

UTILIZAÇÃO DE NORMAS DE CLASSIFICAÇÃO POR PRODUTORES RURAIS E ATACADISTAS DE SÃO PAULO: UM ESTUDO DA COMERCIALIZAÇÃO DE PÊSSEGO NA CEAGESP

Classification rules used by são paulo's rural producers and wholesalers: a case study of peach commercialization in ceagesp

RESUMO

O objetivo do trabalho consiste em avaliar a utilização da norma de classificação proposta pela Ceagesp, pelos produtores e atacadistas de pêsego e identificar os efeitos desse procedimento no abastecimento e na comercialização dessas frutas. A metodologia utilizada incluiu a pesquisa qualitativa e o estudo de caso. O procedimento adotado para o levantamento das informações foi a realização das entrevistas com os produtores rurais do estado de São Paulo e os atacadistas do Entrepasto Terminal de São Paulo. A maioria dos produtores é mais otimista quanto ao uso da classificação e ressalta que ela é o motivo do sucesso da comercialização do pêsego. Sendo assim, investem na melhoria da qualidade das frutas, atualizando, sempre que possível, as tecnologias utilizadas na produção e na pós-colheita. Em relação aos atacadistas, identificaram-se a preferência e a valorização do pêsego classificado, devido ao fato de este ser mais rentável, porém, estes agentes relatam que o mercado ainda não reconhece devidamente os benefícios da classificação. Concluiu-se que a utilização da norma proposta pela Ceagesp funciona como uma ferramenta auxiliar na gestão do processo de comercialização do pêsego.

Hugo Carlos Dornfeld
Professor do Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos – SP
hugocd@dep.ufscar.br

José Flávio Diniz Nantes
Professor do Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos – SP
fnates@power.ufscar.br

Recebido em 19.3.2007. Aprovado em 14.7.08
Avaliado pelo sistema blind review
Editor científico: Ricardo Pereira Reis

ABSTRACT

The objective of this study is to evaluate the use of standardization and classification rules, proposed by the CEAGESP, by peach producers and wholesalers and to identify the effects of this procedure on the supply and commercialization of the fruit. The methodology used included qualitative study and analysis of study cases. Information was gathered through interviews with producers from the state of São Paulo and with the wholesalers of the Entrepasto Terminal de São Paulo. Most producers are optimistic about the use of standardization and classification rules and emphasize that their implementation is the reason behind the success of peach commercialization. They invest in improving the quality of the product by updating, whenever possible, the technologies used in the production and post-harvest processes. Among the wholesalers, a preference for and a valorization of the classified peach was observed, although these agents say that the market does not yet recognize the benefits of the standardization and classification rules. The conclusion of this work is that use of the standardization and classification rules suggested by the CEAGESP functions as a support tool in the management of the peach commercialization process.

Palavras-chave: classificação, comercialização, pêsego, produtores rurais, mercado atacadista.

Key-words: classification, commercialization, peach, rural producers, wholesaler market.

INTRODUÇÃO

O Brasil é um grande produtor mundial de frutas, de diversos tipos, durante a maior parte do ano. Devido à grande extensão e a climas variados, possibilita desde a cultura de frutas tropicais até as de clima temperado ou frio.

No entanto, a fruticultura nacional ainda apresenta baixa especialização, o que se deve, em grande medida, à importância do mercado doméstico. O aumento do número dos países compradores de frutas brasileiras só será

possível se um trabalho de marketing muito forte for realizado pelo país e pelos produtores e suas cooperativas. Entretanto, o aumento das vendas está ligado também a uma conjunção de fatores, dos quais, provavelmente, os fortes investimentos realizados em modernização, logística e infra-estrutura para produção, classificação do produto, conservação, embalagem e embarque, são os pontos preponderantes (IBRAF, 2005).

A adoção de medidas que, ao longo do tempo, reduzam deficiências na produção e na comercialização, pode representar uma ampliação do mercado interno e

ganhos de economia de escala e de escopo, alavancando a competitividade no mercado externo.

Em um setor tão importante economicamente, o estabelecimento de normas de padronização e classificação se torna fundamental para facilitar a comercialização, pois muitas frutas destinadas ao mercado interno são submetidas aos padrões de identidade e qualidade estabelecidos pelos órgãos competentes regionais, em função da abundância ou da escassez do produto. Porém, esse procedimento dificulta a comercialização em mercados mais exigentes e internacionais.

Desse modo, o mercado internacional, além da qualidade externa das frutas, passou a exigir controle e classificação dos produtos, análise de resíduos de agrotóxicos e estudos sobre impacto ambiental da atividade. O aspecto relativo ao excesso de oferta de produtos no mercado mostra que umas das alternativas é a busca pela distinção qualitativa, como os valores nutricionais e os aspectos ambientais, e da padronização, para conquistar a confiança do consumidor (SANSVINI, 2002).

Um aspecto fundamental na análise dos impactos distributivos ao longo da cadeia de frutas refere-se à padronização do produto, que define atributos referentes à qualidade e às características desejáveis do bem transacionado. A padronização do produto modifica e melhora a disseminação de informação entre os agentes, ao tornar homogênea a linguagem utilizada na transação e também facilita a adoção de estratégias de segmentação ao criar padrões de referência para descrever as características do produto.

No caso da fruticultura, em especial do pêssego, encontra-se em fase experimental uma proposta de adesão voluntária de classificação, elaborada pelo Programa Paulista para a Melhoria dos Padrões Comerciais e de Embalagens de Hortigranjeiros. Atendendo à demanda dos outros estados brasileiros, o programa tornou-se nacional e passou a se chamar Programa Brasileiro para a Modernização da Horticultura. Este programa prevê classificação de pêssegos em grupo (cor da polpa), calibre (diâmetro transversal da fruta) e características dos defeitos, sendo essa norma adotada pela por vários produtores e, em especial, pela Cooperativa de Produtores Holambra II, em Paranapanema, SP, a principal e maior cooperativa de produtores dessa fruta (Ceagesp, 2006).

Cabe destacar que os agentes da cadeia produtiva de pêssego têm orientado seus esforços na busca de produtos de qualidade. A utilização das normas de classificação dos produtos proposta pela companhia de entreposto e armazéns gerais de São Paulo (Ceagesp) se

enquadra como uma ferramenta útil nesse sentido. Todavia, o estabelecimento da padronização e a sua conseqüente utilização pelos produtores na classificação das frutas ainda são processos recentes, e requerem esforços para a divulgação de seus benefícios para os agentes de toda a cadeia produtiva.

