

Manuseio

Embalado na origem dir

Danos e perdas verificados em toda a cadeia de hortifrutícolas são causados, principalmente, por transporte inadequado, utilização de embalagens inapropriadas, excesso de manuseio, exposição dos alimentos a granel no varejo e falta de controle de temperatura e umidade no ambiente de armazenamento e exposição desses produtos.

Essa problemática já é bem conhecida, e muitos agentes já estão cientes de que mudanças são essenciais em todos os elos da cadeia de comercialização. As medidas não são simples.

É preciso, em primeiro lugar, conscientização do produtor ao consumidor, além de linhas de financiamento para máquinas classificadoras e embaladoras.

É nesse contexto que surge o conceito de Manuseio Mínimo. O propósito é que o produto seja exposto no varejo na mesma embalagem que lhe foi dada na origem. Com isso, seria reduzida a manipulação e, por conseqüência, perdas qualitativas e quantitativas dos hortifrutícolas. Em alguns países, como Estados Unidos, França e Espanha, programas de manuseio mínimo já se encontram em vigor.

Na Austrália, o programa que objetiva a redução das perdas e modernização da cadeia é conhecido como *One Touch*, ou, em português, "Um Toque". Esse sistema prega que a produção deve ser manuseada apenas uma vez – no local de origem. Após ser colhido, o hortifrutícola deve ser embalado e esta mesma embalagem deve ser utilizada para exposição do produto na gôndola do auto-serviço – supermer-



Foto: ABPO



O que é Manuseio Mínimo?

O Manuseio Mínimo visa a utilização da caixa do produtor (ou beneficiador) para a exposição do hortifrutícola no varejo. Essa caixa, além de atuar como um "mini-outdoor" do produtor, evita o manuseio e, conseqüentemente, ferimentos nas frutas e hortaliças. Esse conceito já é amplamente adotado em muitos países desenvolvidos. No Brasil, os órgãos que apóiam esse sistema são: Associação Brasileira de Papelão Ondulado (ABPO), Centro de Qualidade em Horticultura (CQH) da Ceagesp, Programa Brasileiro para a Modernização da Horticultura e PIF Brasil. A expectativa é que o Manuseio Mínimo torne-se mais significativo na cadeia de comercialização de frutas e hortaliças.

Após a colheita, o produto deve ser classificado e acomodado em embalagens. São nessas mesmas embalagens que o produto será disponibilizado ao consumidor final. Produtores e beneficiadores que adotam o sistema visam a agregar valor à sua produção. Vale lembrar que qualquer produto hortifrutícola pode ser manuseado minimamente. O produtor ou beneficiador local seriam responsáveis, portanto, por classificar as frutas e hortaliças e acomodá-las em caixas identificadas (rotuladas), as quais devem ser paletizáveis para facilitar o transporte. Essas mesmas caixas devem ser pequenas o suficiente para serem dispostas nas gôndolas dos supermercados, onde serão acessadas pelo consumidor.

Mínimo

eto ao consumidor!

cados, varejões, etc. A embalagem deve ter rótulo e *design* adequados. O desenho da embalagem deve levar em consideração a fragilidade do produto, a distância a ser percorrida entre o local de produção e de venda e o meio de transporte que será utilizado. O objetivo é que os hortifrutícolas cheguem ao consumidor com a qualidade mais próxima possível daquela logo após a colheita.

A implantação do *One Touch*, na Austrália, conta com o incentivo e colaboração, em conjunto, de empresas fornecedoras de embalagens, produtores, beneficiadores e supermercados.

A exemplo disso, no Brasil a viabilização desse tipo de conceito depende de parcerias, sobretudo entre o produtor, atacado e varejo.

No Brasil, há um programa de manuseio mínimo empreendido pelo Centro de Qualidade em Horticultura da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp) e pela Associação Brasileira de Papelão Ondulado (ABPO). O propósito é o mesmo: após a colheita, o produto é classificado e acomodado em embalagens. São nessas mesmas embalagens que o produto será disponibilizado ao consumidor final.

