

DESENHO DA CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DO PÊSSEGO NO RIO GRANDE DO SUL

Heron S. M. Begnis¹

Resumo

A estrutura que envolve a comercialização do pêsego no Rio Grande do Sul é o foco deste artigo. Procurou-se construir as ligações que envolvem produtores rurais, indústrias, agentes de comercialização (intermediários) e varejistas de forma a possibilitar um estudo detalhado da forma como está organizado o mercado do pêsego de mesa e para indústria neste estado, que é o maior produtor brasileiro desta fruta e onde se localizam as principais indústrias brasileiras de doces e conservas de frutas. A abordagem utilizada considerou cada um dos elos da cadeia de comercialização do pêsego como elementos interativos cujo somatório dos comportamentos influenciam no desempenho da cadeia como um todo. Este trabalho resulta de uma pesquisa desenvolvida ao longo do ano de 2000, a qual concentrou-se neste segmento do agronegócio que retoma a sua expansão sob forte concorrência externa.

Palavras-chave: Pêsego, Cadeia de Comercialização, Aspectos de Mercado, Margens de Comercialização.

Abstract

The structure that involves the commercialization of the peach in Rio Grande do Sul is the focus of this paper. This article tried to describe the connections that involve rural producers, industries, commercialization agents and retailers with the objective of

¹ Economista, Mestre em Economia Rural (IEPE/UFRGS), professor do Departamento de Ciências Econômicas da Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, pesquisador do Centro de Estudos e Pesquisas Econômicas - CEPE/UNISC e coordenador do Curso de Ciências Econômicas da UNISC. E-mail: heron@deco.unisc.br.

building a detailed study in the way as the market of the peach is organized in this state which is the largest producer Brazilian of this fruit. The approach that was used considered each one of the links of the peach's chain of commercialization as interactive elements that, in the group of its behaviors, they influence in the acting of the whole chain. This work is the result of a research developed along the year of 2000, which concentrated on this segment of the agribusiness that retakes its expansion under strong external competition.

Keywords: Peach, Commercialization Chain, Market Aspects, Market Margins.

1 INTRODUÇÃO

As modificações, principalmente de ordem tecnológica, ocorridas na agricultura brasileira ao longo da segunda metade do século 20, associadas ao desenvolvimento industrial, fizeram surgir na economia brasileira diferentes complexos agroindustriais. Acompanhando estas transformações, a forma de comercialização dos produtos agrícolas também mudou. Os agricultores passaram a ter a necessidade constante de processamento como dos setores de distribuição e comercialização.

Neste contexto, as relações internas às cadeias de comercialização se modificaram dinamicamente. Os elos intermediários das cadeias tornaram-se cada vez mais influentes. De outro lado o consumidor final consolidou sua posição como elemento de destaque nas cadeias de comercialização e em torno do qual estas se estruturaram, segundo suas preferências e características exigidas de produto consumido. Deste modo, as cadeias de comercialização necessitam tornar-se ágeis no sentido de refletir e transmitir as demandas entre os elementos constitutivos da cadeia (consumidor, agroindústria, intermediários, produtores rurais, etc). Assim, há uma aproximação entre estes elos, o que implica em vínculos mais fortes entre os agentes que não conseguem até mesmo a exclusão daqueles que não conseguem acompanhar e adequar-se às novas exigências do mercado.

Assim, estudos de cadeias de comercialização revelam além de suas características estruturais, o comportamento dos agentes envolvidos, que por sua vez modificam-se conforme o nível de competitividade tanto em nível global como também em relação ao segmento em que atuam. Dentro da área da comercialização agrícola e no contexto mais amplo do *agribusiness* brasileiro, as cadeias mais pesquisadas e conhecidas são a do frango, do álcool, dos suínos, do leite, dos citros, do tomate industrial, da soja, do trigo, do algodão e de hortícolas.

A pesquisa das cadeias de comercialização no tocante às frutas de mesa não tem atraído a atenção dos pesquisadores da área, embora seja amplamente aceita a função estratégica da comercialização enquanto ponte de ligação entre a produção agrícola e o consumidor. Conforme este enfoque, o presente artigo tem como proposta central

descrever as relações econômicas e comerciais envolvidas no processo de comercialização do pêssego produzido no Rio Grande do Sul, maior produtor brasileiro desta fruta, e que configuram a sua cadeia de comercialização.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Este artigo é resultado de uma pesquisa do Centro de Estudos e Pesquisas Econômicas – CEPE, da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, que se desenvolveu ao longo do ano 2000. Dados os seus objetivos a pesquisa foi desenvolvida a partir do produto específico pêssego, e seguiu uma metodologia típica de análise por produto. Neste tipo de pesquisa, estuda-se condições de oferta e de demanda de um produto específico, enfocando a estrutura de mercado e desdobrando-se os canais de comercialização. Esta abordagem tem sido utilizada por diversos institutos de pesquisa, nos quais cada pesquisador procura se especializar no sistema de comercialização de um determinado produto (Marques e Aguiar, 1993).

O caráter exploratório da pesquisa impôs a necessidade de se coletar informações diretamente nas fontes primárias. Estas fontes compõem-se de agroindústrias processadoras (sucos, doces, etc.), supermercados, atacadistas e demais agentes ou instituições direta ou indiretamente envolvidos na comercialização do pêssego. Para identificar a população pesquisada, utilizou-se como referência as listagens obtidas junto às seguintes instituições: Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul – FIERGS; Sindicato das Indústrias da Alimentação do Estado do Rio Grande do Sul – SIA/RS; Sindicato da Indústria da Alimentação de Bento Gonçalves; Sindicato das Indústrias de Alimentação de Caxias do Sul; Sindicato das Indústrias de Alimentação de Dom Pedrito; Sindicato das Indústrias da Alimentação de Erechim; Sindicato da Indústria de Cerveja e Bebidas em Geral no Rio Grande do Sul; Sindicato da Indústria de Doces e Conservas Alimentícias de Pelotas; Sindicato das Indústrias de Doces e Conservas Alimentícias do Rio Grande do Sul; Associação Gaúcha de Supermercados – AGAS.

Identificadas e localizadas as empresas envolvidas na comercialização do pêssego separou-se uma amostra não probabilística do tipo intencional. Ou seja, dividiu-se a população em uma amostra por grupo de empresas com características próximas, das quais foram excluídos os elementos menos representativos. Aos elementos selecionados pela amostra foi remetido pelo correio um questionário específico para cada segmento, construído de forma a obter os dados para análise.

Na esfera da indústria que utiliza o pêssego como matéria-prima, foram identificadas um total de 28 estabelecimentos industriais no Rio Grande do Sul. Para a totalidade destas indústrias foi remetido o questionário específico para as empresas industriais, dos quais 13 retornaram respondidos, significando 46% da população objeto de estudo.

