

ATACADISTAS NO MERCADO PAULISTANO DA CEAGESP EM 2011¹

Anita de Souza Dias Gutierrez²
Sabrina Leite de Oliveira³
Daiane Mitiko Hirata⁴

1 - INTRODUÇÃO

As centrais atacadistas, conhecidas como CEASAs, são estruturas de recebimento e distribuição, criadas para garantir o escoamento da produção e o abastecimento da população urbana.

Um entreposto é um armazém em que são guardados e vendidos produtos agrícolas (CEAGESP, 2011b). O Entreposto Terminal de São Paulo (ETSP), a CEASA paulistana, é da Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP), o local de comercialização de 12% da produção nacional de frutas e hortaliças frescas, e que é considerado um dos maiores centros de comercialização atacadista do mundo (CEAGESP, 2011c). Nos últimos três anos, horticultores de 2.500 dos 5.560 municípios brasileiros, 25 dos 27 Estados brasileiros e 12 países enviaram produtos para serem comercializados na CEAGESP. O entreposto concentra 38% das frutas e 30% das hortaliças comercializadas nas principais CEASAs brasileiras (CONAB, 2011).

O atacado, segundo Araújo (2005), é o conjunto de grandes empresas cuja função é comprar produtos em todos os níveis anteriores da cadeia produtiva, repassando-os para os níveis seguintes. Assume, assim, a responsabilidade de compra, venda e distribuição dos bens. Eventualmente pode atingir diretamente o consumidor. A área total da CEAGESP é de 700.000 m², e a comercialização se dá nos pavilhões, que são divididos em “módulos”. Os módulos são de responsabilidade dos permissionários que rece-

bem um termo de permissão remunerada de uso para comercializar em espaços delimitados no entreposto da capital e nas unidades do interior (CEAGESP, 2011a). Assim, o atacadista da CEAGESP é um permissionário.

O levantamento da percepção do atacadista sobre o seu negócio é o caminho mais curto e eficiente para compreender o funcionamento do mercado e traçar estratégias de melhoria do entreposto paulistano.

2 - MATERIAL E MÉTODOS

Este trabalho foi desenvolvido no Entreposto Terminal de São Paulo (ETSP) da CEAGESP, entre os meses de janeiro a março de 2011.

Foram escolhidos os maiores permissionários de cada pavilhão, dentro do universo dos 1.080 atacadistas de frutas e hortaliças. Não foram entrevistados os atacadistas do pavilhão Mercado Livre do Produtor (MLP), que congrega 228 atacadistas. A definição dos entrevistados utilizou as informações de volume de entrada por permissionário do Sistema de Informação e Estatísticas de Mercado da CEAGESP (SIEM-CEAGESP). Os 300 atacadistas entrevistados representam 27,8% do número de atacadistas e 80% do volume comercializado. O método de obtenção de informação utilizada seguiu recomendações de Mattar (2005).

Cada atacadista foi entrevistado separadamente. As perguntas foram abertas, permitindo maior liberdade e informalidade ao respondente. Os atacadistas forneceram informações referentes aos principais compradores e locais de destino das mercadorias vendidas, o sistema de vendas, a utilização de caixas retornáveis, o horário de desenvolvimento das atividades e as principais reclamações sobre o entreposto. Os dados coletados foram submetidos à análise estatística descritiva, tabelas de frequência absoluta e percentual, e uso de gráficos.

¹Registrado no CCTC, IE-85/2011.

²Engenheira Agrônoma, Doutora, Coordenadora da Seção do Centro de Qualidade em Horticultura SECQH/CEAGESP (e-mail: adias@ceagesp.gov.br).

³Engenheira Agrônoma, Mestre, Pesquisadora da Seção do Centro de Qualidade em Horticultura SECQH/CEAGESP (e-mail: sloliveira@ceagesp.gov.br).

⁴Engenheira Agrônoma, Seção do Centro de Qualidade em Horticultura SECQH/CEAGESP (e-mail: daianemitiko@gmail.com).

3 - RESULTADOS E DISCUSSÕES

O conhecimento da percepção dos diferentes agentes de comercialização no atacado ajuda a compreender melhor a formação de preços e o mercado atacadista de São Paulo e do Brasil (ALMEIDA; ALVES, 2006). Neste estudo, os compradores dos atacadistas foram divididos em: varejo tradicional, varejo de rua, atacadista, distribuidor, serviço de alimentação, consumidor e outros. O varejo tradicional é composto por lojas especializadas em frutas e hortaliças (varejões, sacolões, quitandas e frutarias) e supermercados, enquanto o varejo de rua por ambulantes e feirantes. O setor de alimentação abrange bares, casas de suco, hotéis, restaurantes, refeições coletivas e navios. O maior volume de vendas está no mercado varejista: varejo tradicional e varejo de rua (Tabela 1).