A maçã é um dos produtos mais avançados no processo de redução de perdas quando se trata de classificação, de embalagem, de transporte e da forma de comercialização. O setor já se organizou e a principal mudança que vem ocorrendo gradativamente é a conscientização em vários segmentos de que as medidas adotadas trazem agilidade e eficiência a toda cadeia, o que implica em redução de custos, mesmo que para isso seja necessário um investimento inicial. Conforme apurado pela **Hortifruti Brasil**, grandes empresas produtoras e beneficiadoras de maçã indicam que a maioria dos produtores já trabalha com embalagens paletizáveis, o transporte ocorre em caminhões com câmara fria e a comercialização final segue classificação padronizada.

A mudança ocorreu primeiramente como ne-

cessidade de melhoria da qualidade do processo e se deu através de conscientização e orientação de produtores e intermediários. Além disso, houve pressão dos clientes por selos de certificação e rastreabilidade da fruta. Esses requisitos foram passados e absorvidos por todos os elos da cadeia.

As exigências são maiores e mais definidas para frutas do que para hortaliças, sobretudo quando a produção é voltada para a exportação a países desenvolvidos, que exigem comprovação da qualidade através de protocolos de certificação. Dessa forma, nota-se maior preocupação com certificação entre, por exemplo, produtores de uvas, mangas, melões e outras frutas finas.

O manuseio mínimo, porém, não proporciona a obtenção de selo de certificação. Ainda que o conceito não seja muito conhecido pelos agentes das cadeias hortifrutícolas, já existem exemplos de sucesso de implantação de empresas do setor. Um deles vem de empresas de tomate que já buscam a mercadoria nas lavouras em caixas de papelão paletizáveis. Outro exemplo é o preparo de cenouras em embalagens especiais, prontas para o comércio.

Ao enfocar esse tema, esta *Matéria de Capa* procura discutir as vantagens e as barreiras que a cadeia deve enfrentar para implantar esse sistema. A **Hortifruti Brasil** apóia essas práticas e entende que estimulam a coordenação da cadeia de comercialização dos hortifrutis em prol da qualidade do produto.



Foto: Hortifruti Brasil



A RESPONSABILIDADE PELA REDUÇÃO DAS PERDAS É DE TODA A CADEIA

O manuseio mínimo só será bem-sucedido se todos os elos da cadeia assumirem suas responsabilidades de acondicionamento correto do produto

1 PRODUÇÃO

A qualidade é definida durante o plantio e manejo dos hortifrutis na lavoura. Após a colheita, a responsabilidade dos demais agentes é manter essa qualidade. Assim, cabe ao produtor utilizar as técnicas agrônômicas mais adequadas e, de preferência, adotar a Produção Integrada de hortifrutis para garantir a segurança do produto ao consumidor.



2 COLHEITA

Na roça, a caixa deve conter o suficiente em volume para não depreciar a qualidade do produto.



3 BENEFICIADOR

As casas de beneficiamento, as *packing houses*, próximos ao local de colheita contribuem para o sucesso do beneficiamento adequado do produto para os compradores. Em se tratando de manuseio mínimo, eles são os principais parceiros do produtor para o correto acondicionamento da fruta até o consumidor final.



4 LOGÍSTICA

O transporte deve ser, de preferência, a frio. Caminhões com lona podem depreciar o produto em trajetos longos, arruinando todos os esforços realizados até então.



5 ATACADO

É um elo importante entre o fornecedor de frutas e o varejo, principalmente para o comércio de pequena escala como varejões, feiras livres e supermercados. Assim, o sistema de manuseio mínimo é uma estratégia de agregação de serviço para o atacadista das Centrais de Abastecimento – que estão perdendo espaço para as grandes redes de supermercados

que já compram o produto embalado diretamente do produtor ou do beneficiador. Os atacadistas podem realizar parcerias para beneficiar o produto na origem e distribuí-lo já embalado para o varejo.