Este trabalho foi realizado com o objetivo de avaliar a utilização das normas de classificação propostas pela Ceagesp (2006), pelos produtores e atacadistas de pêssego e identificar os efeitos deste procedimento no abastecimento e na comercialização dessas frutas. A intenção é verificar se a utilização de tais normas pode funcionar como uma ferramenta auxiliar na gestão do processo de comercialização. Para tanto, este trabalho foi estruturado, além desta introdução, em quatro tópicos. No segundo tópico, é mostrado um panorama do setor de fruticultura nacional e internacional, enfatizando a cultura do pessegueiro, bem como uma contextualização das normas de padronização e classificação de frutas, contendo os conceitos, os objetivos principais e a importância. No terceiro tópico, apontam-se os procedimentos metodológicos adotados para a condução deste trabalho. No quarto item, apresentam-se os resultados e a discussão da pesquisa realizada entre os produtores do município de Paranapanema e o mercado atacadista de São Paulo. No último tópico encontram-se as considerações finais acerca do comportamento dos produtores e atacadistas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Panorama do setor de fruticultura

2.1.1 Característica da fruticultura mundial e brasileira

A produção mundial de frutas, em 2004, foi de 675 milhões de toneladas. A China foi o país que mais produziu frutas naquele ano, com 161 milhões de toneladas, e ocupou lugar de destaque com relação à produção de melancia, maçã, manga, melão, tangerina, pêra, pêssego e ameixa, representando 23,8% da produção mundial. Em segundo lugar encontra-se a Índia, com 58 milhões de toneladas e o Brasil está na terceira colocação, com 39 milhões de toneladas, representadas principalmente pelas culturas de banana, laranja, abacaxi, mamão, pêssego e melão (FAO, 2007, IBRAF, 2005).

Estados Unidos, Indonésia, Filipinas, Espanha, Itália, México e Turquia, nesta ordem, estão entre os dez maiores produtores de frutas do mundo e, juntos, representaram 61,84% da produção mundial de frutas em 2004 (FAO, 2007). O Gráfico 2.1 demonstra a produção dos principais países e a porcentagem em relação ao total de frutas produzidas no mundo.

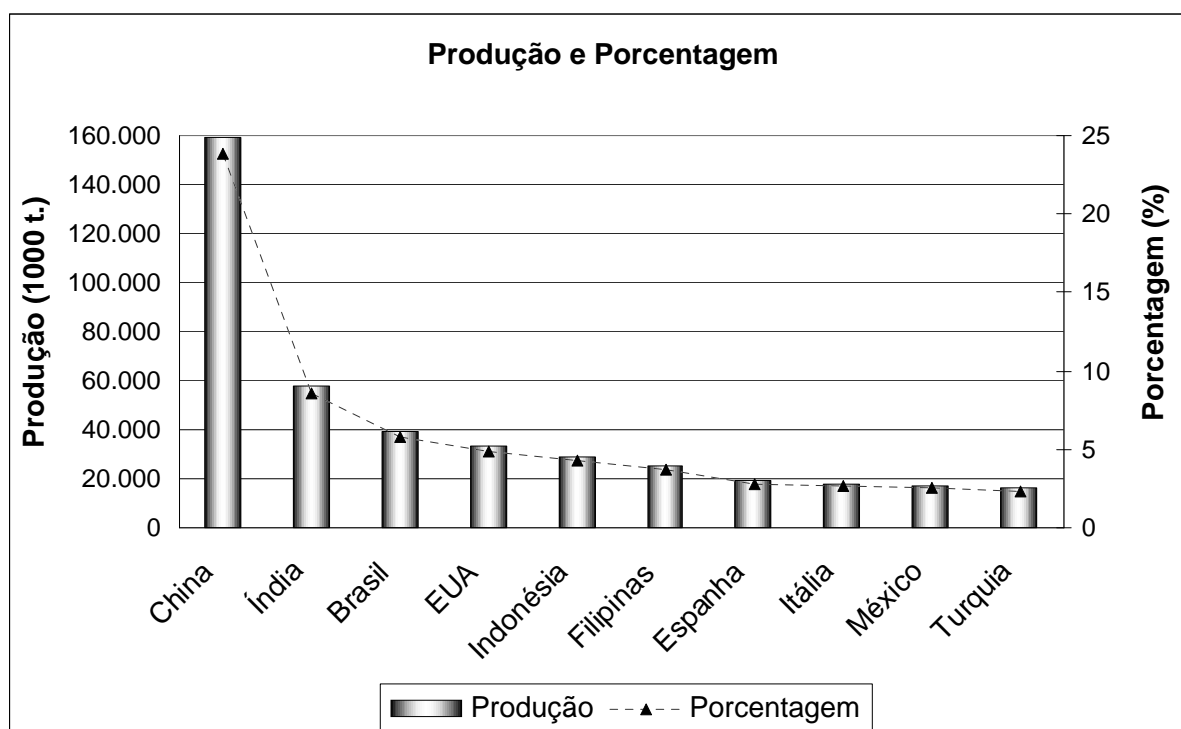


GRÁFICO 2.1 – Produção e porcentagem dos 10 principais países produtores de frutas.

A fruticultura é uma das atividades agrícolas que mais crescem no agronegócio brasileiro. O grande potencial produtivo do país, favorecido pela diversidade das condições climáticas, permite a produção de vários tipos de frutas tropicais e temperadas.

A maioria dos produtos *in natura* é vendida por meio de mercados do tipo atacados locais, regionais ou nacionais (Ceagesp), o qual ainda paga melhor seus fornecedores. Já no varejo a margem de lucro dos produtores rurais é bem menor, pois o poder de barganha deste setor é muito grande.

É evidente que a competitividade do segmento de frutas frescas, em se tratando de mercadorias perecíveis, exige a capacidade de criar e manter estruturas de produção e logística que permitam satisfazer aos pré-requisitos de um mercado internacional extremamente seletivo, bem como do mercado interno (MARTINELLI & CAMARGO, 2003).

O Brasil inverteu radicalmente sua imagem de grande importador de frutas para assumir a condição de potencial exportador. Simultaneamente, a balança comercial movimentada pelas frutas teve um forte incremento, deixando o patamar dos US\$ 100 milhões em vendas externas anuais, em 1993, para superar os US\$ 635 milhões, em 2006. De acordo com informações do Ministério da

Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), no ano de 2006, o país exportou 800 mil toneladas de frutas, ou seja, 36% a mais que o ano anterior (BRASIL, 2007).