TABELA 1 - Participação de Cada Equipamento de Compra na Venda do Atacadista, ETSP, Janeiro a Março de 2011

Equipamento de compra	%
Varejo tradicional	41,2
Varejo de rua	22,8
Atacado	17,2
Distribuição	10,9
Alimentação	6,8
Outros	1,0
Consumo	0,1

Fonte: Dados da pesquisa.

As lojas especializadas respondem por 58% das vendas ao varejo tradicional. Os feirantes respondem por 74% do varejo de rua.

Foram considerados como atacadistas especializados aqueles que destinam mais de 50% do seu produto a um determinado segmento comprador. A maioria dos atacadistas (61,3%) é especializada, principalmente em varejo tradicional (Tabela 2).

Grande parte das vendas para o mercado atacadista (58%) acontece dentro do próprio entreposto paulistano.

O principal destino das mercadorias comercializadas na CEAGESP é a região metropolitana de São Paulo (Tabela 3), fato também registrado por Romero (2006) em entrevista realizada na CEAGESP em 2004.

TABELA 2 - Especialização dos Atacadistas do ETSP, por Comprador, Janeiro a Março de 2011

Equipamento	% (acima de 50% das vendas)
Varejo tradicional	60,3
Atacadista	16,3
Varejo de rua	11,4
Alimentação	6,5
Distribuidor	3,8
Armazenamento	1,1
Outros	0,5

Fonte: Dados da pesquisa.

TABELA 3 - Participação de Cada Destino no Volume Comercializado no ETSP, Janeiro a Março de 2011

Destino	%
RMSP ¹	56,1
Outros Estados	22,4
Interior paulista	20,9
Outros países	0,6

¹Região metropolitana de São Paulo

Fonte: Dados da pesquisa.

Na região metropolitana de São Paulo, os maiores segmentos compradores são o varejo tradicional (41%) e o varejo de rua (23%).

A maior parte das negociações (63%) é realizada via rádio, telefone, e-mail e por encomenda, sem a presença física do comprador (Tabela 4).

TABELA 4 - Participação dos Diferentes Sistemas de Comunicação no Volume de Vendas, ETSP, Janeiro a Março de 2011

Sistema de venda	%
Pessoalmente	36,4
Rádio	36,2
Telefone	16,2
E-mail	5,6
Outros	5,4

Fonte: Dados da pesquisa.

Os atacadistas entrevistados alocados na CEAGESP, além de serem responsáveis pela comercialização de frutas e hortaliças, desempenham também outras atividades dentro do agrogócio. Dos atacadistas entrevistados, 22% realizam a classificação dos produtos recebidos, 21% embalam o produto e 19% são responsáveis

pela distribuição das mercadorias.

As embalagens utilizadas pelos atacadistas da CEAGESP para o acondicionamento de frutas e hortaliças são as caixas de madeira, de papelão e de plástico. Na CEASA, a maioria das embalagens utilizadas é retornável ou reutilizável e não sofre nenhum processo de desinfecção, além de ser fonte de danos ao produto e agente de disseminação de problemas fitossanitários e sanitários (JULIOTI, 2010).

As caixas retornáveis são utilizadas por 70% dos atacadistas; a maioria deles (42%) trabalha com os dois tipos de caixa retornável - plástica e madeira (Tabela 5).

TABELA 5 - Utilização de Caixas de Madeira e de Plástico Retornáveis pelos Atacadistas, ETSP, Janeiro a Março de 2011

Opção	%
Dois tipos de caixas	42,3
Somente caixas de madeira	22,3
Somente caixas de plástico	5,7
Não usam caixas retornáveis	29,7

Fonte: Dados da pesquisa.

Infraestrutura e sujeira são as maiores causas de reclamações sobre o funcionamento da CEAGESP, listadas por 60% dos atacadistas entrevistados (Tabela 6).

Segundo levantamento realizado pela CONAB (2009), os principais entraves operacionais do entreposto são as embalagens, seguido por infraestrutura e necessidade de expansão.