6 VAREJO

A Associação Brasileira de Papelão Ondulado, com o apoio técnico do Centro de Qualidade da Ceagesp, preparou um manual para os varejistas com base no manuseio mínimo (disponível em www.hortibrasil.org.br/fotonov/artigos/manuseio.pdf). A seguir, algumas dessas recomendações que visam garantir a qualidade dos hortifrutícolas:

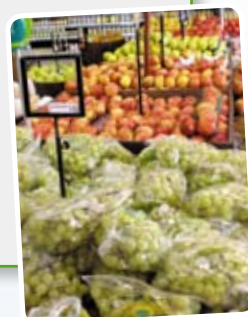
▶ O empilhamento do produto na gôndola deve ser proibido. O ideal é expor a caixa do produtor na gôndola e, de pre-

ferência, em lotes homogêneos de modo que o consumidor não necessite escolher a fruta. O intuito é evitar ao máximo o manuseio da fruta no varejo;

- ▶ Evitar os ferimentos para impedir o desenvolvimento de microorganismos;
- ▶ Controlar a umidade relativa do ar nas áreas de exposição e armazenamento;
- ▶ Os pedidos devem ser suficientes para atender à demanda imediata;
- ▶ Adotar os mesmos cuidados higiênicos nos hortifrutis mantidos nos setores de

padaria e de açougue, por exemplo;

- ▶ A mistura de produtos velhos e novos deve ser proibida;
- ▶ Exija do seu fornecedor a obediência às exigências legais que regulam as embalagens, a rotulagem e a classificação de frutas e hortaliças;
- ▶ Dê preferência ao produto produzido através das boas práticas de produção agrícola.



Não importa se é broca-pequena ou traça. Controlar lagartas ficou fácil com Belt.



BELT



Belt, no controle das lagartas.

Não perca tempo identificando lagartas. Belt é o inseticida que apresenta excelente desempenho contra lagartas de difícil controle e seletividade aos inimigos naturais. Além disso, Belt possui novo modo de ação e ingrediente ativo indicado para o Manejo Integrado de Pragas (MIP). Seja na cultura de tomate, algodão, soja ou milho, lagarta é lagarta e precisa ser controlada.

Belt. Controlar lagartas ficou fácil.

ATENÇÃO Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO. VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRÔNOMICO



Converse Bayer
0800 011 5560



Bayer CropScience
Se é Bayer, é bom.

SERÁ QUE O SETOR ESTÁ PRONTO?