O aumento de países compradores de frutas brasileiras se deve ao importante papel cumprido pelo marketing. No entanto, está atrelado também a uma conjunção de outros fatores, como modernização, padronização e classificação do produto, melhores embalagens, maior apoio do governo, com créditos rurais e assistência técnica gratuita, profissionalização dos produtores rurais, entre outros (IBRAF, 2005).

2.1.2 Especificações gerais do pêssego

A produção mundial de pêssego, no ano de 2006, foi da ordem de 13,2 milhões de toneladas. A China, com 5.900 mil toneladas, é o maior país produtor, seguida da Itália e dos EUA. O Brasil é o 10º produtor mundial de pêssego (FAO, 2007).

Segundo dados da FAO (2007), em 2006, os cinco maiores exportadores de pêssego eram Itália (38,5%), Espanha (29,8%), França (12,7%), EUA (8,9%) e Chile (6,8%). Com relação às frutas, em 2006, foram produzidas cerca de 15.000.000 toneladas, com destaque para China, Itália, USA e Espanha.

No Brasil, a cultura é encontrada em vários estados, mas sua exploração com fins comerciais concentra-se nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo, Santa Catarina, Minas Gerais e Paraná, sendo a sua comercialização realizada por dois canais diferenciados: a indústria processadora e o mercado para o consumo *in natura*.

Na Tabela 2.1 são apresentados os valores da área colhida, quantidade produzida, rendimento médio e participação dos principais estados no total de pêssego produzido no Brasil (IBGE, 2005).

No Brasil, a maior produção persícola concentra-se no Rio Grande do Sul. Entretanto, a maior parte, cerca de 80% a 90%, desta produção destina-se ao aproveitamento industrial, pelos tipos predominantes de conserva (BARBOSA et al., 2003).

Segundo o Instituto de Economia Agrícola (2007), as regiões de maior produção no estado de São Paulo são as de Itapeva (29,50%), Bragança Paulista (23,12%), Avaré (14,31%) e Campinas (13,34%). Em Guapiara, na região de Itapeva, encontra-se o principal pólo de cultivo do pessegueiro, sobretudo com produtores independentes que, em 2005, obteve produção de 12.200 mil toneladas, seguida da região de Paranapanema, que apresenta grandes produtores e uma grande cooperativa, com 9.025 mil toneladas.

2.2 Contextualização das normas de padronização e classificação de frutas

2.2.1 Conceitos e objetivos das normas

Dentro do novo contexto competitivo, a implementação da padronização tem a capacidade de afetar positivamente a coordenação de cadeias produtivas. Assim, ela reduz os custos transação ao melhorar o fluxo de

informações entre os agentes, homogeneizar a linguagem e facilitar possíveis estratégias de segmentação. A padronização é fundamental para trocas efetivas entre os agentes da cadeia produtiva (MACHADO, 2003).

A padronização significa o ato de estabelecer os padrões de referências. Farina (2003) relata que os padrões de referência incluem definições, terminologias e princípios de classificação e rotulagem, isto é, quais informações devem estar no rótulo e de que forma. Na definição do padrão, é importante a participação conjunta do Estado e das entidades privadas, individuais ou coletivas. A adesão deve ser incentivada, mesmo quando compulsória, para que não se torne um sistema formal, mas efetivo.

O padrão pode ser formulado por entidade do setor público ou particular, podendo ser obrigatório ou voluntário. No geral, os padrões funcionam como instrumentos de coordenação da oferta do produto. Padrões especificam e harmonizam o produto e os atributos de entrega, pela acentuada eficiência e baixos custos de transação. Padronização diz respeito a várias características do produto, como qualidade (aparência, gosto, limpeza), segurança do alimento, autenticidade (garantia de local geográfico de origem ou uso de um determinado processo) e excelência do processo produtivo (com respeito à saúde do trabalhador ou contaminação ambiental e humano) (REARDON et al., 2004).

A classificação é a comparação do produto com os padrões preestabelecidos. O julgamento obtido dessa comparação permite fazer o enquadramento do produto em grupo, classe e tipo, tornando possível uma interpretação única. Um produto classificado é um produto separado por tamanho, cor e qualidade, de modo a se obter, no final, lotes homogêneos e caracterizados de maneira clara e mensurável (Ceagesp, 2006).

TABELA 2.1 – Área colhida, quantidade produzida, rendimento médio e participação no total da produção nacional de pêssego, segundo a importância das Unidades da Federação produtoras, no ano de 2006.

| País e Unidade da Federação | Área colhida (ha) | Quantidade produzida (t.) | Rendimento médio (kg/ha) | Participação no total da produção nacional(%) |
|-----------------------------|-------------------|---------------------------|--------------------------|---|
| Brasil | 22.453 | 199.719 | 8.894 | 100,0 |
| Rio Grande do Sul | 14.706 | 86.901 | 5.909 | 43,5 |
| São Paulo | 2.101 | 44.379 | 21.122 | 22,2 |
| Santa Catarina | 2.847 | 27.335 | 9.595 | 13,7 |
| Minas Gerais | 1.036 | 26.763 | 25.813 | 13,4 |
| Paraná | 1.746 | 14.341 | 8.156 | 7,2 |

Fonte: IBGE (2005).

Segundo Giovannucci & Reardon (2001), a utilização de uma terminologia comum para reger as transações apresenta sete benefícios; (1) elimina a necessidade de presença física do produto no momento da compra; (2) melhora os incentivos por qualidade e segurança; (3) torna a informação a respeito do produto mais confiável; (4) facilita a comparação de preço e qualidade; (5) reduz os riscos associados ao comportamento oportunista dos agentes da cadeia; (6) diminui os mecanismos de controle das transações e (7) facilita a resolução de disputas a respeito da qualidade dos produtos.

A padronização permite a redução das assimetrias informacionais entre os agentes oportunistas da cadeia produtiva. No entanto, apesar das vantagens evidentes da adoção de sistemas de classificação do produto, ela ainda apresenta forte resistência, principalmente pelos agentes que se beneficiam da falta de transparência do mercado. Quanto mais confiável e efetivo for o sistema de classificação, menor será a necessidade de salvaguardas contratuais e, conseqüentemente, menores serão os custos de comercialização (MACHADO, 2002).

2.2.2 Importância da padronização e classificação de frutas

Muitos países têm melhorado seus padrões de qualidade em produtos naturais para assegurar a segurança do alimento, tanto para o consumo interno, como para exportação. Entretanto, é observado que países em desenvolvimento encontram dificuldades na implementação do alto nível sanitário imposto pelos países importadores, assim como se manter dentro dos regulamentos técnicos internacionais, padrões particulares e públicos para a segurança dos alimentos (MARTINEZ & BAÑADOS, 2004).