No caso do segmento varejista (redes de supermercados), foi remetido o questionário específico às 35 maiores redes de supermercados do Rio Grande do Sul, conforme classificação da AGAS. Retornaram 20 questionários, representando um percentual de retorno na ordem de 57%. Destaca-se, com referência aos dados coletados que este conjunto de 20 redes supermercadistas comercializa anualmente 2,5 mil toneladas de pêssego, o que representa cerca de 81% do volume esperado de pêssego que chega ao consumidor final através dos supermercados. Estas 20 redes pesquisadas encontram-se dispersas pelos municípios do Rio Grande do Sul, garantindo a diversidade da amostra e a possibilidade de captação de possíveis comportamentos dotados de especificidades regionais dentro do estado.

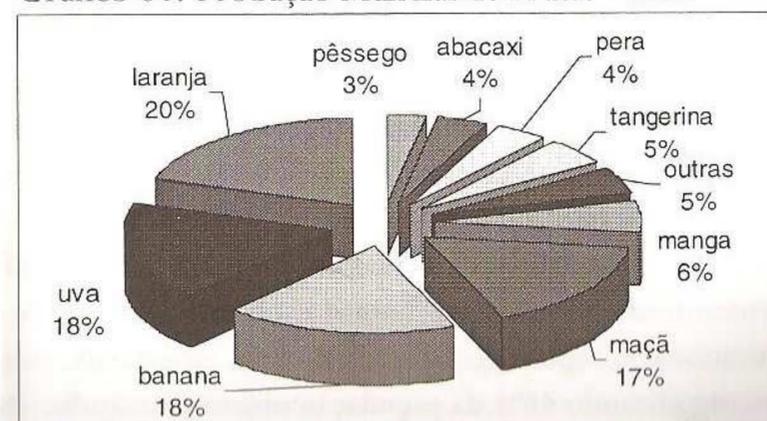
3 ASPECTOS GERAIS E DE MERCADO DA PERSICULTURA

Os aspectos gerais do mercado do pêssego, originados a partir do levantamento de “estado das artes”, em relação a estudos acerca dos aspectos econômicos que envolvam esta fruta, serão apresentados nesta seção. O objetivo que se coloca com esta rápida revisão de literatura reside no tratamento dos aspectos econômicos globais da atividade, como forma de contextualizar a persicultura gaúcha em um ambiente macroeconômico.

3.1 Produção e comércio mundial de frutas

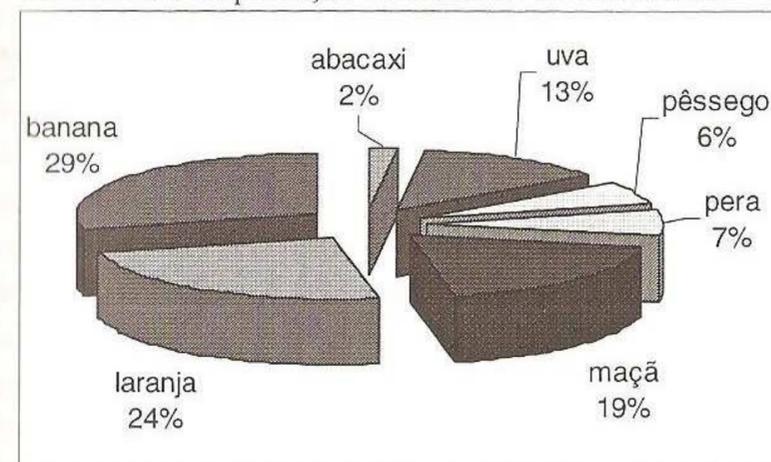
O comércio mundial de frutas *in natura* foi viabilizado tecnicamente a partir da possibilidade de utilização do resfriamento como forma de preservar as características de qualidade que envolvam produtos de alta pericibilidade como as frutas de modo geral. Apesar deste comércio ser tecnicamente viável já a algumas décadas, este não se desenvolveu, como seria de se esperar, sendo que apenas uma pequena parcela das frutas produzidas no mundo é comercializada internacionalmente.

Gráfico 01: Produção Mundial de Frutas - 1996



Fonte: FAO (In: Filho *et alii*, 1999, p.194).

Gráfico 02: Exportação Mundial de Frutas Frescas - 1995



Fonte: FAO (In: Filho *et alii*, 1999, p.195).

Embora o mercado de frutas seja caracterizado por uma grande variedade de produtos, Filho *et alii* (1999) desenvolveu um estudo que demonstra que menos de 10% da produção são comercializados internacionalmente na forma de fruta fresca. Segundo este autor, uma característica típica da produção de frutas para a exportação é estar baseada na pequena propriedade e desenvolver-se a partir de um sistema de comércio adaptado a grandes campanhas ou estruturas governamentais. Estas estruturas ou empresas organizam a colocação do produto no mercado internacional.

Apesar desta participação no mercado global seja ainda pequena, Filho *et alii* (1999), prevê, com base em dados da FAO, que o consumo mundial de frutas de clima tropical deva aumentar 40% entre os anos de 1995 e 2005, o que equivale a uma taxa de crescimento de 3,5% ao ano. Este mercado, configurado pelo comércio internacional de frutas movimenta 32,7 milhões de toneladas por ano, o que representa um valor de US\$ 12,5 bilhões (Gayet, 1999).

Segundo Filho *et alii* (1999), o pêssego está entre as frutas mais importantes no comércio mundial de frutas frescas, representando 6% das exportações mundiais em 1995 (Gráfico 02). Dados da FAO apresentados por este autor mostram que os principais países produtores de pêssego são: China (22%), Itália (16%), Grécia (10%) e Estados Unidos (9%) e os principais exportadores desta fruta são: Itália (43%), França (13%), Estados Unidos (8%) e Chile (7%). Medeiros e Raseira (1998) já haviam ressaltado que o Brasil juntamente com a Espanha, o Japão e a Argentina também se destacam na produção comercial do pêssego. Estes autores também revelam que o Mercosul - Mercado Comum do Cone Sul, produz anualmente cerca de 390 mil toneladas desta fruta, sendo que a Argentina é o principal produtor com 260 mil toneladas e o Brasil se coloca na segunda posição totalizando 120 mil toneladas. Mesmo sendo o Brasil um país que merece destaque na produção de frutas, suas importações de frutas frescas alcançaram US\$ 237 milhões em 1997 (Tabela 01).

Tabela 01: Importação Brasileira de Frutas Frescas – 1990-97 (Em US\$ milhões)

Frutas Frescas	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Maçã	45	55	29	24	48	88	87	57
Pêra	38	34	25	26	35	77	98	92
Uva	12	10	4	4	8	20	32	26
Ameixa	6	8	6	6	11	21	29	23
Nectarina	2	1	2	1	3	6	10	8
Pêssego	0	1	1	1	2	7	10	7
Cereja	1	2	1	1	3	5	7	4
Kiwi	-	-	-	-	-	-	-	14
Outras Frutas	3	3	2	4	9	24	24	5
Total	107	114	70	68	119	248	296	237

Fonte: Secex (In : Filho *et alii*, 1999, p.204).

