Modernização necessária

O suprimento de hortifrutigranjeiros passa pela modernização de seus canais tradicionais

José Honório Accarini
Marcos Aurélio Mazocato
Otávio Gondim Pereira da Costa
Rita de Fátima Alves Luengo

O canal de comercialização de hortifrutigranjeiros, tradicionalmente integrado por produtores, atacadistas e varejistas, vem passando por alterações em sua composição, ora pela conexão direta de grandes varejistas com produtores, ora pelo crescimento do elo atacadista, com capacidade de dominar boa parcela do mercado, eliminar concorrentes e prestar serviços especializados como as Ceasas.

Fontes e estimativas

A participação relativa de cada integrante do canal de comercialização de hortifrutigranjeiros no Brasil foi aferida de dados dispersos em diversas fontes e estimativas (tabela 1).

A participação dos supermercados foi estimada em cerca de 10% do consumo *in natura* – correspondente à disponibilidade interna menos exportações e menos utilização de frutas e legumes por agroindústrias.

A participação das agroindústrias predomina no contexto global, com percentual médio de 50,83. A importância das Ceasas na comercialização de frutas é modesta, passando por esses entrepostos 16,75% da disponibilidade interna. No caso de legumes e verduras, sua importância cresce para 27,84%. Os demais elos apresentam participação importante no escoamento de frutas (28,42%) e menor no de legumes e verduras (10,07%), mas superam os supermercados em ambos os casos e as Ceasas nas frutas.

Elos da comercialização

Para examinar a participação relativa dos diferentes elos do canal de comercialização, o melhor é retirar do consumo aparente a utilização de produtos pelas agroindústrias, que usualmente constituem o canal de comercialização específico e direto produtor-agroindústria.

Esses dados estão contidos na tabela 2 e ilustrados nos gráficos 1 e 2. Pode-se constatar que os demais elos do canal de comercialização predominam nas frutas, o mesmo ocorrendo com as Ceasas nos legumes e verduras. Em ambos os casos os supermercados apresentam participação média de 14,63%.

Os percentuais contidos nos gráficos são estimativas em nível de Brasil. Segundo estudos elaborados pela Embrapa Hortaliças, existem significativas diferenças regionais. Na Região Metropolitana de São Paulo as feiras livres detêm maior importância na distribuição de produtos hortícolas, embora se tenha reduzido seu papel abastecedor. Já nas capitais dos estados da região Sul predominam os supermercados e, na Região Metropolitana de Belo Horizonte, os sacolões.

Ameaça às Ceasas

Se as Ceasas não se modernizarem tenderão a perder importância no processo de comercialização e até mesmo a desaparecer – avisa o ensaio da edição de junho de AGROANALYSIS. Alguns estudiosos do assunto apontam essa tendência como irrelevante ou mesmo desejável, ante as ações abusivas e predatórias praticadas nas últimas décadas, prejudicando produtores, varejistas e consumidores.

Alguns desses estudos reforçam a previsão:

- decresceu 15% da movimentação física na Ceasa de São Paulo entre 1991/92 e 1998, o equivalente a 400 mil toneladas (US$240 milhões anuais);
- assiste-se à organização de centrais próprias de compra de hortifrutigranjeiros por super e hipermercados por meio de contratos de produção, ainda que meramente verbais, permitindo-lhes praticar formação autônoma de preços;
- no Brasil, os hortifrutigranjeiros já respondem por aproximadamente 12% do faturamento das grandes redes supermercadistas e por cerca de 8,5% dos hipermercados, algo em torno de US$6 bilhões anuais;
- avalia-se que o setor de supermercados distribui atualmente em São Paulo cerca de 30% dos hortigranjeiros;
- nos países desenvolvidos, o segmento de auto-serviço responde por aproximadamente 70% do abastecimento de hortifrutigranjeiros e no Brasil essa percentagem é de apenas 25%, o que mostra o potencial de crescimento dos supermercados;
- os supermercados com até quatro caixas registradoras, que representam 70% do setor, ainda não organizaram a seção de frutas, verduras e legumes, que, sendo estratégica para atrair clientes, deverá ser rapidamente implantada, aumentando ainda mais a participação desses estabelecimentos na distribuição de tais produtos.









Dados metodológicos

Sobre uma cesta de 25 produtos hortifrutigranjeiros representativos de aproximadamente 65% das quantidades comercializadas em 1996 (produção total menos processamento agroindustrial), foram construídos os gráficos 3 e 4, usando-se os dados disponíveis e a memória de cálculo contida na tabela 4 com a seguinte metodologia: acrescentaram-se às margens do atacado relativas a 1996 os pontos percentuais apurados em setembro de 1999 entre o preço médio dos supermercados e o da Ceasa-DF, tendo em vista que as margens do atacado e dos supermercados se referem a diferentes anos.