O estabelecimento de padrão em alimentos frescos pode ter vários efeitos opostos. O padrão pode aumentar o mercado, reduzindo obstáculos para entrada, permitindo a participação de um número maior de empresas e a expansão da comercialização, além de aumentar a eficiência de transação, reduzindo os custos de transação. Maior eficiência do mercado e a participação de um número maior de empresas implicam em uma maior competição, potencialmente conduzindo a uma redução do preço ao consumidor e melhoria na qualidade do produto (REARDON & FARINA, 2002).

Entretanto, quando o padrão é estabelecido por um agente, pode limitar o número de participantes, por aumentar obstáculos a entrada através dos diversos requerimentos deste padrão. Outro problema diz respeito

aos custos de investimento, que pode ser muito grande aos pequenos e médios produtores, forçando sua saída ou seu movimento para um mercado menos lucrativo (REARDON et al., 2001).

Nem sempre os benefícios da padronização são claramente percebidos, podendo inibir a difusão dos padrões. Quando os custos de ajuste ocorrem no curto prazo e os benefícios surgem somente no longo prazo, a adoção da padronização pode fracassar em razão da falta de adesão dos agentes. A generalização da adesão tem papel fundamental para o surgimento de externalidades positivas de rede devido à implementação de padrões e classificações. A colaboração de todas as partes envolvidas torna-se essencial à efetividade do padrão, podendo surgir por meio de um comportamento cooperativo de barganha ou mediante um comportamento não cooperativo entre as partes (MACHADO, 2002).

Padrões e classificações gerais melhoram a transparência do mercado e reduzem barreiras à entrada, intensificando concorrência de preços. Menor concentração e maior concorrência tendem a gerar ganhos de eficiência nos mercados, beneficiando principalmente o consumidor. Ao reduzir barreiras, viabiliza a participação de maior número de produtores que passam a dispor de melhor informação e podem obter ganhos de escala na comercialização pelo associativismo (FARINA, 2003).

3 METODOLOGIA

No desenvolvimento da pesquisa, foi utilizada uma abordagem qualitativa, por ser um procedimento metodológico que abriga várias técnicas que procuram descrever e traduzir a questão principal, promovendo o entendimento do problema. Este método se caracteriza pelo maior foco na compreensão dos fatos do que na mensuração de fenômenos (YIN, 2001).

Entre os diversos tipos de pesquisa qualitativa, optou-se pelo estudo de caso, que permite a análise de determinada situação, dentro do seu contexto real, utilizando diversas fontes de evidência, como entrevistas, observações, documentos, entre outros. O desenvolvimento desta pesquisa ocorreu pelo método de estudo de casos múltiplos, com o intuito de aumentar e diversificar a quantidade de informações e permitir a comparação entre os casos.

Os dados primários foram obtidos mediante a pesquisa de campo, utilizando-se questionários com questões abertas e fechadas, em dois segmentos da cadeia produtiva: o primeiro são os produtores rurais e o segundo, os atacadistas.

A amostra utilizada nesta pesquisa é considerada não-probabilística e intencional. A suposição básica da amostragem intencional é que, com um bom julgamento e uma estratégia adequada, pode-se escolher os casos que devem ser incluídos na amostra, de modo a torná-la satisfatória para as necessidades da pesquisa (YIN, 2001). Embora a amostra seja não-probabilística, cabe ressaltar a importância do grupo de produtores rurais escolhidos em relação ao universo de produtores, dada a importância dos mesmos no abastecimento do mercado atacadista de São Paulo e da grande produção e comercialização *in natura* de pêssego.

Foi escolhida a região de Paranapanema, pelo fato de residirem nela muitos produtores que adotam as normas de classificação e também por ser a principal fornecedora de pêssego classificado para o Entrepasto Terminal de São Paulo (ETSP). Os produtores desta região fazem parte de uma Cooperativa de Produtores, a Cooperativa Holambra II, que atua em todo o território nacional.

A escolha do mercado atacadista de São Paulo foi pelo fato de ser considerado o maior mercado de frutas e hortaliças da América Latina e o terceiro do mundo e também por comercializar frutas classificadas segundo as normas da Companhia de Entrepasto e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp).

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

4.1 Segmento atacadista

Foram selecionados cinco atacadistas que comercializam pêssego no ETSP, de acordo com informações fornecidas pela Seção de Economia e Desenvolvimento da Ceagesp. A escolha dos atacadistas participantes da pesquisa de campo foi realizada de forma aleatória, com o escopo essencial de abranger os fatos, sem uma visão quantitativa.

Os nomes fantasia das empresas participantes são: Bella Vista, Frutera, Nova Paulista, Ponte Preta e Victory. No momento das entrevistas, era grande o movimento de pessoas e mercadorias, fato que prejudicou a apresentação das questões ao entrevistado. No entanto, os entrevistados demonstraram boa vontade para responder as questões. O tempo médio das entrevistas foi de 50 minutos.

Com relação ao porte da empresa, os atacadistas da amostra são classificados em três categorias, adaptadas da quantidade total de frutas compradas no ano de 2006 pelos atacadistas do ETSP. Neste ano, o maior atacadista adquiriu 521 toneladas de pêssego (Ceagesp, 2006), sendo

apresentados na Tabela 4.1 os limites e os valores adquiridos por três grupos de atacadistas.

TABELA 4.1 – Quantidade de pêssego adquiridos no ETSP, por atacadistas em 2006.

| Porte do atacadista (toneladas) | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|
| Pequena | Médio | Grande |
| até 100 | 100 - 199 | 200 - 521 |

Fonte: CEAGESP (2006).

Ponte Preta, Bella Vista, Nova Paulista, Frutera e Victory são grandes atacadistas de pêssego e as outras principais frutas comercializadas por eles são: manga, maçã, uva, melão, goiaba, maracujá, ameixa e nectarina. Estas frutas são destinadas a diferentes mercados, com predominância, no caso do pêssego, dos super e hipermercados, sacolões, feirantes, mercearias e atacadistas de outros estados.

No Quadro 4.1, apresentam-se algumas características gerais dos atacadistas analisados na Ceagesp de São Paulo.

Uma questão abordada na pesquisa de campo foi relativa aos problemas observados para a aquisição do pêssego e quais os critérios utilizados para a escolha de um potencial fornecedor. No primeiro caso, a qualidade dos frutos, a ausência ou a existência de problemas na classificação e a pontualidade na entrega foram destacadas como principais entraves. As características da embalagem, se o fruto segue uma norma de classificação e a pontualidade de entrega, foram os principais critérios para a escolha dos potenciais fornecedores.