Através dos dados da Tabela 01 pode-se visualizar que apenas até a metade da década de 90, a importação de frutas frescas já havia crescido 132%. Juntamente com este crescimento, em 1997, algo como US\$ 7 milhões. Filho *et alii* (1999) explica este significativo aumento nos valores correspondentes às importações lembrando os fatos da abertura comercial brasileira, a implantação do Mercosul e os efeitos do Plano Real sobre a renda dos brasileiros. Este último argumento encontra reforço na alta elasticidade-renda apresentada pelo consumo de frutas frescas, de modo que o poder de compra do consumidor brasileiro reflete-se na balança comercial do setor, principalmente em termos de importações.

3.2 Aspectos da produção e do destino do pêssego brasileiro

Em razão do clima exigido pela persicultura, sua ocorrência se dá basicamente nos estados do Sul e Sudeste do Brasil. Segundo Medeiros e Raseira (1998), a produção do estado de São Paulo está voltada principalmente para o consumo *in natura*. Nos estados de Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro há, também, uma pequena produção de pêssego que ocorre em regiões de microclimas propícios e que destina-se quase que exclusivamente ao mercado de frutas frescas. Ainda conforme Medeiros e Raseira (1998), quase toda a produção de pêssego do Paraná e de Santa Catarina destina-se ao consumo *in natura*. Até mesmo as poucas variedades especiais para a conserva, plantadas nestes estados, como Vanguarda, Ágata, Diamante e Precocinho são comercializadas com a finalidade do consumo de mesa.

De forma geral, Vieira (1997) já havia demonstrado que cerca de 43% da produção brasileira de pêssego no período 1990 a 1994 destinava-se à industrialização. Os principais

produtos de pêssego industrializados no Brasil são o pêssego em calda (o qual dentre as frutas em calda é a mais consumida pelos brasileiros) e a geléia (doce cremoso). Para Vieira (1997) a abertura comercial e a estabilização da economia brasileira provocou intensa pressão sobre a produção nacional através do aumento das importações de pêssego, tanto para consumo de mesa quanto para o uso industrial. Estas importações acabaram por aumentar consideravelmente a oferta de pêssego em calda importado, principalmente da Argentina, Chile e Grécia. Este autor revela que a própria indústria brasileira de conservas e doces passou a importar o produto já processado para apenas reembalar em unidades de venda adequadas ao mercado interno. Este fato afetou de modo significativo a cadeia agroindustrial do pêssego no Brasil e impôs ajustes ao setor, o qual ainda está em fase de reestruturação.

3.3 Persicultura no Rio Grande do Sul

O Rio Grande do Sul é o maior produtor brasileiro de pêssego. O cultivo do pêssego no estado encontra destaque principalmente na Região de Pelotas (Pelotas, São Lourenço do Sul, Canguçu, Capão do Leão e Morro Redondo). Para Madai (1992), a persicultura representa o desenvolvimento para esta região, pois através desta atividade, vários produtores (em torno de 1.500) garantem sua principal renda. Santos *et alii* (1989) descreve os produtores gaúchos de pêssego como não especializados, mas que se dedicam de forma privilegiada a uma produção comercial destinada à agroindústria e para o autoconsumo. Seu estudo revela que o avanço das forças produtivas neste segmento é lento e se expressa sobretudo através do plantio de novas espécies e pelo emprego de adubos e defensivos químicos. Neste processo, a indústria é pouco influente, apesar de que esta esteja concentrada em Pelotas, onde são produzidos cerca de 90% do pêssego em calda do Brasil.

Segundo Medeiros e Raseira (1998), enquanto se constata uma relativa estagnação na área cultivada de pêssego na Região de Pelotas, principal produtora de frutas para a conserva, em outras regiões do Rio Grande Sul o cultivo de pêssego está em expansão. Nos municípios de Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Veranópolis, Farroupilha, Guaíba e Porto Alegre, na localidade de Vila Nova, tem-se registrado uma contínua implantação de novos pomares e com excelentes índices de produtividade.

Uma das características da persicultura gaúcha, conforme Medeiros e Raseira (1998), é o fato de que os fruticultores que produzem pêssego para o consumo *in natura* não possuem só esta fonte de renda. Em geral, o tamanho dos pomares é de 5 ha e a mão-de-obra empregada na atividade é basicamente familiar, ocorrendo concentração de mão-de-obra externa somente nos períodos da colheita. Estes autores calculam uma produtividade média destes pomares de 14t/ha, a um custo médio em torno de US\$ 3.200,00. Se incluídos os impostos, o custo final de cada quilograma de fruto produzido passa a ser de US\$ 0,28.

Em relação a produção de pêssego para a indústria, Medeiros e Raseira (1998) revelam que este tipo de pêssego origina-se em torno de 50% da produção obtida de pequenos e médios “produtores empresariais”, estimados em cerca de 1.500. Estes chamados “produtores empresariais” tem o pêssego como principal atividade de suas propriedades rurais e obtêm uma produtividade em torno de 20t/ha. O custo de produção dos pomares destes “produtores empresariais” é pouco superior a US\$ 2.000,00/ha.

O restante da oferta de pêssego para a indústria está sob a responsabilidade de pequenos e médios produtores que já na década de 80 somaram 2.500. Hoje este número se reduziu apesar de que a quantidade produzida tenha permanecido quase inalterada. Segundo Medeiros e Raseira (1998), os gastos necessários para a produção de 1ha de pêssego destinado à industrialização, para a média desses produtores, gravita em torno de US\$ 678,18.

3.4 Características gerais para o mercado do pêssego e demais frutas

A principal dificuldade que se impõe à análise e ao desenvolvimento do mercado interno para as frutas de modo geral é a falta de dados estatísticos sobre a produção, consumo, custos, entre outros. Dentro dos estudos já realizados em relação aos aspectos mercadológicos da cultura do pêssego, Medeiros e Raseira (1998) afirmam que, embora esta cultura tenha sido introduzida no Brasil há mais de 400 anos, seu consumo *per capita* ainda é muito inferior aos padrões mundiais. Para estes autores, a causa deste baixo nível de consumo está relacionada ao baixo poder aquisitivo da classe média, tradicional consumidora de frutas. Medeiros e Raseira (1998) acrescentam, ainda, que uma das restrições à comercialização do pêssego *in natura* é seu elevado grau de perecibilidade, devendo ser comercializado num período muito curto após a sua colheita. Esta característica dificulta o transporte da fruta por longas distâncias, fazendo com que quase toda a produção seja comercializada em regiões próximas às áreas de cultivo.

O pêssego *in natura* produzido no Rio Grande do Sul é comercializado na CEASA de Porto Alegre a partir do mês de outubro estendendo-se até o mês de fevereiro, mas o maior volume comercializado ocorre no mês de dezembro. Nos meses de novembro, dezembro e janeiro são comercializados nesta central atacadista cerca de 85% do volume anualmente comercializado neste entreposto. O pêssego produzido na região da Serra Gaúcha tem sua oferta concentrada nos meses de dezembro a janeiro. Já o pêssego produzido na Vila Nova (localidade do município de Porto Alegre) e em Guaíba tem sua oferta nos meses de outubro a dezembro, com o pico no mês de novembro (Medeiros e Raseira, 1998).