Embora a metodologia empregada não seja tecnicamente a melhor por falta de dados, o gráfico 3 indica as margens de comercialização do atacado e dos supermercados, podendo-se constatar que ambas são elevadas. O produtor recebe cerca de 50% do preço de venda do atacadista e aproximadamente 25% do preço cobrado pelos supermercados.

Vantagens e força dos supermercados

Os hortifrutigranjeiros estão cada vez mais presentes nos supermercados, que geralmente utilizam esses produtos em campanhas promocionais como chamariz para atrair clientes. Sendo produtos altamente perecíveis, concorrem para aumentar a freqüência das idas ao supermercado, o que sempre leva ao consumo de outros itens e aumenta as vendas dos lojistas.

A crescente participação do capital estrangeiro no segmento de supermercados, que passou de 9,9% em 1992 para 20,1% em 1998, é outro fator de crescimento da participação desse elo de comercialização, que tende a modernizar-se com o uso de tecnologias e conhecimentos das lojas matrizes, como o uso de códigos de barra para identificar produtos, preço, validade, procedência, controle de estoque e assim por diante, aumentando a segurança do comerciante e do consumidor.

Tal prática torna o produto inteiramente rastreável, como ocorre com os oriundos da agroindústria e em mercados mais organizados de outros países. A rastreabilidade permite ao consumidor identificar endereço e telefone do produtor, formas de preparo e conservação, prazo de validade, qualidades nutricionais, formas de cultivo e outras informações úteis.

Exemplos de modernização

O processo de estabilização econômica e a conseqüente redução das margens de lucro antes proporcionadas pelas elevadas taxas inflacionárias, a tendência do consumidor a tornar-se mais exigente (amparado inclusive pelo Código de Defesa do Consumidor) e as efetivas potencialidades do Brasil para tornar-se mais participativo no mercado internacional de frutas, legumes e verduras – o que requer reestruturação de toda a cadeia produtiva, desde a produção até a comercialização – contribuem para a modernização das centrais de abastecimento, condição de sua sobrevivência.

Em algumas centrais já se manifestam – e em outras se concretizam – medidas nesse sentido, como ocorre com a Ceasa de Campinas, considerada referência nacional na comunidade de entrepostos atacadistas. Esse entreposto, vinculado à prefeitura municipal, não acarreta ônus à municipalidade, na medida em que empreende seus projetos explorando ao máximo parcerias com a iniciativa privada.

A Ceasa de Campinas, ao contrário da de São Paulo, vem comercializando quantidades crescentes de hortifrutigranjeiros, planeja expandir em 30% suas instalações, e implantou mercado permanente de flores que, ao atrair vendedores e compradores, proporcionou aumento de 186% no número de floricultores. Adicionalmente, conta com vasta rede auxiliar de comércio de produtos complementares e serviços de apoio, como atendimen-

to médico e odontológico, agências bancárias, posto policial, oficinas mecânicas, restaurantes e posto de combustível 24 horas.

Ademais, lá se desenvolvem estudos para viabilizar a implantação de sistema eletrônico de comercialização baseado no intercâmbio de compradores e vendedores via Internet, o que permitirá a exposição de lotes de produtos, realização de lances e negociação em tempo real. Isso evidencia que a modernização desses entrepostos no Brasil não é apenas necessária como plenamente viável em termos econômicos – e também sociais.

Aperfeiçoam-se as Ceasas

No campo social pratica-se o aproveitamento de excedentes não comercializados no mercado atacadista, atualmente distribuídos *in natura* para entidades beneficentes e famílias carentes, com a colaboração de empresas privadas e do Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital).

Apesar de ter experimentado decréscimo nos volumes transacionados ao longo dos últimos anos, a Ceasa de São Paulo também vem adotando medidas importantes para modernizar a comercialização: padronização de alface, banana, berinjela, caqui, goiaba, nectarina, pêssego, pimentão e tomate e transformação do entreposto de mero locador de espaço aos canais de distribuição em prestador de serviços nas áreas de padronização, capacitação e classificação, acompanhamento, fiscalização e controle fitossanitário.

As centrais de abastecimento podem e devem recuperar sua importância, porque é praticamente inviável, tanto técnica como economicamente, as redes de supermercados comprarem diretamente do produtor. Esse é capaz de responder de modo eficiente pela produção de aproximadamente cinco ou seis produtos, enquanto um supermercado razoavelmente sortido opera com cerca de uma centena de frutas, legumes e verduras, cujo suprimento exigiria grande quantidade de produtores transitando diariamente nas lojas – o que é desaconselhável em termos logísticos e da imagem do supermercado.