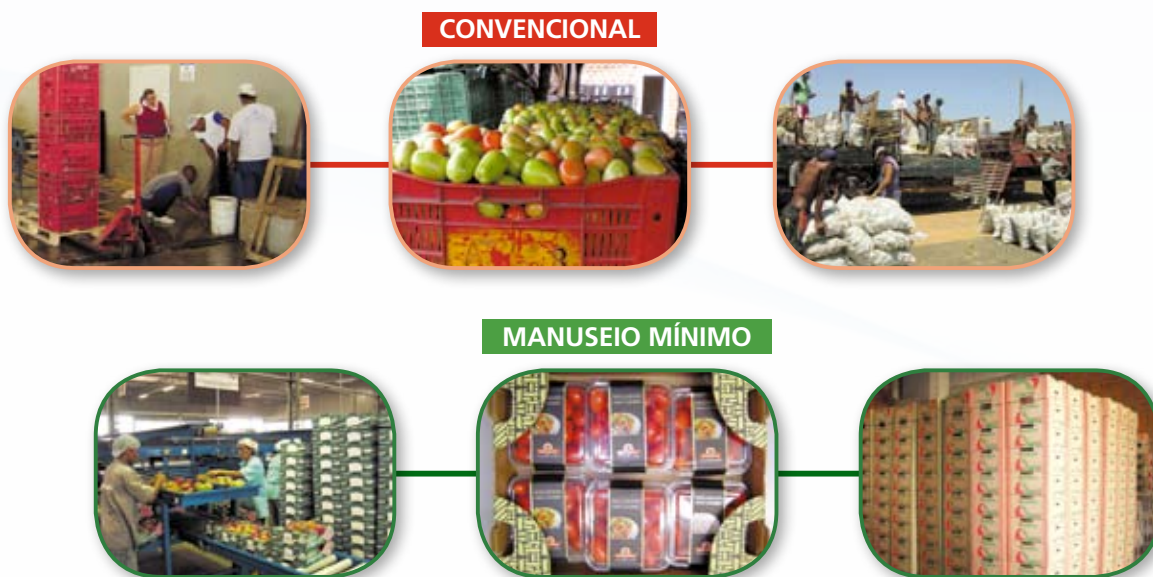


Foto: Tomates Mallmann

Apesar das inúmeras vantagens – comprovadas em outros países – em comercializar um produto na embalagem de origem, o Brasil ainda têm problemas básicos estruturais que dificultam uma mudança significativa em curto prazo. Quando se fala de frutas e hortaliças, é comum atribuir a essas cadeias características como tradicionalismo, pouca inovação e falta de confiança entre agentes dos diferentes elos.

Nas centrais de distribuição (ceasas), ainda se discute sobre padronização de embalagens e forma de venda de cada produto. Mudanças ocorrem de forma gradual e conforme exigência dos clientes. Falta coordenação central da cadeia para serem implementadas mudanças mais amplas. Não há uma política governamental federal para a melhoria da qualidade e, quando há regulamentação, não existe fiscalização adequada.

Dessa forma, o mercado hortifrutícola convive com diversas realidades, desde sistemas de venda muito simples, como o da banana, onde ainda se discute a unidade de comercialização (se por dúzia ou quilo), a outros bem organizados, como o da maçã no Sul do País. Esta cadeia apresenta um programa amplo de redução de perdas, melhora da qualidade do produto e padronização de embalagens.

Um exemplo simples e bem-sucedido de mudança de padronização é encontrado na ceasa de Campinas (SP), que iniciou uma campanha de redução na saca de batata de 50 para 25 kg. Segundo agentes do setor, a mudança foi bem recebida pela maioria dos permissionários, e atualmente os benefícios são visíveis. Mesmo alegando que o ajustamento das máquinas de beneficiamento demandou algum tempo para ocorrer de forma efetiva, os custos foram superados de-

vido à facilidade para o carregamento da embalagem mais leve, que garantiu agilidade e comodidade, ganhando a preferência dos funcionários e, principalmente, dos clientes.

Em entrevista à **Hortifruti Brasil**, o diretor da ceasa de Campinas, Márcio de Lima, cita como vantagens da redução das embalagens de batata:

- ▶ Possibilidade de emprego para pessoas com menor porte físico;
- ▶ Redução no arrasto das sacas, diminuindo danos no produto;
- ▶ Possibilidade de paletização;
- ▶ Melhoria da apresentação do produto;
- ▶ Favorece compras por parte de pequenos estabelecimentos;
- ▶ Em alguns supermercados, a venda pode ser feita diretamente na embalagem reduzida – manuseio mínimo;
- ▶ Para o comprador, a embalagem menor gera menos desperdício e garante produtos sempre frescos.

A verdade é que não adianta o produtor e o beneficiador se modernizarem, investirem em novas embalagens, capacitação da mão-de-obra e máquinas de classificação se o restante da cadeia não garantir que o produto chegue com qualidade ao consumidor e que esse processo proporcione recompensa financeira aos agentes do início da cadeia.

Atualmente, o que se vê é que produtores que dominaram os aspectos técnicos de produção e comercialização são os que investiram em logística e distribuição. Essa inovação possibilita atender clientes mais exigentes, o que muitas vezes implica também em processo de diferenciação de produto através da utilização de embalagens mais modernas ou selos de certificação, por exemplo.

“DE QUE ADIANTA EMBALAR E DEPOIS VIRAR GRANEL?”

Sabe-se que o granel, ainda muito praticado por varejistas, é reflexo da falta de cuidado com os produtos hortifrutícolas. De fato, o beneficiamento e embalagem do produto com base no manuseio mínimo não se justificam caso a exposição no varejo ocorra a granel: o “amontoamento” de hortifrutícolas na gôndola do supermercado colocaria em xeque todos os cuidados acumulados na cadeia.