Já o pêssego em calda tem um consumo mais regular e está em torno de 0,25 Kg/hab./ano (Medeiros e Raseira, 1998). O pêssego em calda é comercializado em todo o

território brasileiro porém a oferta atual da indústria não é suficiente para que se passe a elevar o consumo médio *per capita* brasileiro. Conforme a revista A Granja (jan./2000), o Brasil importa um total de 30 a 50 milhões de latas de pêssego do Chile, sendo que apenas 0,2% destas importações são realmente produzidas no Chile, pois 70% do pêssego exportado pelo Chile são produzidos na Grécia e então reexportado pelos chilenos. Segundo dados desta revista, o pêssego chileno chega ao Brasil a um custo de US\$ 21,50 a caixa, enquanto que o proveniente da Grécia custa US\$ 12,50, ou seja, quase a metade.

No tocante ao segmento de mercado relacionado à indústria de processamento de frutas, Vieira (1997) revela que este é um segmento altamente concentrado em torno de marcas líderes. Conforme este autor, esta característica pode ser um indicador de que existam barreiras tecnológicas e de escala para a entrada de novos empreendedores no mercado e dificuldades de acesso aos canais de comercialização de massa para as empresas de menor porte e de tecnologia de produção menos intensivas em capital. Apesar disto, o autor apresenta dados deste mercado no Brasil que demonstram um crescimento de vendas de sucos de frutas na ordem de 33,5% entre os anos de 1994-95. De certa forma se contradizendo, Vieira (1997) explica que o crescimento da oferta de suco pronto para beber foi estimulado pelo investimento relativamente baixo necessário para produzi-lo e pelo período relativamente curto para a recuperação do investimento, o que favorece a entrada de fornecedores de pequeno porte nesse mercado. Miniusinas de pasteurização de suco de laranja, por exemplo, com capacidade de 3 mil litros/hora representam um investimento ao redor de US\$ 20 mil.

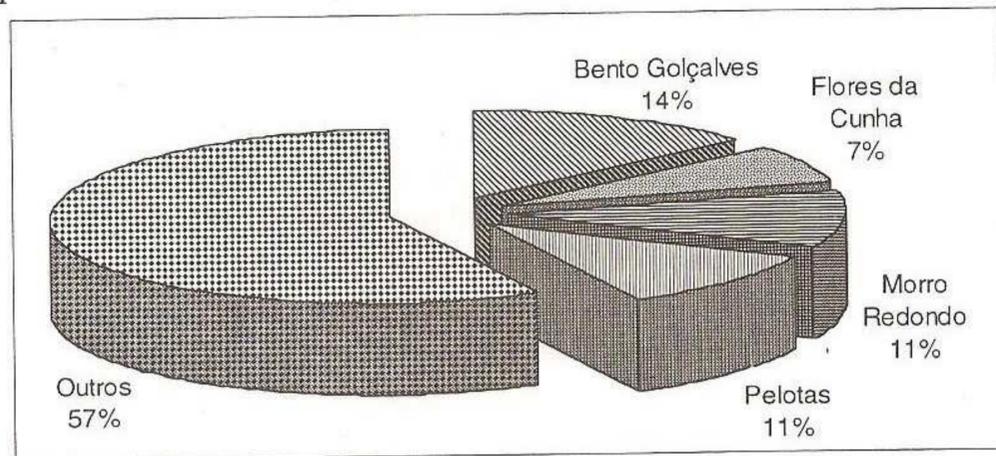
Há portanto boas perspectivas para o mercado de frutas industrializadas, principalmente de sucos. Neste ponto, o pêssego pode levar certa vantagem dado que para a maior parte dos brasileiros trata-se de um sabor de suco relativamente novo num mercado que tradicionalmente era de abastecimento apenas por suco de laranja e uva. O suco de pêssego em outros países é um dos mais apreciados pelos consumidores. Esta afirmação encontra respaldo no fato de que os principais sabores de sucos que são vendidos pela empresa brasileira Jandaia ao mercado externo são: pêssego, pêra, maçã e graviola (Toledo, 2000).

Por último, é necessário lembrar que a potencialidade do mercado interno para frutas *in natura* e também os seus derivados industrializados está diretamente ligado ao aumento da renda da população, pois a produção nacional depende basicamente deste mercado. No entanto as perspectivas neste sentido têm boas razões de serem otimistas, dado a estabilidade da economia brasileira e a retomada gradual de seu crescimento nos primeiros anos do novo século. Nesta linha, Filho *et alii* (1999) faz uma previsão de que até 2010 o consumo de frutas frescas dobre e o consumo de sucos aumente em até 25%. Na esteira deste crescimento, os investimentos na produção, comercialização e industrialização do pêssego podem vir a se consolidar num espaço relativamente curto de tempo, desde que sintonizados com o mercado consumidor, principalmente em relação aos mercados regionais, num primeiro momento.

4 INDUSTRIALIZAÇÃO DO PÊSSEGO NO RIO GRANDE DO SUL

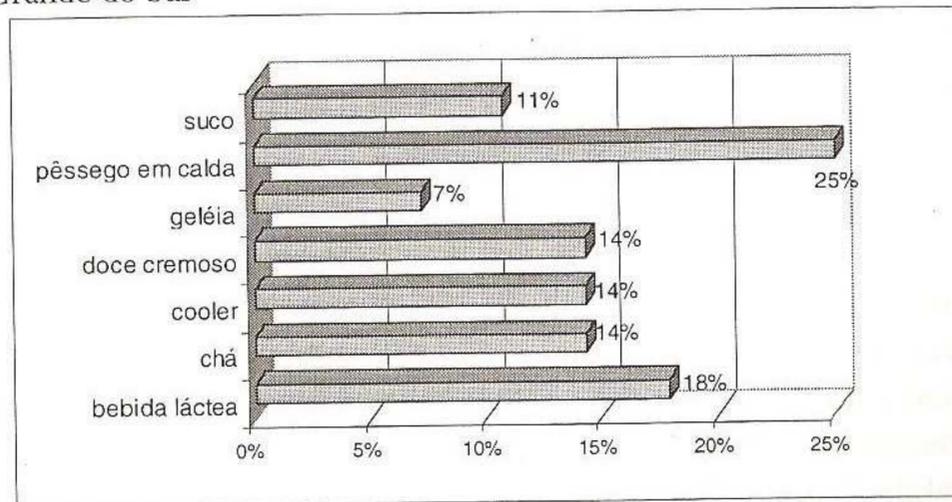
No segmento da indústria gaúcha, foram identificadas 28 estabelecimentos industriais que utilizam o pêssigo como matéria-prima em seus processos produtivos. Há, no que diz respeito à localização geográfica desta indústria, uma concentração de dois pólos distintos, a Serra Gaúcha e os municípios da região de Pelotas, no Sul do Estado.