Resgate possível

Entretanto, para que essa recuperação

1. Brasil: comercialização de hortifrutigranjeiros – 1996

em t

	Frutas		*Legumes e verduras*	
	Participação % por canal no escoamento da disponibilidade interna		*Participação% por canal no escoamento da disponibilidade interna*	
1. Produção interna	30.276.047	98,29	17.823.895	94,42
2. (+) Importações	527.154	1,71	1.053.080	5,58
3. (=) Disponibilidade interna	30.803.201	100	18.876.975	100
4. (-) Exportações	199.683	0,65	44.241	0,23
5. (=) Consumo interno aparente	30.603.518	99,35	18.832.734	99,77
5.1 Ceasas	5.160.384	16,75	5.255.362	27,84
5.2 Supermercados	2.407.676	7,82	1.238.080	6,56
5.3 Agroindústrias de frutas	14.280.288	46,36		
.. Laranja (74%)	13.315.723		–	
.. Figo (75%)	240.000		–	
.. Abacaxi (35%)	177.063		–	
.. Jaca (65%)	137.020		–	
.. Maracujá (90%)	127.234		–	
.. Goiaba (40%)	104.000		–	
.. Pêssego (70%)	52.259		–	
.. Caju (95%)	39.909		–	
.. Acerola (100%)	32.990		–	
.. Açaí (70%)	32.194		–	
.. Cupuaçu (95%)	10.339		–	
.. Ameixa (26%)	4.669		–	
.. Amora (98%)	2.698		–	
.. Guaraná (100%)	2.163		–	
.. Graviola (97%)	922		–	
.. Sidra (100%)	525		–	
.. Tamarindo (88%)	377		–	
.. Marmelo (96%)	107		–	
.. Framboesa (100%)	98		–	
5.4 Agroindústrias de legumes			10.438.973	55,30
.. Mandioca (95%)	–		8.644.253	–
.. Tomate (65%)	–		1.061.081	–
.. Batata-inglesa (32%)	–		512.190	–
.. Milho verde (68%)	–		198.655	–
.. Palmito (86%)	–		11.758	–
.. Pimenta (50%)	–		4.585	–
.. Cogumelos (100%)	–		4.424	–
.. Pupunha (86%)	–		1.115	–
.. Ervilha (95%)	–		531	–
.. Alho (1%)	–		380	–
5.5 Demais elos do varejo *	8.755.170	28,42	1.900.320	10,07

* Quitandas, feiras livres, frutarias, empórios, ambulantes, sacolões, varejões etc. Obtidos por resíduo.

Fontes dos dados primários:

- percentuais entre parêntesis, relativos à produção processada pelas agroindústrias: estimativas da Conab (mandioca) e Embrapa (demais produtos);

- tabela 3 e anexos 4 e 5 publicados nesta Revista em dezembro de 1999; e

- Alice – exportações e Alice – importações efetivas. Secex/Dicex, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Brasília, 1999.

2. Brasil: comercialização de hortifrutigranjeiros exceto agroindústrias – 1996

	Frutas		*Legumes e verduras*	
Canais de comercialização	Toneladas	%	Toneladas	%
Ceasas	5.160.384	31,23	5.255.362	62,28
Supermercados	2.407.676	14,57	1.238.080	14,68
Outros canais	8.755.170	52,99	1.900.320	22,52
Exportação	199.683	1,21	44.241	0,52
Comercialização aparente = (A) + (B)	16.522.913	100	8.438.003	100
(A) Comercialização interna	15.995.759	98,29	7.384.923	88,88
(B) Importações	527.154	1,71	1.053.080	11,12

Fonte dos dados primários: tabela 1.

3. Brasil: comercialização de hortifrutigranjeiros via Ceasas – 1996

Frutas	*Toneladas*
Laranja	1.569.540
Banana	632.882
Melancia	376.737
Maçã	368.032
Mamão	292.890
Abacaxi	147.088
Melão	95.715
Uva (para mesa)	85.897
Pêra	62.599
Outras	1.529.004
Total frutas	5.160.384
Legumes e verduras	
Cebola	1.240.265
Tomate	888.559
Batata-inglesa	433.309
Cenoura	321.604
Pimentão	225.839
Chuchu	192.551
Abóbora	161.654
Pepino	108.240
Couve-flor	75.401
Alface	62.174
Alho	27.183
Couve	15.018
Outras	1.503.566
Total legumes e verduras	5.255.362
Total geral	10.415.746

Fonte dos dados primários: *Revista Hortifruti* – Guia de Mercado, Curitiba, 1998.

seja viável, as Ceasas terão que concorrer com supermercados de grandes redes. Eles estão montando – ou já o fizeram – centrais de abastecimento próprias, que enviam cargas específicas para cada loja.