TABELA 6 - Reclamações mais Frequentes dos Atacadistas Entrevistados, ETSP, Janeiro a Março de 2011

Reclamação	%
Infraestrutura	38,1
Sujeira	22,8
Falta de segurança	13,3
Falta de organização	8,4
Fiscalização	5,5
Administração	4,5
Taxas	4,1
Horário de funcionamento	3,0
Aperto na legislação	0,3

Fonte: Dados da pesquisa.

A falta de energia elétrica, manutenção e conservação, vagas de estacionamento e de locais para descarga, sanitários, ambulatórios, pavimentação, ocorrência de enchentes, vazamentos, sucateamento das instalações e a telefonia precária são reclamações englobadas no item infraestrutura.

Foram perguntados a cada atacadista os horários de concentração (80%) das suas operações de recebimento do produto, de negociação com o comprador e de entrega da mercadoria para o comprador. A figura 1 ilustra a porcentagem acumulada do volume de cada operação (eixo vertical), em cada hora (eixo horizontal) ao longo do dia. Verificou-se que até às 13h, 87% de toda a mercadoria já foi recebida, 59% das negociações foi realizada e apenas 17% da mercadoria foi retirada. Até às 19h mais de 90% de todas as atividades já foram realizadas.

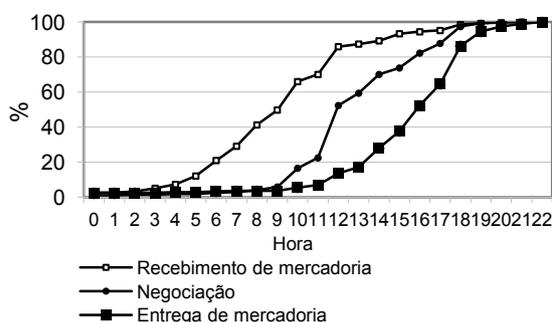


Figura 1 - Distribuição das Operações de Recebimento do Produto, Negociação com o Comprador e Saída da Mercadoria ao Longo do Dia, ETSP, Janeiro a Março de 2011.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dias da semana de maior movimentação na CEAGESP são a sexta-feira e a segunda-feira (Figura 2).

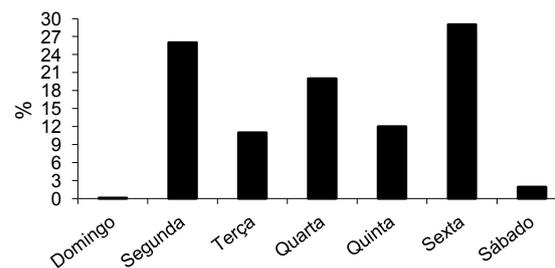


Figura 2 - Porcentagem da Participação de Cada Dia da Semana na Comercialização da CEAGESP, ETSP, Janeiro a Março de 2011.

Fonte: Dados da pesquisa.

O estoque foi calculado pela diferença percentual entre o volume de entrada e o de saída, hora a hora. O maior estoque acontece entre 12h e 13h, quando praticamente toda a mercadoria foi recebida pelo atacadista, mas uma grande parte ainda não foi retirada pelo comprador (Figura 3).

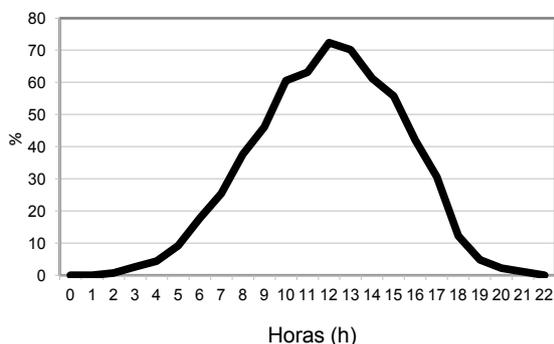


Figura 3 - Evolução do Estoque ao Longo do Dia, ETSP, Janeiro a Março de 2011.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os atacadistas têm em média quatro fornecedores e permanecem na CEAGESP em

média 14 horas por dia. Há um pico de entrada entre 6h e 7h (59%), e o de saída entre 17h e 20h (89%) com maior concentração por volta de 18h (40%).

4 - CONCLUSÕES

O varejo tradicional é o principal cliente dos atacadistas da CEAGESP, principalmente o varejo especializado.