Gráfico 03: Localização das Indústrias Processadoras de Pêssego no Rio Grande do Sul



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 04: Produtos Derivados do Pêssego mais Frequentemente Produzidos no Rio Grande do Sul



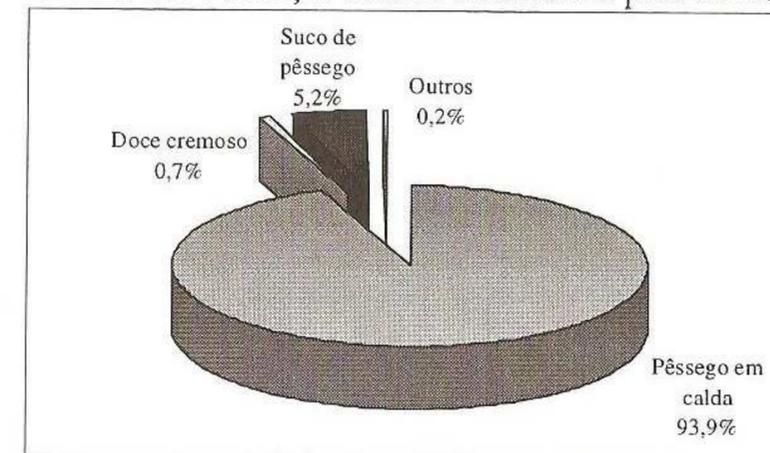
Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

As indústrias localizadas na Serra Gaúcha que utilizam o pêssigo em seus processos de produção configuram-se, basicamente, em vinícolas que diversificaram seus produtos. O pêssigo entra como matéria-prima nesta indústria na fabricação dos chamados "coolers", que são vinhos gaseificados, nos quais é acrescentado suco natural de frutas.

Estas indústrias que produzem "cooler" de vinho estão localizadas nos municípios de Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Flores da Cunha e Garibaldi. Há, também, em Bento Gonçalves, uma indústria que produz suco de pêssigo.

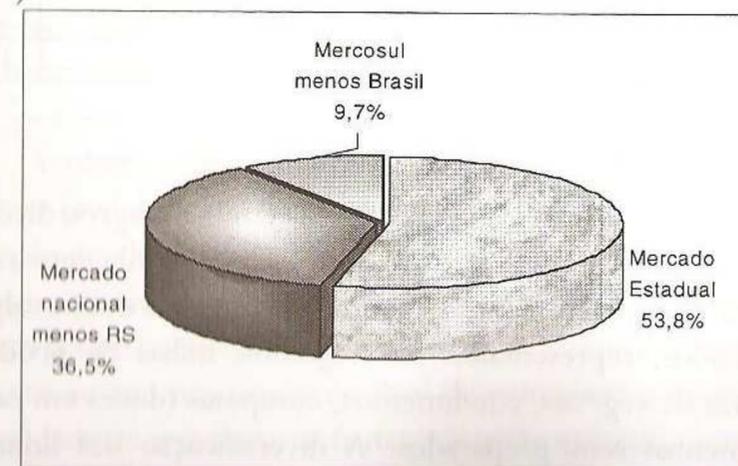
Na região Sul do estado, os municípios de Pelotas e Morro Redondo concentram 22% dos estabelecimentos industriais gaúchos que utilizam o pêssigo como matéria-prima. O produto derivado do pêssigo mais produzido pela indústria localizadas nestes dois municípios é o pêssigo em calda. Como pode ser verificado no Gráfico 04, a produção de pêssigo em calda representa o produto derivado do pêssigo mais frequentemente encontrada nas indústrias que trabalham com esta fruta. Os estabelecimentos industriais gaúchos que utilizam o pêssigo como matéria-prima, o fazem na produção de pêssigo em calda, suco de pêssigo, geléia, doce cremoso, "cooler", chás e bebidas lácteas. Entretanto, o maior volume de produção está associada ao pêssigo em calda (93,9%) e o suco (5,2%).

Gráfico 05: Produção Efetiva da Indústria para o Ano de 1999



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 06: Destino da Produção da Indústria Gaúcha de Derivados do Pêssego (1999)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

O segmento industrial gaúcho que está voltado à produção do pêssego em calda configura-se numa indústria da economia tradicional, na qual as empresas que se sobressaem estão em atividade há mais de 30 anos. Há casos, neste segmento, de empresas industriais que estão em atividade há 90 anos. De forma geral, a análise do histórico destas empresas revela sua origem familiar e o início de suas atividades produtivas focadas em produtos e mercados específicos. À medida em que estas empresas foram desenvolvendo seus processos industriais, o aumento da produção levou as indústrias deste segmento a colocarem seus produtos no mercado nacional. Porém, a maior parte destas empresas têm nas regiões Sul e Sudeste do Brasil os seus principais mercados consumidores. No plano internacional, o Mercosul representa o principal alvo mercadológico a ser atingido por este segmento.

Separando-se os dados por produtos, percebe-se que as bebidas lácteas com sabor de pêssego produzidas são totalmente destinadas ao mercado estadual. Em seguida, os doces, os “coolers” e os chás também têm seu mercado compreendido, na sua maior parte, pelo Rio Grande do Sul. De outro lado, o pêssego em calda e o suco de pêssego têm como principal mercado os demais estados brasileiros, representando o consumo gaúcho algo em torno de 27% e 25% respectivamente.

Tabela 02: Destino da Produção da Indústria Gaúcha de Derivados de Pêssego (1999)

Produto	Mercado Estadual (%)	Mercado Nacional menos RS (%)	Mercosul menos Brasil (%)	Demais países menos Mercosul (%)	Total (%)
Pêssego em calda	27	70	3	0	100
Doce Cremoso	85	15	0	0	100
Bebida Láctea	100	0	0	0	100
Chá em sachets	60	40	0	0	100
Cook Cooler	70	30	0	0	100
Suco de Pêssego	25	75	0	0	100
Waffer	9	26	65	0	100
Total	54%	36%	10%	0%	100%

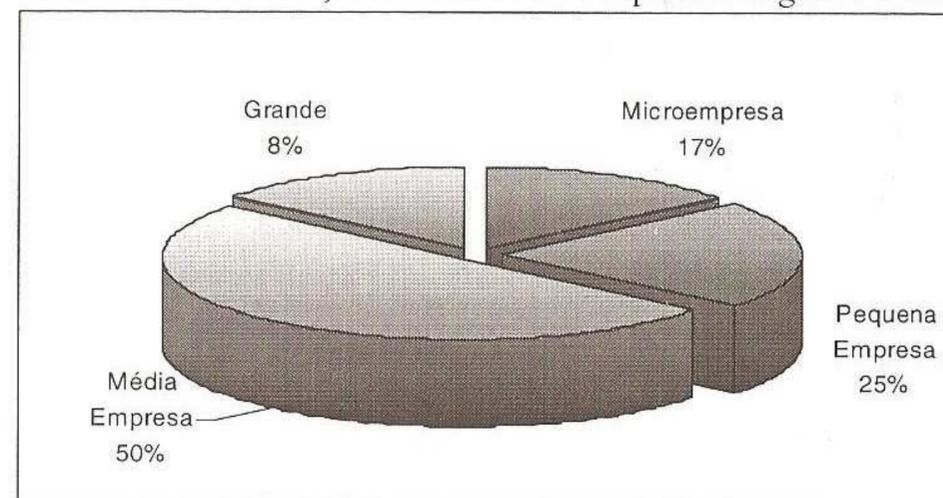
Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados da pesquisa.