Outra opção é terceirizar as compras de produtos hortifrutigranjeiros para atacadistas especializados que adquirem diretamente dos produtores ou mesmo das Ceasas que, conseguindo alcançar níveis de modernização condizentes com a atual realidade do mercado – inclusive através de privatização –, podem estancar o processo de esvaziamento que se esboça e passar a desempenhar papel de extrema relevância no processo de comercialização de frutas, legumes e verduras.

É recomendável a modernização das Ceasas. Se não houver cuidadosa orientação aos produtores – principalmente quanto aos preços de venda –, as compras diretas realizadas por supermercados podem prejudicá-los economicamente: 43,5% dos super e hipermercados não trabalham com quadro fixo de fornecedores, preferindo alterná-los segundo sua conveniência. Isso aumenta a incerteza do produtor, que fica à mercê de um monopsonista em vez de vender seus produtos nas Ceasas onde o grau de competição é maior.

Margens de comercialização

Do lado atacadista, poder-se-ia argumentar que o poder de oligopsônio que esse elo da cadeia de comercialização detém ante os produtores é explicativo. Na realidade, isso explica parte da margem de comercialização; mas é preciso levar em conta dois fatores atenuantes:

- a concepção das Ceasas reduz o poder do oligopsônio, ao colocar num mesmo local físico produtores e atacadistas;

- é prática crescente dos supermercados a devolução de hortifrutigranjeiros deteriorados aos que os vendem, os quais têm de fazer a reposição dos produtos. Isso transfere os custos do desperdício ao atacadista que, por sua vez, os repassa aos produtores.

A elevada margem de comercialização dos supermercados pode ser explicada pelos desperdícios e pelos custos normais de distribuição, acrescidos daqueles decorrentes do fato de os produtos chegarem das fontes de abastecimento sem os devidos cuidados em termos de conservação e embalagem.

Esse fato é confirmado por estudos realizados pela Embrapa Hortaliças em 1999 em supermercados de Brasília, nos quais foi constatado que em média 50,86% do total de cenoura, pimentão e tomate adquiridos já chegavam danificados mecânica ou fisiologicamente. Isso evidencia que melhorias no sistema de classificação, embalagem e transporte podem contribuir significativamente para reduzir desperdícios e margens de comercialização.

As agroindústrias predominam no escoamento global dos hortifrutis, com percentual médio de 50,83. A importância das Ceasas para as frutas é modesta: passam por elas 16,75% do consumo aparente. No caso de legumes e verduras, sua importância cresce para 27,84%.

Apropriação de renda

No gráfico 4 as margens foram ponderadas pelas quantidades comercializadas para consumo *in natura*, metodologia mais adequada para se conhecer a apropriação de renda pelos diferentes segmentos, aspecto mais relevante em termos econômicos.

Confrontados os resultados dos dois gráficos, cabem duas constatações principais:

4. Brasil: Hortifrutigranjeiros – Quantidades comercializadas, valor da produção e preços ao produtor, no atacado e no varejo