Uma vantagem observada em trabalhar com fornecedores de grande porte é o rápido retorno das reclamações dos atacadistas. A Cooperativa Holambra II, grande fornecedora de pêssego aos atacadistas do Entrepasto Terminal de São Paulo (ETSP), possui um setor dedicado a solucionar os problemas relacionados à classificação das frutas. Se o produto estiver fora dos padrões pré-estabelecidos pela norma proposta pela Ceagesp (2006), o fruto pode seguir dois caminhos: retornar a cooperativa e, neste caso, o atacadista não paga o produto ou pode ocorrer uma renegociação do preço pago por aquele lote. Nessa situação, o atacadista, geralmente, reduz o preço e realiza uma nova classificação do produto.

Todos os atacadistas relataram conhecer muito bem as normas de padronização e classificação do pêssego

QUADRO 4.1 – Características dos grandes atacadistas distribuidores de pêssego.

| Parâmetros | Bella Vista | Frutera | Nova Paulista | Ponte Preta | Victory |
|--|---|---|---|--|---|
| Principais Produtos Comercializados | Maçã, pêra, Kiwi, pêssego, nectarina e ameixa | Manga, pêssego, nectarina, ameixa, maracuja, melão e uva | Pêssego, nectarina, ameixa, morango, abacaxi e goiaba | Goiaba, maracujá, ameixa, pinha, pêssego e nectarina | Manga, pinha, maracujá, pêssego e ameixa |
| Participação de Pessego (%) | 50 | 20 | 80 | 90 | Não sabe |
| Principais Compradores | Super e Hipermercado, atacadistas fora do estado, sacolão | Super e Hipermercado, atacadistas fora do estado e sacolão | Mercearia, feirante, distribuidor (intermediário), atacadistas fora do estado | Mercearia, feirante, atacadistas fora do estado e atacadista do ETSP | Outos atacadistas, feirantes e distribuidor (intermediário) |
| Principais Regiões e Municípios | Estado de São Paulo e região Sul | Holambra (SP), Campestre e Machado (MG), São Marcos e Farropilha (RS) | Paranapanema (SP) e Paraná | Paranapanema (SP), Rio Grande do Sul e Minas Gerais | Estado de São Paulo e Rio Grande do Sul |
| Principais Problemas para obtenção | Qualidade e falta de classificação | Qualidade, durabilidade, falta de classificação | Embalagem, pontualidade de entrega (dia e hora) e falta de classificação | Pontualidade de entrega (dia e hora) e problemas com a classificação | Classificação e qualidade |
| CrITÉrios para seleção de fornecedores | Classificação | Qualidade, produto consignado, quantidade e preço | Qualidade, classificação, flexibilidade na troca do produto, preço e contato com o fornecedor | Paletização, pontualidade de entrega (dia e hora) | Classificação e qualidade |

Fonte: Pesquisa de campo.

proposta pela Ceagesp (2006) e alegam que só comercializam esta fruta classificada, preferencialmente, por essa norma.

Os vendedores ou gerentes realizam uma análise das frutas classificadas que chegam ao atacado, em virtude da falta de confiança em seu fornecedor. Além disso, existem muitos padrões para a mesma fruta, ou seja, ainda não existe uma linguagem única entre os produtores rurais e o mercado atacadista.

Essa análise é feita no ponto de venda, quando as caixas chegam ao mercado. Geralmente, é realizada uma verificação visual do lote, observando a classificação em relação ao peso, ao tamanho e às lesões das frutas e, posteriormente, é feita uma comparação com as especificações contidas no rótulo das caixas e com o pedido de compra realizada ao fornecedor. Se o produto não apresentar as características especificadas no rótulo, o lote pode ser devolvido ou renegociado o seu valor.

Observa-se que as normas propostas pela Ceagesp (2006) são pouco reconhecidas/divulgadas entre os

agentes da cadeia de produção, todavia, sua utilização é de fundamental importância para melhorar a comercialização. Desse modo, há necessidade de maior interação dos produtores com os atacadistas, uma vez que estes possuem grande demanda pela utilização dessas normas. O mercado atacadista está cada vez mais se profissionalizando, buscando melhorias na qualidade, regularidade na oferta, maior nível tecnológico e redução nos seus custos, como, por exemplo, redução da mão-de-obra para a classificação dos produtos no ponto de venda.

Alguns atacadistas relataram pagar até 50% a mais do valor de mercado por um produto classificado diretamente pelo fornecedor. A justificativa é a de que existem clientes dispostos a pagar um preço prêmio, por se tratar de um produto diferenciado dos demais, com qualidade superior e que apresenta maior segurança no momento da compra.

Todos os atacadistas indicaram que a classificação das frutas auxilia na comercialização. As principais

vantagens de uma fruta classificada são: a boa aparência das frutas, caixas e rótulos padronizados; melhor aproveitamento do espaço no ponto de venda, em razão da separação por categoria e por classe, além da melhoria na dinâmica de venda, dado que os clientes podem indicar diretamente a classe ou categoria desejada.

Os atacadistas relataram que a norma de classificação do pêssego agregou valor ao produto, principalmente em relação ao preço, às vendas por telefone e à qualidade. Observou-se um ganho significativo na qualidade das frutas após a implantação da classificação pelos produtores de Paranapanema.

Segundo os atacadistas do ETSP, as perspectivas para o setor de frutas classificadas são altamente positivas, pois os maiores problemas foram resolvidos. Foram destacadas como problemas a desorganização do setor e a baixa qualidade dos produtos, como falta de controle no momento da aquisição das frutas, falta de um padrão para a classificação e os altos índices de desperdício, antes da implantação da norma de classificação.

4.2 Produtores rurais

Foram entrevistados cinco produtores rurais do estado de São Paulo, do município de Paranapanema. A escolha desses produtores foi ocasional, apenas com o objetivo de compreender os fatos, sem uma visão quantitativa, por meio de um pré-contato entre o pesquisador e a Cooperativa Holambra II. A partir dos primeiros contatos foram agendadas as entrevistas, com quinze dias de antecedência. As entrevistas duraram, em média, 40 minutos e foram realizadas em diversos locais, como propriedade rural, casa da cidade do produtor e sindicado rural.

As áreas destinadas à fruticultura nas propriedades de Paranapanema são consideradas grandes, variando de 40 a 100 ha. A área mais extensa conta com 350 ha, todavia, apenas 100 ha são destinados ao cultivo de pêssego.