Paralelamente à expansão dos mercados, esta indústria também logrou diversificar suas linhas de produtos. A diversificação de produtos neste segmento obedece a regra da “afinidade”, ou seja, dedicam-se à produção de alimentos em conserva doce e salgada, basicamente alimentos enlatados, representados nas seguintes linhas de produtos: conservas de carnes, conservas de vegetais, condimentos, compotas (doces em calda), doces, geléias, sucos e alimentos semi-preparados. A diversificação das linhas de

produtos e a conquista de novos mercados foi acompanhada por investimentos em tecnologia e melhoria na qualidade dos produtos e processos de produção. Destaca-se, neste sentido, os processos de seleção das frutas em circuito automatizado garantindo a uniformidade constante dos produtos.

Em termos de estratégias industriais e comerciais, encontram-se notáveis diferenças entre as empresas deste segmento. Pode-se encontrar empresas cujo principal produto é a própria “marca”, ou seja, concentram-se na comercialização de produtos com a sua marca que são produzidos em unidades industriais independentes e terceirizadas. Algumas destas indústrias trabalham com sistemas próprios de distribuição, porém a maior parte delas utiliza-se de representações comerciais e parcerias com atacadistas e distribuidores.

Gráfico 07: Classificação das Indústrias Pesquisadas Segundo o Tamanho



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

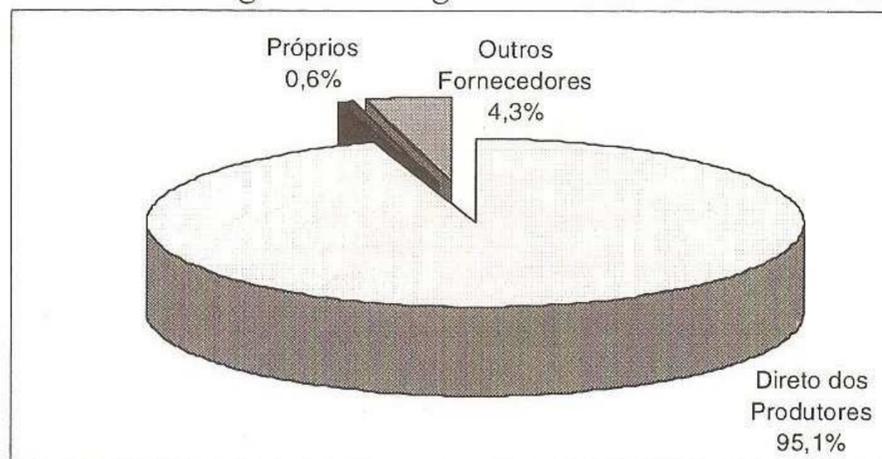
Utilizando-se da classificação adotada pelo SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que leva em conta o número de empregados, pode-se constatar que o segmento industrial pesquisado está composto por 8% de grandes empresas, 50% de médias empresas, 25% e 17% respectivamente de pequenas e microempresas (Gráfico 07). Destaca-se que este segmento industrial, que utiliza o pêssego como matéria-prima, compõe-se em uma maioria de empresas de porte médio.

Embora existam diferenças nos processos produtivos de acordo com o tipo de produto final derivado do pêssego e do porte da indústria, os processos que antecedem a fase de produção propriamente dita são bastante semelhantes. O processamento do pêssego utilizado na produção industrial de doces e compotas (frutas em calda) no Rio Grande do Sul inicia-se na colheita do Fruto. Como a colheita do pêssego ocorre somente uma vez ao ano nos meses do final de primavera e início do verão, a indústria tem a necessidade de armazenar as frutas que serão utilizadas como matéria-prima ao longo do

ano. Conforme dados da pesquisa, as empresas industriais deste segmento estão atualmente operando com 60% de sua capacidade instalada.

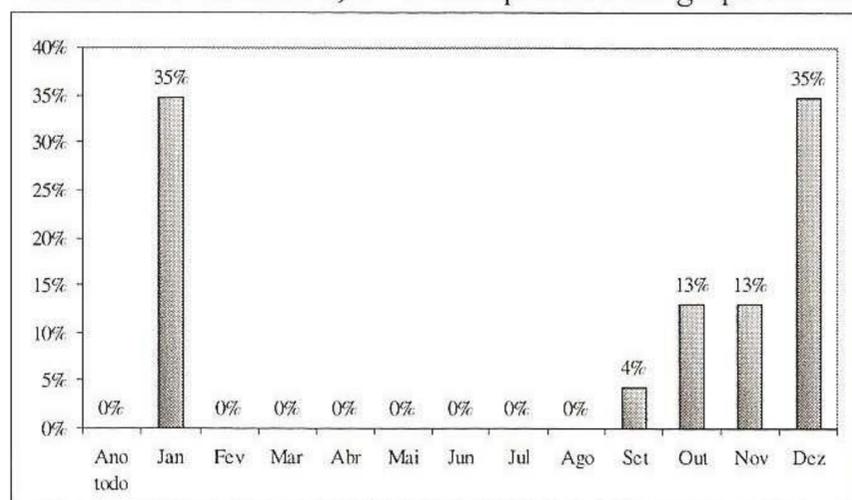
Destaca-se, também, o fato de que a indústria deste segmento concentra suas atividades entre os meses de novembro e janeiro, período que coincide com o período de safra do pêssego. Apenas 18% das indústrias entrevistadas afirmaram que sua atividade produtiva não está concentrada em alguns meses do ano, sendo, ainda, que os meses de março e abril representam o período de menor atividade produtiva industrial deste segmento pesquisado.

Gráfico 08: Origem do Pêssego Processado nas Indústrias Gaúchas (1999)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 09: Concentração de Compra de Pêssego pela Indústria (1999)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Conforme pode ser visualizado no gráfico acima, a indústria adquire 95% do pêssego utilizado em seus processos industriais diretamente dos produtores rurais. A prática da integração vertical não é uma prática comum nesta indústria, haja visto que

