começaram a apresentar aumento significativo no volume de vendas.

Outros fatores também contribuíram para o aumento de demanda por produtos minimamente processados. Observa-se que, assim como em outros lugares no mundo, a população brasileira está envelhecendo e, segundo pesquisa recente feita pelo IBGE, a população com mais de 65 anos triplicará em 10 anos. A maior participação da mulher no mercado de trabalho também é um ponto significativo relacionado com o aumento do consumo de minimamente processados. Segundo o mesmo instituto de pesquisa, a percentagem da participação feminina na população economicamente ativa do país cresceu de 23% em 1971 para 40% em 1998. Isso quer dizer que cada vez mais a mulher tem menos tempo para se dedicar às tarefas domésticas, necessitando de alimentos semi-prontos. O aparecimento de novos produtos como o microondas e o freezer doméstico também contribuíram para que, em 60 anos, o tempo de preparo de uma refeição diminuísse de 150 para 15 minutos. Outros fatores como o aumento do número de pessoas morando sozinhas

e a preferência por comida pronta por quase 50% dos membros das classes sociais A e B também tem contribuído de maneira decisiva para o aumento de consumo por produtos minimamente processados.

Verifica-se que apesar do crescimento observado no mercado brasileiro com a abertura de pequenas agroindústrias focadas no agronegócio processamento mínimo de hortaliças, não está distante o momento em que a oferta superará a demanda por estes produtos. Dessa forma, não é difícil imaginar que só permanecerão no mercado empresas que apresentem um conjunto de vantagens comparativas e competitivas que lhe assegurem seu "lugar ao sol". Dentre estas vantagens, acredita-se que a segurança alimentar do produto, no que diz respeito a inexistência de contaminação de origem química, física ou microbiológica, seja um dos fatores preponderantes. Anualmente, são gastos bilhões de dólares em todo o mundo para o tratamento de toxinfecções alimentares. O empresário que assegurar aos seus consumidores um produto livre de contaminação sairá, sem sombra de dúvida, na frente de seus concorrentes (Celso Luiz Moretti – Embrapa).

## **O MERCADO DE HORTALIÇAS E FRUTAS MINIMAMENTE PROCESSADOS NO BRASIL**

As cadeias de processamento para hortaliças minimamente processadas são muito complexas. O processamento mínimo de frutas e hortaliças no Brasil é ainda recente, mas apresenta-se como um nicho de mercado em crescimento e consolidação para um perfil específico de consumidor. É um produto com maior valor agregado quando comparado às frutas e hortaliças in natura. Apresenta ainda vantagens para o consumidor como a conveniência e 100% de aproveitamento do produto adquirido. Trata-se de alimentos com baixo percentual de processamento, nos quais são mantidos a textura, o sabor, enfim as propriedades originais.

O crescimento desse mercado está associado às mudanças na estrutura de consumo, decorrentes da valorização da qualidade de vida e de um sistema de informação mais eficiente. Essa tendência de expansão parece irreversível, na medida em que ocorre em todo o mundo.

Este mercado que apresenta crescimento anual de pelo menos 20%, cada vez mais chama a atenção de consumidores que buscam praticidade e qualidade na hora de comprar frutas e hortaliças.

## **PROCESSAMENTO MÍNIMO DE HORTALIÇAS**

O processamento mínimo de alimentos visa propor ao consumidor um produto seguro, de qualidade nutricional e sensorial, semelhante ao fresco e com vida útil prolongada. O processamento mínimo de produtos hortícolas inclui as atividades:

- 1- Recepção e pré-seleção
- 2- Seleção e classificação
  - a. Lavagem
  - b. Descascamento e/ou corte
    - i. Enxágüe e sanitização
    - ii. Centrifugação
  - c. Seleção/Pesagem
  - d. Embalagem/rotulagem
  - e. Armazenamento
  - f. Distribuição (resfriamento/transporte)

**DADOS CONJUNTURAIS DAS HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADAS NO DISTRITO FEDERAL**

LOCAL	AGROINDÚSTRIA	PRODUTO PRINCIPAL
<b>CONVENCIONAL</b>		
Alexandre Gusmão	Primavera	Legumes / Couve
Alexandre Gusmão	Machadinho	Legumes / Mandioca
Alexandre Gusmão	Mageos	Mandioca
Ceilândia	Embalados Vieira	Hortaliças
São Sebastião	Campeã	Couve e Hortaliças
Vargem Bonita	H&B	Alface
Vargem Bonita	Cheiro da Roça	Alface
<b>ORGÂNICOS</b>		
PAD-DF	Malunga	Folhas / Legumes
Planaltina	Moça Terra	Folhas / Legumes



## RESULTADOS DE PESQUISA SOBRE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADAS NO DF

### Tipo de comércio: RESTAURANTES

Foram pesquisadas **129** restaurantes, sendo que em 14 foi encontrado o produto.

QUADRO 1 – COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADO NO DF  
**ALFACE**

LOCAL	ORIGEM	MARCA	EMBALAGEM PRODUTO	PESO KG	PREÇO DE COMPRA (R\$)
Setor Comercial Sul	Distrito Federal	Chac. Aguiar	Saco Personalizado	0,3	0,99

Fonte: Levantamento da Pesquisa

Obs.: Volume comercializado 30 kg/mês nos estabelecimentos pesquisados.

QUADRO 2 – COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADO NO DF  
**BRÓCOLIS**

LOCAL	ORIGEM	MARCA	EMBALAGEM PRODUTO	PESO KG	PREÇO DE COMPRA (R\$)
Asa Sul	São Paulo	Fest Fish	Saco Personalizado	1	6,00
Ceilândia	São Paulo	Jyacy	Saco Personalizado	1	4,50
	São Paulo	Jyacy	Saco Personalizado	1	4,50

Fonte: Levantamento da Pesquisa

Obs.: Volume comercializado 70 kg/mês nos estabelecimentos pesquisados.