A produção destas frutas atinge na região, por produtor, valores elevados, de até 900 toneladas por safra, com um total de 40.000 plantas. Um dos produtores possui muitas plantas jovens que ainda não estão em fase de colheita, portanto, mesmo com um número elevado de plantas, sua produção ainda não atingiu o nível dos demais.

Os produtores de pêssego desta região relataram poucas dificuldades para comercializar suas frutas. Os principais compradores são os atacadistas da Ceagesp de São Paulo e Campinas e apenas uma pequena quantidade é destinada aos super e hipermercados da região.

Seus clientes desejam frutas com altos níveis de qualidade, grandes variedades, quantidade, pontualidade de entrega, preço justo e classificadas segundo padrões já estabelecidos no mercado, como as normas da Ceagesp (2006). Além do sabor e do grau de maturação adequado, a classificação foi indicada como uma das principais exigências para garantir a satisfação dos clientes.

Praticamente todos os produtores alegaram que a principal dificuldade no momento de comercializarem as frutas é a negociação do preço, principalmente com a cooperativa Holambra II. Neste caso, não existe um processo de negociação de preço porque a venda é realizada por meio de leilão. Para um dos produtores que não negocia com a cooperativa, a principal dificuldade na comercialização está relacionada com a falta de fidelidade dos clientes, por não existir nenhuma forma de parceria entre as partes.

Por ser um município com grande participação na produção nacional de pêssego, a concorrência mais preocupante ocorre dentro do próprio município. Todavia, algumas regiões, e em determinados períodos da safra, podem também ser consideradas concorrentes, como ocorre com algumas cidades de Minas Gerais e do Rio Grande do Sul.

A maioria dos entrevistados considera fundamental o treinamento de seus funcionários e a contratação de serviços terceirizados de consultoria, principalmente levando em consideração os critérios específicos da classificação exigidos. Por isso, um profissional qualificado e treinado é necessário.

A necessidade de treinamento não foi unânime. Dois produtores relataram não ser necessária a contratação de assistência técnica e treinamento dos seus funcionários, alegando que a experiência dos mais antigos é suficiente para um bom manejo das culturas, inclusive no momento da classificação.

Um fator de destaque são as recentes parcerias envolvendo pesquisadores e a cooperativa. Esta cooperação tem resultado em diversos trabalhos na área de pós-colheita do pêssego, mais especificamente os relacionados à classificação e à qualidade das frutas.

As etapas básicas da classificação do pêssego são realizadas da mesma forma pelos produtores rurais. Após a colheita, as frutas são transportadas até o *packing house*, quando, então, são classificadas e, em seguida, armazenadas em câmaras frias. No momento adequado é enviada para a cooperativa e vendida em leilão. No entanto, dentro de cada etapa do processo, ocorrem diferenças, próprias de cada produtor.

Todos os produtores da amostra têm clara noção do sistema de classificação e souberam apontar as vantagens e as dificuldades para adotá-la na pós-colheita. Na opinião destes produtores, as vantagens na utilização da norma superam as desvantagens. Muito embora a adoção da norma não tenha o objetivo de gerar lucro diretamente, e que os investimentos sejam relativamente altos, existe a compensação pelo maior volume de venda das frutas, principalmente pela abertura de novos mercados. Um resumo destas informações, e de outras, é apresentado no Quadro 4.2.

A maioria dos produtores ressaltou que a utilização de um padrão adotado pelo mercado atacadista uniformiza as informações, tornando as negociações mais transparentes. De fato, a grande vantagem do uso da norma reside na comercialização das frutas em qualquer mercado, seja no atacadista ou no varejista. Outras vantagens citadas

foram a parceria com a Ceagesp, a produção com maior qualidade, a criação de uma “marca” (produto classificado) e a exclusão dos fornecedores que não fazem a classificação nos principais mercados atacadistas e varejistas.

Os produtores responderam positivamente quanto à agregação de valor do produto classificado e ao auxílio que a norma de classificação gera na comercialização das frutas. Foram relatadas também as seguintes vantagens: participação em novos mercados, especificamente no de frutas classificadas; maior garantia de retorno financeiro, em razão dos melhores preços alcançados pelas frutas classificadas; qualidade superior do produto e a possibilidade de venda das frutas pelo comércio eletrônico. A questão do melhor preço alcançado pelas frutas classificadas é discutível, uma vez que nem sempre ocorre esta situação, fato salientado por um dos produtores da amostra.

QUADRO 4.2 – Informações gerais envolvendo as normas de classificação pelos produtores de pêssego.

| Produtor | Vantagens | Desvantagens | Formas de auxílio na classificação | Benefícios obtidos |
|-----------------|--|---|--|--|
| F | Facilita a comercialização do produto | Pouco reconhecimento do mercado (preço) | Facilita a comercialização do produto (padrão único) | Novos mercados |
| G | Facilita a comercialização do produto | Nenhuma | Facilita a comercialização do produto (padrão único) | Melhor preço |
| H | Facilita a comercialização do produto e parceria com a CEAGESP | Nenhuma | Maior retorno financeiro | Novos mercados e melhor preço |
| I | Qualidade, criação de uma "marca" e redução da concorrência | Nenhuma | Qualidade do produto | Melhor preço |
| J | Facilita a comercialização do produto e criação de uma "marca" | Nenhuma | Facilita a comercialização do produto (padrão único) | Novos mercados, comércio eletrônico e melhor preço |

Fonte: Pesquisa de campo.

Outra questão igualmente significativa refere-se à especificação do lote ou das caixas de forma exata, para que não ocorra conflito entre o produtor e o comprador a respeito da classificação das frutas. Boa parte dos produtores (60%) afirma que não existe devolução das frutas por estarem fora das normas de classificação da Ceagesp, indicando a profissionalização do setor de frutas classificadas e o acompanhamento das atividades rotineiras, no momento da classificação. Dois produtores relataram que pode ocorrer devolução, mas isso somente ocorre no caso de podridão das frutas, não em relação ao fato de elas estarem fora das normas de classificação.

Um item importante em relação às frutas classificadas refere-se ao custo para a adoção e a manutenção do sistema de classificação. Apenas um produtor revelou valores; os demais comentaram que os custos se devem à mão-de-obra especializada e à aquisição e manutenção das máquinas. O custo relatado é de, aproximadamente, 70 a 80 reais por tonelada de frutas classificadas, valor considerado baixo pelos demais produtores. Não foi possível determinar se este custo é ou não viável para os produtores, pois esta análise depende de outras variáveis, como escala de produção, produtividade, preço recebido, etc.