diversos períodos

Produtos	Comercialização 1996 Toneladas	Comercialização 1998 Toneladas	Valor da produção comercializada (R$ milhões) 1996 Produtor IBGE	1996 Ceasa-DF Atacado	1999 (est.) Ceasa-DF Atacado	1999 (est.) Super-mercados	R$/Kg 1996 Produtor IBGE	Set. 1996 Atacado Ceasa-DF	Set. 1999 (est.) Atacado Ceasa-DF	Set. 1999 (est.) Super-mercados
Abobrinha	68.834	95.704	18,48	28,39	18,61	96,66	0,27	0,41	0,19	1,01
Alface	311.888	433.635	152,35	196,49	185,84	611,43	0,49	0,63	0,43	1,41
Almeirão	10.382	14.435	6,61	11,21	10,83	43,02	0,64	1,08	0,75	2,98
Banana	5.125.670	9.246.210	613,43	4.746,37	5.238,88	8.229,13	0,12	0,93	0,57	0,89
Batata-inglesa*	1.224.405	1.818.976	225,71	538,74	527,50	691,21	0,18	0,44	0,29	0,38
Berinjela	39.548	54.986	10,43	14,63	38,95	68,73	0,26	0,37	0,71	1,25
Beterraba	144.758	201.265	37,27	88,30	88,36	199,25	0,26	0,61	0,44	0,99
Brócolis	36.307	50.480	22,50	64,63	51,49	118,12	0,62	1,78	1,02	2,34
Cará	15.557	21.630	5,13	10,73	3,02	23,58	0,33	0,69	0,14	1,09
Cebola	723.728	827.273	115,58	318,44	256,45	314,36	0,16	0,44	0,31	0,38
Cenoura	453.907	631.092	95,81	113,48	265,06	435,45	0,21	0,25	0,42	0,69
Chuchu	296.804	412.663	48,75	60,84	202,20	367,27	0,16	0,21	0,49	0,89
Couve	96.916	134.748	40,19	94,98	106,45	164,39	0,41	0,98	0,79	1,22
Couve-flor	139.135	193.447	39,08	96,00	132,36	539,72	0,28	0,69	0,68	2,79
Inhame	84.831	117.945	36,80	72,11	20,57	175,74	0,43	0,85	0,17	1,49
Laranja*	4.678.497	6.203.534	248,24	374,28	351,14	2.853,63	0,05	0,08	0,06	0,46
Maracujá*	14.137	17.307	8,41	13,57	20,59	37,90	0,60	0,96	1,19	2,19
Morango	37.598	46.027	41,79	100,39	122,74	208,96	1,11	2,67	2,67	4,54
Pepino	170.695	237.327	45,12	37,55	26,11	353,62	0,26	0,22	0,11	1,49
Pimentão	246.781	343.113	89,36	186,32	223,02	1.540,58	0,36	0,76	0,65	4,49
Quiabo	87.406	121.525	34,74	55,94	120,31	278,29	0,40	0,64	0,99	2,29
Rabanete	9.140	12.708	4,30	8,04	2,38	11,69	0,47	0,88	0,19	0,92
Repolho	501.110	696.721	94,15	165,37	61,12	452,87	0,19	0,33	0,09	0,65
Tomate*	652.973	1.101.868	163,21	398,31	231,39	1.487,52	0,25	0,61	0,21	1,35
Vagem	70.007	97.335	28,02	33,95	13,18	222,90	0,40	0,49	0,14	2,29
Totais	15.241.014	23.131.954	2.225,46	7.829,08	8.318,57	19.526,02	8,92	17,98	13,69	40,47

1999 (est.): estimativas

*Subtraídos da produção os percentuais de processamento agroindustrial contidos na tabela 1.

Fonte dos dados primários: anexos 4 e 5 do artigo publicado nesta Revista em dezembro de 1999 e pesquisa de campo realizada pelos autores.

- em termos absolutos ampliam-se as margens do atacado e dos supermercados, o que evidentemente onera o consumidor;

- a apropriação da renda se altera, uma vez que a margem do atacado amplia-se de 101,51 para 251,8 pontos percentuais, enquanto a dos supermercados diminui de 195,64 para 134,72 pontos percentuais.

Outra conclusão importante, decorrente das anteriores, é a de que desse ponto de vista o produtor recebe renda global de 28,43% da obtida pelos atacadistas e apenas 20,55% da auferida pelos supermercados. Isso constitui grave empecilho ao desenvolvimento do agronegócio apoiado nos hortifrutigranjeiros, porque desestimula o produtor a ampliar a oferta e reduz o consumo, elevando os preços do varejo.

Para eliminar esse ponto de estrangulamento ou pelo menos atenuá-lo, é preciso que os produtores agreguem valor aos produtos antes que saiam de suas propriedades. Isso depende da eficiência do sistema de padronização e classificação e do emprego de técnicas adequadas de colheita e embalagem (além do transporte), o que deve ser realizado por ações conjuntas entre governo e iniciativa privada.

José Honório Accarini *é coordenador geral de Agricultura e Recursos Hídricos no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;* Marcos Aurélio Mazocato *é gerente de projetos internacionais no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;* Otávio Gondim Pereira da Costa *é chefe de divisão na Coordenação-Geral de Agricultura e Recursos Hídricos, no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;* Rita de Fátima Alves Luengo *é pesquisadora em Pós-Colheita de Hortaliças, no Centro Nacional de Pesquisa de Hortaliças, na Embrapa.* *Os autores agradecem às seguintes pessoas pelo fornecimento de dados e informações utilizadas nesse artigo:* Milza Moreira Lana, *do Centro Nacional de Pesquisa de Hortaliças da Embrapa;* João Batista Marinelli *e* Jeová Pereira do Amaral, *da Ceasa-DF, e* Daniel M. A. Ramos, Fernando Sachetti *e* Celso Teixeira Cordeiro, *do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).*