QUADRO 3 – COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADO NO DF  
**COUVE**

LOCAL	ORIGEM	MARCA	EMBALAGEM PRODUTO	PESO KG	PREÇO DE COMPRA (R\$)
Setor Comercial Sul	Distrito Federal	Primavera	Saco Personalizado	0,2	1,50
Sobradinho	Distrito Federal	02 Irmãos Supermercado	Saco Personalizado	0,2	1,40
Taguatinga	Distrito Federal	Primavera	Saco Personalizado	0,2	1,20
Guará	Distrito Federal	Primavera	Saco Personalizado	0,2	1,19
	Distrito Federal	Primavera	Saco Personalizado	0,2	1,10
Riacho Fundo	Distrito Federal	Primavera	Saco Personalizado	0,2	1,18
	Distrito Federal	-	Saco Personalizado	1	5,00

Fonte: Levantamento da Pesquisa

Obs.: Volume comercializado 95 kg/mês nos estabelecimentos pesquisados.

QUADRO 4 – COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADO NO DF  
**COUVE-FLOR**

LOCAL	ORIGEM	MARCA	EMBALAGEM PRODUTO	PESO KG	PREÇO DE COMPRA (R\$)
Ceilândia	São Paulo	Jyacy	Saco Personalizado	2	3,80
		Jyacy	Saco Personalizado	2	3,50
Asa Sul	São Paulo	Fest Fish	Saco Personalizado	1	8,00

Fonte: Levantamento da Pesquisa

Obs.: Volume comercializado 190 kg/mês nos estabelecimentos pesquisados.

QUADRO 5 – COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADO NO DF  
**COENTRO**

LOCAL	ORIGEM	MARCA	EMBALAGEM PRODUTO	PESO KG	PREÇO DE COMPRA (R\$)
Setor Comercial Sul	Distrito Federal	Chac. Aguiar	Saco Personalizado	0,2	0,99

Fonte: Levantamento da Pesquisa

Obs.: Volume comercializado 20 kg/mês nos estabelecimentos pesquisados.

QUADRO 6 – COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADO NO DF

**MANDIOCA DESCASCADA**

LOCAL	ORIGEM	MARCA	EMBALAGEM PRODUTO	PESO KG	PREÇO DE COMPRA (R\$)
Ceilândia	Distrito Federal	-	Saco Plástico	10	1,50
Brazlândia	Distrito Federal	-	Saco Plástico	10	1,00
Asa Sul	Distrito Federal	Ebenezer	Saco Plástico	10	1,30
Setor Comercial Sul	Distrito Federal	Gerineu	Saco Plástico	5	5,50
Riacho Fundo	Distrito Federal	-	Saco Plástico	2	2,00

Fonte: Levantamento da Pesquisa

Obs.: Volume comercializado 230 kg/mês nos estabelecimentos pesquisados.

QUADRO 7 – COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS MINIMAMENTE PROCESSADO NO DF

**SELETA**

LOCAL	ORIGEM	MARCA	EMBALAGEM PRODUTO	PESO KG	PREÇO DE COMPRA (R\$)
Ceilândia	São Paulo	Jyacy	Saco Personalizado	2	4,50
	São Paulo	Jyacy	Saco Personalizado	2	4,30

Fonte: Levantamento da Pesquisa

Obs.: Volume comercializado 60 kg/mês nos estabelecimentos pesquisados.

### **3. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

a) O processamento mínimo de alimentos é uma tecnologia alternativa à redução das perdas pós-colheita de produtos perecíveis e que pode contribuir para um maior desenvolvimento da agroindústria no Brasil. Esse processo tem conduzido produtores rurais ao sucesso, entregando seus produtos diretamente às redes de supermercados, aos restaurantes, aos hotéis e às lanchonetes;

b) O sucesso na comercialização de frutos e hortaliças minimamente processados depende de alguns fatores, tais como: a manutenção de alto nível de qualidade sensorial por ocasião do consumo; controle de qualidade através de tratamentos pós-colheita; embalagem adequada usando impressos informativos, incluindo a marca; preços competitivos; e serviço de sistema de distribuição de alto nível;

c) Para os produtores as principais vantagens são agregar valor ao produto, eliminar intermediários, redução de perdas e obter preços constantes ao longo do ano sem depender de cotações sazonais;

d) O consumidor, mais exigente, avalia a qualidade dos produtos adquiridos, considerando principalmente quesitos como valor nutritivo, praticidade, condições higiênico-sanitárias e características sensoriais;

e) O crescimento do mercado de hortaliças minimamente processadas tem esbarrado na falta de articulação e coordenação das cadeias produtivas. Os diferentes níveis de estruturação dos segmentos têm provocado desequilíbrios na oferta de matéria-prima, irregularidades na entrega do produto processado e oscilações no preço do produto final. Estes desajustes são comuns em mercados novos e em cadeias produtivas não organizadas;

f) Para que as oportunidades que se abrem no mercado possam ser efetivamente aproveitadas e tenham sustentabilidade de longo prazo, é necessário que os segmentos da cadeia produtiva estabeleçam relações comerciais mais equilibradas.



## LITERATURA CONSULTADA

- **Celso Luiz Moretti** - Laboratório de Pós- Embrapa Hortaliças
- **Mauro Osaki e Pedro Valentin Marques** - Empresa Da Roça – Uma análise do complexo agroindustrial para hortaliças minimamente processadas -
- Carolina Bordignon Fares e José Flávio Diniz Nantes – Transações comerciais entre a indústria de vegetais minimamente processados e o setor varejista