A maioria dos atacadistas é especializado por segmento comprador. A maior concentração de especialistas acontece no varejo, no atacado e no varejo de rua.

A região metropolitana é o principal destino das frutas e hortaliças comercializadas no entreposto paulistano da CEAGESP, seguida por outros Estados brasileiros e pelo interior paulista.

A maior parte das negociações ocorre sem a presença física do comprador.

As deficiências em infraestrutura e limpeza no Entreposto Terminal de São Paulo foram as principais reclamações dos atacadistas.

LITERATURA CITADA

ALMEIDA, G. V. B.; ALVES, A. A. Mercado de maçã: situação atual, ameaças, oportunidades e estratégias para o futuro. In: SEMINÁRIO NACIONAL SOBRE FRUTICULTURA DE CLIMA TEMPERADO, 7., 2006, São Joaquim, SC. **Anais...** São Joaquim: EPAGRI, 2006. p.56-65.

ARAÚJO, J. M. **Fundamentos de agronegócios**. São Paulo: Atlas, 2005. 160p.

COMPANHIA DE ENTREPOSTOS E ARMAZÉNS GERAIS DE SÃO PAULO - CEAGESP. **Como comprar e vender na CEAGESP?** São Paulo, 2011a. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br>>. Acesso em: 17 jul. 2011.

_____. **Entrepósitos atacadistas**. São Paulo, 2011b. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br/atacado/>>. Acesso em: 17 jul. 2011.

_____. **História**: referência nacional em abastecimento alimentar. São Paulo, 2011c. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br/institucional/histor/>>. Acesso em: 17 jul. 2011.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. **Diagnóstico dos mercados atacadistas hortigranjeiros**. Brasília, 2009. Disponível em: <<http://www.conab.gov.br>>. Acesso em: mar. 2011.

_____. **Programa de Modernização do Mercado Hortigranjeiro** - PROHORT. Disponível em: <<http://dw.prohort.conab.gov.br/pentaho/Prohort>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

JULIOTI, P. S. **Proposta de reestruturação do fluxo logístico reverso de embalagens hortifrutícolas**. 2010. 178p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho -

UNESP, Bauru, 2010.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 347 p.

ROMERO, B. C. **Análise da localização de plataformas logísticas**: aplicação ao caso do ETSP - Entrepósito Terminal de São Paulo da CEAGESP. 2006. 165p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Sistemas Logísticos) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

ATACADISTAS NO MERCADO PAULISTANO DA CEAGESP EM 2011

RESUMO: O levantamento da percepção do atacadista sobre o seu negócio é o caminho mais curto e eficiente para compreender o funcionamento do mercado e traçar estratégia para a melhoria do entreposto paulistano. No primeiro trimestre de 2011 foram entrevistados 300 atacadistas dos diversos pavilhões da CEAGESP para se obter informações sobre os principais compradores, bem como locais de destino das mercadorias vendidas, o sistema de vendas, embalagens, o horário de desenvolvimento das atividades e as principais reclamações sobre o entreposto. O principal comprador é o varejo tradicional (41%). Dos atacadistas entrevistados, 22% realizam a classificação dos produtos recebidos e 21% embalam o produto. As caixas retornáveis são utilizadas por 70% dos entrevistados. O dia de maior movimento na semana ocorre na sexta-feira (29%). Até às 13h, 80% de toda a mercadoria já foi recebida, 65% das negociações realizadas e apenas 15% da mercadoria retirada.

Palavras-chave: frutas, hortaliças, comercialização, embalagem.

WHOLESALE AT SAO PAULO'S CEAGESP TERMINAL WAREHOUSE IN 2011

ABSTRACT: Surveying wholesalers' perception is the best and shortest way to understand market behavior and to create strategies to improve Sao Paulo's largest trade center for the marketing of horticulture produce and flowers. In 2011 we conducted interviews with 300 wholesalers from different sectors about their main buyers, sales' destination place, marketing systems, returnable boxes, time spent with each activity, main complaints about the commercialization center. We found that their main buyer is the traditional retailer (41%). Fruits and vegetables selection (22%) and packaging (21%) are the main activities performed by the wholesalers. Returnable packages are used by 70% of them. Friday is the busiest day of the week (29% of the volume). By 1:00 PM, 80% of the volume has been received, 65% of the sales finished and 15% of the product delivered to buyers.

Key-words: fruits, vegetables, marketing, packaging.

Recebido em 24/11/2011. Liberado para publicação em 26/01/2012.