HORTIFRÚTI

DESAFIOS PARA REDUZIR O DESPERDÍCIO

LUCIANA MARQUES VIEIRA
FGV-EAESP
GUSTAVO PORPINO DE ARAÚJO
Embrapa-DF
ÍCARO CÉLIO SANTOS DE CARVALHO
FGV-EAESP

O BRASIL venceu o desafio de se tornar um gigante na produção e na exportação de alimentos, graças à adoção de tecnologias agropecuárias e ao espírito empreendedor dos produtores rurais. A abundância, no entanto, também está acompanhada de elevadas perdas e desperdício. Além disso, quase um em cada quatro brasileiros ainda enfrenta algum nível de insegurança alimentar*.

Os produtores de hortifrúti fazem parte de um grupo heterogêneo e frágil comparado aos outros agentes da cadeia agroalimentar, tais como as indústrias ou as redes varejistas. A redução das perdas ou do desperdício na produção de hortifrutigranjeiros pode elevar a renda do produtor e mantê-lo na atividade rural, além da possibilidade de impactar positivamente o aumento do consumo. Apenas 40% dos brasileiros consomem frutas e hortaliças diariamente, sendo que os que consomem os 400 g diários recomendados pela Organização Mundial de Saúde (OMS) estão concentrados nas classes A e B.

A redução do desperdício traz uma série de benefícios sociais, como o aumento da renda de pequenos produtores, a diminuição da fome e o consequente avanço da segurança alimentar da sociedade. Para compreender como minimizar as perdas e o desperdício de alimentos na produção agrícola e maximizar benefícios sociais, uma pesquisa recente do Centro de Excelência em Logística e Supply Chain (FVGcelog), da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP), coletou dados em cooperativas/associações e entre produtores de alface, couve-flor e repolho em Mogi das Cruzes e Ibiúna, região conhecida como cinturão verde da cidade de São Paulo. Os resultados evidenciam as diferenças dos fatores que levam às perdas e ao desperdício entre os pequenos e os grandes produtores.

Os pequenos produtores produzem em uma área de, no máximo, 16 hectares e utilizam pouco maquinário. Embora os canais de comercialização sejam variados, incluindo as feiras locais e o fornecimento para programas governamentais, a dificuldade em levar os produtos até o mercado consumidor é apontada como a principal causa de perdas. As observações realizadas evidenciam, também, as perdas derivadas dos tratos pós-colheita, tais como manuseio, transporte e armazenamento inadequados, como fica evidente na declaração de um pequeno produtor de Ibiúna: "às vezes, não vale nem a pena colher, pois não tem quem compre; aí, deixamos na terra mesmo, e vira adubo".

Quando questionados sobre as perdas, os pequenos produtores as consideram um risco inerente à produção e, portanto, fora de controle. As perdas no plantio em função do uso de mudas de baixa qualidade ou baixo rendimento não são vistas como perdas. Os fatores climáticos são relatados pelos pequenos produtores como causas recorrentes de perdas, mas a análise dos dados aponta, principalmente, para a carência de competências organizacionais.

Já os grandes produtores focam em produtos de maior valor agregado, tais como hortaliças higienizadas e prontas para consumo, e abastecem,

principalmente, as grandes redes varejistas. Neste segmento de produtores, são encontradas as *packing houses*, nas quais os produtos são higienizados e embalados. As perdas ocorrem, majoritariamente, em função dos padrões estéticos exigidos pelos varejistas ou do próprio processo de higienização de adequação às embalagens, no qual é descartada parte das hortaliças e das folhosas. Nos grandes produtores, as principais fontes de perdas encontradas foram o clima, o transporte e o processo de embalagem.

Algumas iniciativas digitais buscam comercializar frutas "feias" por preço inferior ao varejo tradicional, tendo estas maior aceitação nas classes A e B. Outras iniciativas digitais exploram vertentes como a entrega domiciliar, o consumo de alimentos da estação, o consumo de produtos locais, entre outras.

O pequeno produtor carece de competências organizacionais, mas o sistema de cooperativismo facilita o acesso aos canais de distribuição (feiras, vendas diretas etc.). Este tipo de produtor ainda não está sensibilizado em relação às perdas com sazonalidade, manuseio e transporte e, portanto, não atribui a si as consequências inerentes às suas atividades. Capacitação sobre gestão da propriedade e comercialização pode ajudá-los a prevenir as perdas e colocar seus produtos junto a parceiros em canais que não demandem seu afastamento da unidade produtiva. Já os produtos descartados por outras questões que não sejam o seu valor nutricional podem ser direcionados aos Bancos de Alimentos, que utilizam produtos após o descarte pelo produtor ou pelo varejista.

Enquanto isso, o grande produtor pode fazer alianças para a venda dos produtos que seriam descartados por meio de aplicativos ou se inserir nas iniciativas que o varejo vem colocando em prática de vender hortifrutigranjeiros com aparência imperfeita/única em gôndolas com valor mais baixo.

O agronegócio brasileiro, que merecidamente orgulha-se de ser provedor de alimentos para o mundo, precisa aproveitar as oportunidades de engajar diferentes elos da cadeia agroalimentar no combate às perdas e ao desperdício de alimentos. A redução do desperdício é uma das metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ODS/ONU) e pode ser vantajosa para produtores, indústria de alimentos, varejistas e consumidores.

Para exemplificar as evidências observadas entre os pequenos e os grandes produtores, tem-se uma matriz sumarizando as principais motivações apontadas no campo para cada um dos perfis apresentados, bem como possíveis atividades e parcerias que podem reduzir as perdas e o desperdício de alimentos e colaborar para uma cadeia agroalimentar mais organizada. ■

*** Cf. Relatório de insegurança alimentar e nutricional (MDS, 2013). Disponível em: https://aplicacoes.mds.gov.br/sagi/RIv3/geral/index.php?file=entrada&relatorio=10377**

PRINCIPAIS MOTIVOS DE PERDAS E POSSÍVEIS SOLUÇÕES

	Pequeno porte	Grande porte
Principais motivos	• Clima; • Competências organizacionais; • Transporte; • Padrões estéticos e exigências do mercado.	• Padrões estéticos e exigências do mercado; • Processo de higienização; • Processo de embalagem; • Clima; • Transporte.
Possíveis soluções	• Diversificação da produção; • Planejamento; • Organização (cooperativas); • Iniciativas digitais.	• Bancos de Alimentos; • Iniciativas com o varejo para produtos "feios"; • Criação de novos mercados.

Fonte: elaboração pelos autores com base nas entrevistas