Contudo, muitos varejistas não mudam porque há reais desafios para a adoção total de produtos embalados. As dificuldades em acabar com o granel estão relacionadas ao receio de que isso incorra em aumento de custos. É necessário, por exemplo, modernizar o estoque, que deverá contar com máquina de paletização. É essencial o investimento em capital humano, para garantir a devida reposição de hortifrutícolas nas gôndolas. Além disso, a própria gôndola, que muitas vezes é uma mesa com cavidade onde são despejados os produtos, precisa ser trocada por prateleiras que possibilitem o encaixe das embalagens que vêm da origem.

Há o receio, também, de resistência cultural. Apesar de, a cada dia, aumentar o grau de exigência de consumidores com relação à qualidade e praticidade dos produtos a serem adquiridos, ainda há aqueles acostumados com o granel, que valorizam a possibilidade de tocar e escolher cada fruta e hortaliça que vai comprar.

As lojas “Fresh & Easy” (Fresco e Fácil), da Tesco (rede com mais de 2 mil lojas em 13 países) ainda enfrentam problemas em conquistar consumidores hispânicos, os quais correspondem entre 30% e 40% da população do sul da Califórnia e do Arizona, nos Estados Unidos. Isso porque há lojas de varejo nessas regiões que mantêm a oferta a granel. Nas lojas da Tesco, ao contrário, quase 100% das frutas e hortaliças são disponibilizadas embaladas. Pesquisas mostraram, no entanto, que esses consumidores anseiam abundância de produtos e é em supermercados onde as frutas e hortaliças estão a granel que esses consumidores têm a impressão de fartura.

No Brasil, é fato que a cultura de boa parte dos consumidores ainda valoriza abundância de produ-

tos nas gôndolas, dispostos a granel. Além disso, há desconfiança de que produtos já embalados possam vir com uma qualidade inferior à daquele escolhido individualmente.

O desafio, então, inclui a mudança de mentalidade dos consumidores. Eles terão de ser informados de que a forma que melhor proporcionar manutenção da qualidade de frutas e hortaliças é aquela que envolve menor grau de manuseio. Por sua vez, agentes dos segmentos de produção e comercialização deverão se coordenar para oferecer um produto de alta qualidade e uniforme dentro das embalagens.

Quando há redução de perdas na cadeia produtiva, todos os elos são favorecidos. Ao consumidor final, o aumento da oferta pode trazer diminuição de preços. Para os produtores, menos perda pode

proporcionar elevação da margem – boa parte das perdas ao longo da cadeia são repassadas para o produtor via formação dos preços.



POR QUE OS GIGANTES JÁ ACATARAM OS PRODUTOS EMBALADOS?

Há anos o Carrefour e o Pão de Açúcar, as duas maiores redes de supermercados no Brasil, iniciaram a substituição das caixas de madeira pelas plásticas e de papelão, que são diretamente expostas nas lojas. Ambos estão procurando trabalhar com fornecedores fixos, dos quais exigem maiores cuidados com a qualidade e a limpeza.

Para profissionais responsáveis pelo setor de FLV (frutas, legumes e vegetais), o aumento da venda desses produtos em supermercados deve crescer na medida em que surgem novidades, como os embalados, minimamente processados e orgânicos. Além disso, algumas redes de supermercados

estão conscientes de que a venda de hortifrúticas gera receita significativa e de que a qualidade desses produtos é um dos critérios dos consumidores ao escolher a loja onde irão comprar alimentos.

Para garantir rentabilidade com a venda de FLV, muito mais do que comprar produtos de baixo custo, os supermercados têm investido em qualidade, serviços e bom atendimento ao consumidor. Isso depende de um profissional devidamente qualificado para responder pelo setor de hortifruti no supermercado.

Há empresas que optam por administração independente do setor de FLV do supermercado, de modo que o supermercadista terceiriza esse setor através do estabelecimento de uma parceria e não se responsabiliza mais pelas atividades que se referem a frutas e hortaliças. Muitas das empresas que prestam esse serviço a supermercados são, também, atacadistas de ceasas.



Foto: ABPO



Foto: ABPO

A MUDANÇA DEVE INCLUIR O VAREJO!