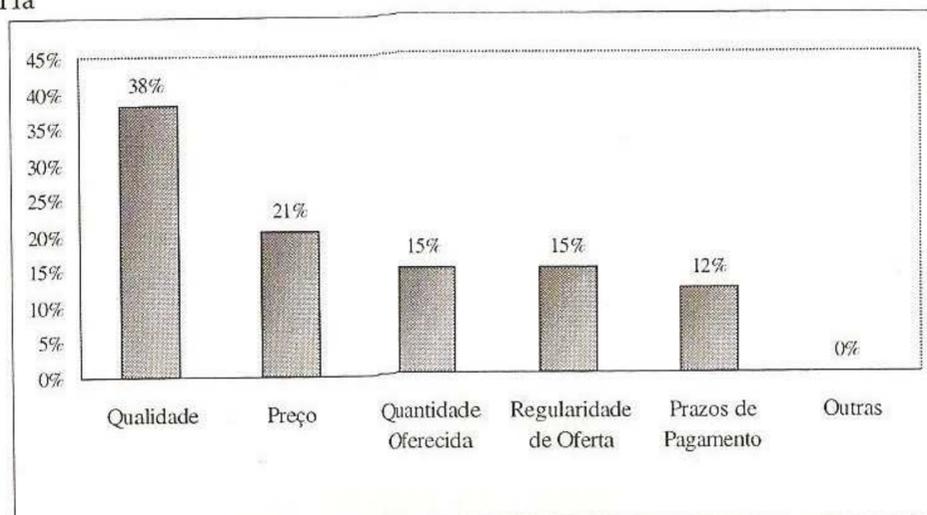
apenas 0,6% do pêssego provém de pomares de propriedade das empresas. Também a intermediação da compra de pêssego pela indústria, por parte de agentes de comercialização, não é uma prática comum. Apenas 4,3% do pêssego adquirido pela indústria tem a sua origem em outros fornecedores, que podem consumir a forma tanto de intermediários agentes até empresas que procuram o produto para outras indústrias deste segmento. Como a matéria-prima pêssego é um produto agrícola cuja safra ocorre em apenas um período anual, também as compras da indústria se concentra nos respectivos meses de safra. Empresas que utilizam exclusivamente pêssego *in natura* em seus processos produtivos, não dispõem da possibilidade de adquirir esta matéria-prima ao longo do ano. Na maior parte (57%) dos casos pesquisados, as compras de pêssego pela indústria são pagas em prazos de 30 dias, sendo que as compras à vista ou em prazos menores são menos frequentes. Destaca-se que uma parcela de 28% das compras são pagas em prazos superiores a 30 dias (45 e 60 dias, respectivamente 21% e 7%).

Acompanhando o período da safra do pêssego, a indústria concentra suas compras principalmente nos meses de dezembro e janeiro (Gráfico 09). Nestes meses, a indústria deve abastecer-se do volume necessário de pêssego que possibilitará o desenvolvimento da atividade produtiva ao longo do ano. Portanto, as aquisições de pêssego pela indústria obedecem às expectativas traçadas por elas quanto as tendências de mercado para os seus produtos derivados desta fruta.

Dentre as variedades de pêssego existentes, a mais utilizada na indústria de doces e sucos no Rio Grande do Sul é a "diamante", que encontra preferência em 29% das indústrias pesquisadas. Em segundo lugar na preferência da indústria está a variedade "precocinho", com 21% das indicações como variedade mais adquirida. Também as variedades "cerrito", "esmeralda" e "aghta" foram citadas por 8% das indústrias.

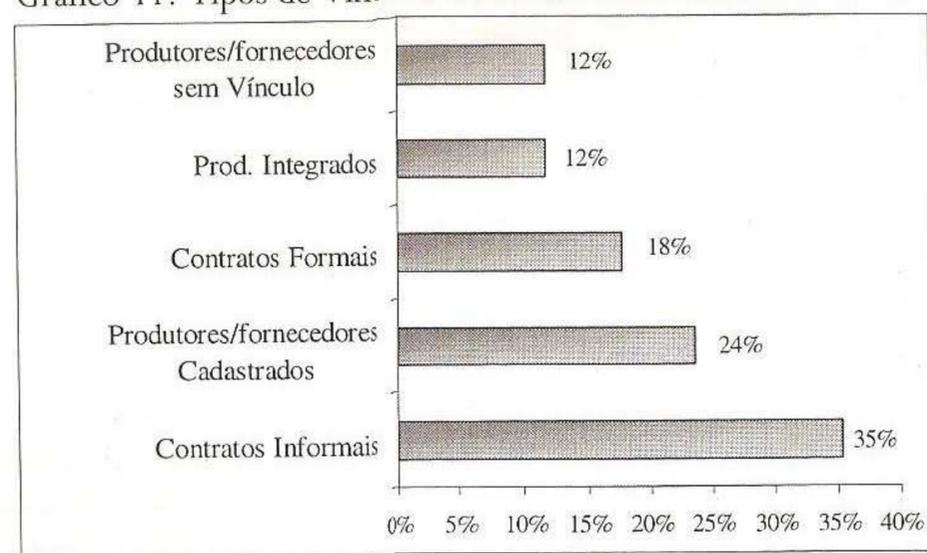
As decisões de compra da indústria levam em consideração principalmente a qualidade do pêssego e o preço (38% e 21% das indicações). Critérios de seleção dos fornecedores como a quantidade e a regularidade são também elevados pela indústria, sendo o prazo de pagamento referente a variável de menor importância (Gráfico 10). Porém, apesar da inexistência de critérios claros e definidos para a seleção de fornecedores, em 25% dos estabelecimentos industriais deste segmento eles praticamente inexistem, ou seja, não são estabelecidos critérios especiais para a escolha dos fornecedores.

Gráfico 10: Decisão de Compra e Escolha dos Fornecedores de Pêssego pela Indústria



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 11: Tipos de Vínculos das Indústrias com Fornecedores de Pêssego



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Quando se analisa a estrutura de uma cadeia de comercialização agrícola, uma das questões mais relevantes a serem consideradas é a existência e a medida de como se estabelecem as relações entre os chamados "elos" da cadeia. Estas relações estão configuradas nas formas de como se estabelecem os vínculos entre vendedores e compradores. Por exemplo, os tipos de vínculos que se criam entre fornecedores de insumos e o agricultor, entre o agricultor e a agroindústria, e assim por diante. Quanto mais fortes e estreitos são estes vínculos, maior é o intercâmbio de informações (embora muitas vezes estas informações possam ser assimétricas em decorrência do poder de mercado dos agentes envolvidos) e mais fluído é o fluxo de bens envolvidos (fluxo real

da cadeia).

O tipo de vínculo mais forte encontrado entre os elementos de uma cadeia de comercialização agrícola é a integração. Através deste sistema, agricultores e agroindústrias passam a trabalhar no sentido de maximizar uma função de lucro que é comum às duas unidades (agricultor e agroindústria) embora cada uma permaneça com unidades jurídicas autônomas. Em relação a cadeia agrocomercial do pêssego no Rio Grande do Sul, este tipo de vínculo foi identificado como sendo praticado por apenas 12% dos estabelecimentos agroindustriais deste segmento. Com a integração a indústria compromete-se com o recebimento da produção do fruticultor integrado por um preço que pode ser tanto pré como o pós estabelecido. A maior parte das empresas agroindustriais que operam no sistema integrado buscam, nesta forma de relação com os produtores rurais, um fluxo regular de matérias-primas, cuja qualidade pode ser controlada desde a origem. Sendo assim, a agroindústria que possui produtores de pêssego integrados, presta assistência técnica aos produtores desde a escolha da muda e implantação dos pomares, a poda e o controle sanitário, até a colheita e o transplante de pêssego à indústria.