Quanto às perspectivas para o setor de frutas classificadas, especificamente para o pêssego, todos os entrevistados relataram que a adoção das normas de classificação permite obter uma fruta de melhor qualidade, procedimento que constitui em um requisito essencial para se manter na atividade e tornar o negócio mais competitivo e lucrativo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se, na pesquisa, que a classificação do pêssego proporciona mais benefícios do que desvantagens aos produtores que a utilizam. Entre as vantagens, destacam-se a abertura de novos mercados, a redução no número de concorrentes, a maior facilidade para a distribuição das frutas, a possibilidade de venda pelo comércio eletrônico, a melhor qualidade das frutas e o melhor retorno financeiro da atividade.

Apenas um produtor da região de Paranapanema, que não fornece para a Cooperativa Holambra II, está desanimado com o setor de fruticultura. Ele observa que o mercado é desleal, pouco organizado e apresenta baixo retorno financeiro. Este produtor permanece na atividade pela tradição familiar e por falta de opção na fruticultura da região.

A maioria dos produtores de Paranapanema é muito otimista quanto à classificação e ressalta que ela é o motivo do sucesso da comercialização do pêssego. O objetivo desses produtores é investir cada vez mais na melhoria da qualidade das frutas, atualizando, sempre que possível, as tecnologias utilizadas na produção e na pós-colheita.

A alta rentabilidade do pêssego na região de Paranapanema foi ressaltada por todos os produtores, destacando que isso está relacionado com a organização dos produtores e da associação com outros produtores de grande porte da região.

Ficou claramente demonstrado na pesquisa que a classificação auxilia na comercialização das frutas pesquisadas. Entretanto, cabe ressaltar que ela é utilizada, principalmente, por grandes produtores, com escala de produção e que atuam em diversos canais de distribuição. Cabe aos pequenos fornecedores estabelecerem associação com outros produtores da região. Esta condição parece ser o caminho para a adoção de tecnologias pós-colheita, como a classificação de frutas.

Em relação aos atacadistas, a pesquisa identificou a preferência por frutas classificadas, pois, assim, não precisam realizar esta tarefa no box do ETSP, local inadequado para essa finalidade. Ressalta-se que as frutas classificadas são mais rentáveis para os atacadistas e alguns deles possuem clientes que exigem frutas classificadas, além de melhorar a repartição das caixas, por tipo e calibre, no ponto de venda.

Uma grande vantagem relatada pelos atacadistas em relação às frutas classificadas está relacionada à comercialização sem a presença física das frutas, ou seja, não é necessário realizar o exame da qualidade dos produtos em todas as compras, podendo-se, assim, ponderar outras formas mais modernas de comercialização, como o comércio pela internet ou o leilão virtual.

Segundo as informações obtidas pela pesquisa de campo com os produtores rurais das duas regiões e dos atacadistas da amostra, a norma proposta pela Ceagesp é factível para esses dois agentes da cadeia produtiva do pêssego. Entretanto, faltam incentivos do governo para os ajustes necessários nas propriedades, principalmente em relação à compra e à manutenção de equipamentos, bem como maior acesso à informação e à assistência técnica.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, W.; POMMER, C. V.; RIBEIRO, M. D.; VEIGA, R. F. A.; COSTA, A. A. Distribuição geográfica e diversidade varietal de frutíferas e nozes de clima temperado no Estado de São Paulo. *Revista Brasileira de Fruticultura*, Jaboticabal, v. 25, n. 2, 2003.

- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: 28 mar. 2008.
- CEAGESP. **Companhia de entreposto e armazéns gerais de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br/>>. Acesso em: 25 jun. 2006.
- FARINA, E. M. M. Q. Padronização em sistemas agroindustriais. In: ZYLBERSZTAJN, D.; SCARE, R. F. (Coords.). **Gestão da qualidade no agribusiness**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 18-29.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. Disponível em: <<http://www.fao.org/>>. Acesso em: 5 fev. 2007.
- GIOVANNUCCI, D.; REARDON, T. Understanding grades and standards and how to apply them. In: _____. **A guide to developing agricultural ,markets and agro-enterprises**. Michigan: Michigan State University, 2001.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 10 nov. 2007.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA. Disponível em: <<http://www.ibraf.org.br/>>. Acesso em: 16 fev. 2005.
- INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/>>. Acesso em: 5 fev. 2007.
- MACHADO, E. L. **O papel da reputação na coordenação vertical na cadeia produtiva de frutas, legumes e verduras frescos**. 2002. 182 f. Tese (Doutorado em Economia) –Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- MACHADO, E. L. Standardization, credibility, and reputation. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ECONOMIA E GESTÃO DE REDES AGROALIMENTARES, 4., 2003, Ribeirão Preto. **Paper for Presentation...** Ribeirão Preto, 2003.
- MARTINELLI, O.; CAMARGO, J. M. Cadeias produtivas globais: as atividades de produção e comercialização. In: FURTADO, J. (Coord.). **Globalização das cadeias produtivas do Brasil**. São Carlos: EDUFSCar, 2003. p. 147-191.
- MARTINEZ, M. A.; BAÑADOS, F. Impact of EU organic product certification legislation on Chile organic exports. **Food Policy**, v. 29, p. 1-14, 2004.
- REARDON, T. et al. Global change in agrifood grades and standards: agribusiness strategic responses in developing countries. **International Food and Agribusiness Management Review**, v. 2, n. 3/4, p. 421-435, 2001.
- REARDON, T.; FARINA, E. M. M. Q. The rise of private food quality and safety standards: illustrations from Brazil. **International Food and Agribusiness Management Review**, v. 4, p. 413-421, 2002.
- REARDON, T.; TIMMER, P.; BERDEGUE, J. The rapid rise of supermarkets in developing countries: induced organizational, institutional, and technological change in agrifood systems. In: MEETINGS OF THE INTERNATIONAL SOCIETY FOR NEW INSTITUTIONAL ECONOMICS, 2004, Tucson. **Paper for Presentation...** Tucson, 2004.
- SANSAVINI, S. La rintracciabilità delle produzioni ortofrutticole. **Rivista di Frutticoltura**, Bologna, n. 1, p. 5-7, 2002.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 205 p.