É visível que os consumidores estão comprando, cada vez mais, frutas e hortaliças em supermercados. De acordo com o Ranking Abras, da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), em 2006 o segmento de hortifruti representou 6,3% do faturamento das 500 maiores empresas do setor supermercadista – após 2006 não foram realizados levantamentos específicos para hortifrúticas, mas se estima que esse percentual seja, atualmente, ainda maior.

Diante do importante papel desses produtos, desde a década de 90, as redes de supermercados buscam otimizar a logística de frutas e hortaliças. Entre as novas medidas estão: seleção de fornecedores, compras diretamente na origem, instalação de centros de distribuição, investimento em produção própria e terceirização de serviços.

Dada a evidente importância do varejo, este elo também tem papel ativo nas questões que envolvem a modernização de toda a cadeia. Cabe ao varejo valorizar produtos que receberam bons tratamentos produtivos e pós-colheita, devendo manter os cuidados, também na exposição do produto ao consumidor.

SÃO MUITAS AS VANTAGENS DO MANUSEIO MÍNIMO

A adoção de embalagens de origem nos supermercados permite a rastreabilidade do produto. Com isso, é possível identificar e efetuar registros sobre o caminho percorrido pelos produtos desde a origem até o local de venda final. Esse rastreamento garante segurança alimentar e possibilita a identificação de surtos e realização de *recall*, que é o recolhimento do produto por parte do fornecedor caso venha a ser identificados riscos aos consumidores.

Os produtos *in natura* continuam respirando após a colheita e um dos principais fatores de controle é o acondicionamento em embalagens adequadas. Com relação à manutenção da qualidade do produto, além de proteção mecânica, a embalagem visa retardar todas as alterações indesejáveis decorrentes de processos fisiológicos. Mas são os efeitos mecânicos os principais causadores de danos que comprometem a qualidade final dos hortifrutícolas. A adoção de uma mesma embalagem, da origem ao consumidor, garante redução do manuseio, de impactos e de compressão que causariam ferimentos e/ou amassamentos do produto.

Em muitos supermercados e varejões, os caixas são os responsáveis pela identificação, pesagem e precificação dos produtos hortifrutícolas. Diante dessa dinâmica, muitos varejistas optam pela redução do mix de hortifrutícolas e passam a oferecer apenas uma variedade de cada FLV de fácil identificação. Por exemplo: trabalham apenas com a manga *tommy atkins* para evitar que a variedade *palmer* seja vendida pelo preço da outra, que é menor. O mesmo pode ocorrer para outras frutas e hortaliças, como abacaxi e tomate. Da mesma forma, o oferecimento de frutas exóticas é dificultado. Para superar o problema de identificação dos produtos no ponto de venda, uma solução é utilizar produtos embalados e/ou etiquetados, os quais serão facilmente precificados na caixa registradora.

Para o fornecedor, essa tendência é uma oportunidade de agregar valor ao produto, através do beneficiamento e embalagem o que permite a consolidação do fornecedor no mercado. Hoje em dia, o oferecimento de produtos diferenciados é uma das principais formas de conquistar novos clientes.

Com relação ao aumento de custos, principal receio de todos os agentes da cadeia, produtores que já realizaram o processo de manuseio mínimo comprovam que o investimento inicial vale a pena. Os custos são absorvidos rapidamente pela redução de perdas, pelo ganho de agilidade no processo e pela aceitação do produto no mercado. Resumidamente, a aplicação de práticas de conservação da qualidade após a colheita, realizadas com o manuseio mínimo garante ganhos de eficiência no setor, que representam benefícios a todos que fazem parte da cadeia. ■



Nunhems.

Inovação do campo à mesa.



Através da pesquisa, a Nunhems, companhia de sementes de hortaliças da Bayer CropScience, oferece ao produtor variedades desenvolvidas para suas condições de cultivo, além de visar as necessidades do mercado como um todo. No seu portfólio de produtos, encontram-se variedades de expressão, como o tomate PIZZADORO, os melões da linha MAGENTA, a melancia JENNY, a cenoura do tipo "baby", entre outros.

Entre em contato com a nossa equipe e ponha mais valor no que você produz.

the global specialist

Nunhems | Fone:(19) 3733.9500
Fax:(19) 3733.9505 | brasil@nunhems.com