APÊNDICE 1 – QUESTÕES DIRIGIDAS AO PRODUTOR RURAL

DADOS GERAIS

1. Caracterização da propriedade rural:

- Nome da propriedade:
- Nome do entrevistado e cargo:
- Telefone e e-mail:
- Município:
- Tamanho da propriedade (em hectares):
- Principais atividades produtivas (% de cada uma):
- Número de funcionários:
- Há quanto tempo trabalha com frutas:
- Infra-estrutura (energia, água, classificadora, câmara fria, *packing house*, etc):

2. Características da cultura de pêssego:

- Início da plantação:
- Área e número de plantas:
- Idade do pomar:
- Produção (kg/safra):
- Embalagem utilizada (na propriedade e na comercialização):
 - Transporte (caminhão refrigerado, aberto ou fechado):
 - Manejo da cultura (tratamento fitossanitário, de pós-colheira, etc):
 - Realiza algum processamento na propriedade:
 - O que motivou a trabalhar com pêssego:

RELAÇÕES DE MERCADO

1. Para obter melhor cotação ou vender mais facilmente a fruta, que medidas poderiam ser tomadas?

2. Quem são os principais compradores de suas frutas? Indique a porcentagem de cada um.

| Comprador | % |
|-------------------------------|---|
| CEASA/CEAGESP | |
| Distribuidor (intermediários) | |
| Supermercado ou hipermercado | |
| Feirante | |
| Mercearia | |
| Outros. Qual? | |

3. Cite as principais exigências de seus clientes?

() Regularidade de entrega () Preço

() Pontualidade da entrega () Variedade da fruta

() Qualidade () Frutas classificadas

() Quantidade () Outros. Quais?

4. Cite as principais características das frutas exigidas pelo cliente?

() Tamanho () Grau de maturação

() Coloração () Ausência de defeitos

() Textura () Orgânico

() Limpeza () Outros. Quais?

5. Cite as principais dificuldades na comercialização de seus produtos?

() Dificuldade na negociação do preço

() Falta de compradores

() Dificuldade de transporte

() Dificuldade para atender as exigências de seus clientes

() Falta de condições para o armazenamento

() Falta de máquinas classificadoras

() Falta de informações a respeito das normas de padronização

() Falta de mão-de-obra especializada

() Outros. Quais?

6. Quem são seus principais concorrentes na venda e pêssego?

PADRONIZAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO

1. Tem conhecimento da classificação de frutas proposta pela CEAGESP?

Sim Não

2. A empresa já utilizou o sistema de classificação proposta pela CEAGESP?

Sim e continua utilizando Sim, mas não utiliza mais Não

3. Se sim, quando, porque e para que produtos?

4. Se não, porque não utiliza mais?

5. Quais as vantagens e desvantagens da utilização destas normas de classificação?

6. As normas de classificação auxiliam na comercialização de suas frutas?

Sim Não Depende do comprador

7. De que forma ela auxilia?

8. A classificação agregou valor a sua fruta?

Sim Não

9. Se sim, que tipo de benefício foi obtido?

() Melhor preço () Venda pela internet

() Conquista de novos mercados () Melhor qualidade mercados

() Venda por leilão () Outros. Quais?

10. Qual o custo para a adoção e manutenção do sistema de classificação?

11. Para a realização da classificação é necessária mão-de-obra qualificada e/ou assistência técnica?

Sim Não

12. Se sim, comente de que forma elas influenciam na classificação?

13. Para realizar a classificação das frutas, é necessário um treinamento dos funcionários?

Sim Não

14. Se sim, comente a respeito de como é feito este treinamento, quem realiza e quais funcionários são treinados?

15. Como é realizada a classificação do pêssego? Comente as etapas, desde a colheita, até o transporte final das frutas.

TENDÊNCIAS

1. Pretende continuar na atividade de fruticultura e especificamente na produção de pêssego? Comente.

2. Qual a sua opinião sobre as perspectivas para o setor de frutas classificadas?

APÊNDICE 2 – QUESTÕES DIRIGIDAS AO ATACADISTA

DADOS GERAIS

1. Caracterização da empresa:

- Nome da empresa:

- Nome do proprietário:

- Localização:

- Porte (em vendas mensais e/ou anuais):

- Principais produtos comercializados (% de cada uma):

- Porcentagem da participação do pêssego:

- Número de funcionários:

- Infra-estrutura (energia elétrica, água, câmara fria, internet, *packing house*, etc):

- Telefone e e-mail:

- Nome do entrevistado e cargo:

RELAÇÕES DE MERCADO

1. Quais os principais problemas enfrentados com o abastecimento de pêssego?

2. Quais as principais regiões/município fornecedores de pêssego?

3. Quais os critérios para seleção dos potenciais fornecedores de pêssego? Enumere em ordem de importância.

4. Quem são os principais compradores de pêssego?

| Comprador | % | Feirante | % |
|--------------------------------|---|------------------|---|
| Próprio atacadistas da CEAGESP | | Mercearia | |
| Distribuidor (intermediários) | | Consumidor Final | |
| Supermercado ou Hipermercado | | Outros. Qual? | |

5. Quais os principais problemas para a obtenção de pêssego?

() Regularidade () Pontualidade de entrega (dia e horário)

() Qualidade () Falta de classificação

() Quantidade () Preço

() Embalagem () Outro. Qual?

6. Há diferenças na negociação com o fornecedor devido ao seu porte ou sua região de origem?

PADRONIZAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO

1. Tem conhecimento da classificação de frutas proposta pela CEAGESP?

Sim Não

2. Só comercializa pêssego classificado?

Sim Não

3. Se não, qual a porcentagem de produtos não classificados e porque não são classificados?

4. Se sim, desde quanto?

5. É feita a análise das frutas classificadas, no momento que elas chegam ao ponto de venda?

Sim Não

6. Se sim, como e por quem?

7. É pago um prêmio ou bônus ao produtor que classificada as frutas?

Sim Não

8. Se sim, quanto?

9. Existe devolução de frutas por estarem foram da norma de classificação?

Sim Não Algumas vezes

10. Se sim ou algumas vezes, quem arca com os custos e quando isso ocorre?

11. As normas de classificação auxiliam na comercialização de suas frutas?

Sim Não

12. Se sim, de que forma e se não porque?

13. A classificação agregou valor à fruta?

Sim Não

14. Se sim, que tipo de benefício foi obtido?

() Melhor preço () Venda pela internet

() Conquista de novos mercados () Melhor qualidade das frutas

() Venda pelo telefone () Outros. Quais?

TENDÊNCIAS

1. Quais as principais mudanças na política do governo que poderiam trazer melhorias a qualidade e comercialização de frutas?

2. Qual a sua opinião sobre as perspectivas para o setor de frutas classificadas?