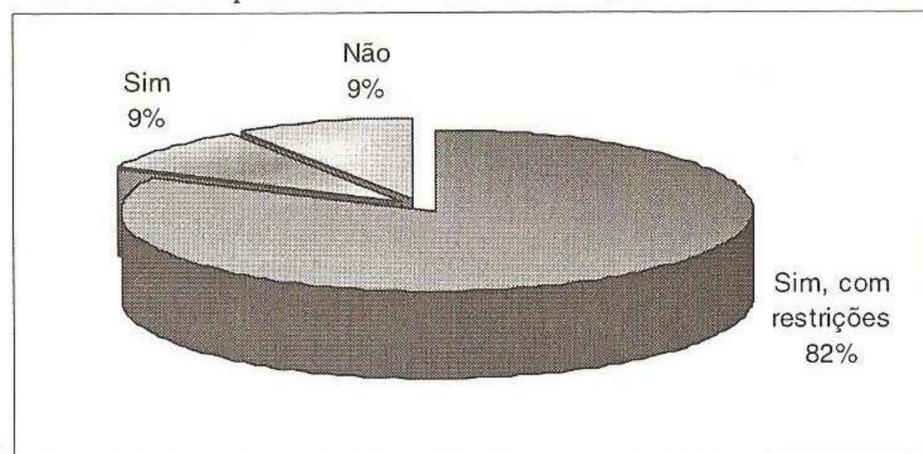
Outra forma de vínculo mais próximo entre agroindústria e produtor é o contrato formal, onde as partes assumem juridicamente a sua relação comercial. A vantagem para os fruticultores reside na possibilidade de programação de seus investimentos uma vez que a comercialização da safra já está previamente acordada com a agroindústria. Para esta última, a vantagem do contrato formal reside na garantia de seu abastecimento da matéria-prima pêssego em quantidade e qualidade estabelecida, porém, sem os demais compromissos que decorrem do sistema de integração. Os contratos formais regulam 18% das transações que envolvem o fornecimento de pêssego como matéria-prima industrial no Rio Grande do Sul.

Entretanto, a forma de arranjo comercial que prevalece nas relações entre fruticultores e agroindústria (35%), está configurada sob a forma de contratos informais. Os contratos informais se estabelecem a partir da formação de "reputação" dos elementos envolvidos, de tal forma que "quebras" oportunistas dessas relações contratuais representariam um peso negativo no momento da construção de novos vínculos comerciais. A vantagem do sistema de contratos informais está representada pela redução dos custos contratuais (geralmente de ordem jurídica). De outro lado, os contratos informais estão mais sujeitos ao risco decorrentes de comportamentos oportunistas dos agentes. Ou seja, não há impedimentos de ordem jurídica (embora contestáveis e sujeitos a multas contratuais no sistema de contratos formais) para que a indústria troque os fornecedores ou que estes, por sua vez, procurem melhores opções de comercialização diretamente no mercado. Logicamente menor será este quanto menor for a reputação formada pelos agentes ao longo de sucessivas transações comerciais. Na realidade, a "tradição" constitui-se na base de formação da reputação que delimita os contratos informais (Zilbersztajn, 2000).

A agroindústria do segmento pesquisado também opera seu abastecimento de pêssego como matéria-prima a partir de produtores pré-cadastrados (24% dos casos). Este sistema representa um tipo de vínculo intermediário situado entre os contratos informais e a inexistência de qualquer espécie de vínculo (quando as relações entre produtores e agroindústria estabelece-se exclusivamente no ambiente do mercado). Este sistema representa um tipo de vínculo intermediário situado entre os contratos informais e a existência de qualquer espécie de vínculo (quando as relações entre produtores e agroindústria estabelece-se exclusivamente no ambiente do mercado). Geralmente o sistema de cadastro de produtores/fornecedores evolui para as relações comerciais regradas por contratos informais, dado que proporciona a formação de reputação.

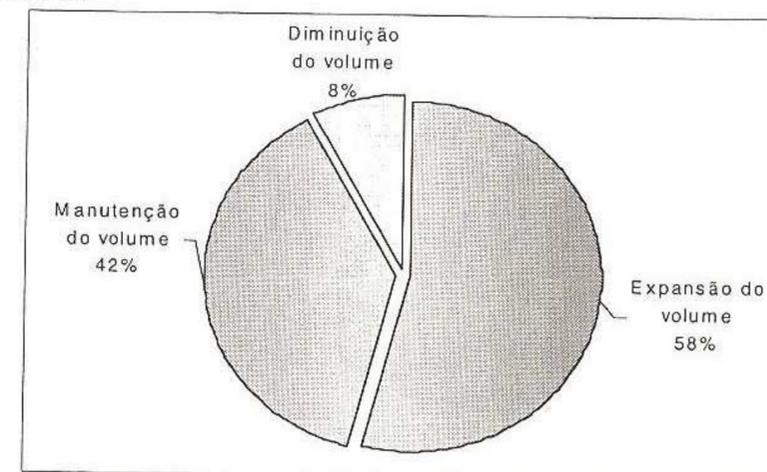
Por fim, destaca-se que 12% das agroindústrias deste segmento não possuem vínculos com seus fornecedores. Isto significa que adquirem o pêssego de produtores autônomos diretamente no mercado que se estabelece durante o período da safra. Este sistema representa, para a indústria maior risco de desabastecimento e obtenção de matéria-prima de menor qualidade além de maiores flutuações nos preços ao longo do tempo (tanto no período da safra como entre uma safra e outra).

Gráfico 12: Disponibilidade da Indústria Quanto a Novos Fornecedores



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 13: Previsões de Volume de Pêssego Adquirido pela Indústria para a Safra de 2000-01

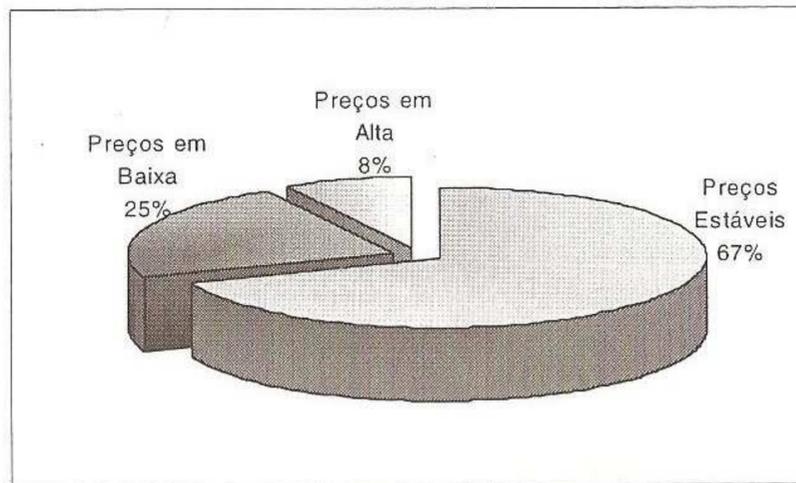


Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Embora a indústria deste segmento que tem o pêssego *in natura* como uma de suas principais matérias-primas possua políticas de relacionamento com seus fornecedores, encontram-se diferenças entre as empresas. A maior parte delas (91%) está aberta a novas opções de abastecimento. Porém, 82% destas agroindústrias restringem a possibilidade de adquirir pêssego de outros produtores ao atendimento de requisitos como a qualidade, o preço e a quantidade ofertada. Apenas 9% da indústria não se mostra aberta à possibilidade de aquisição de pêssego a partir de novos fornecedores desta fruta.

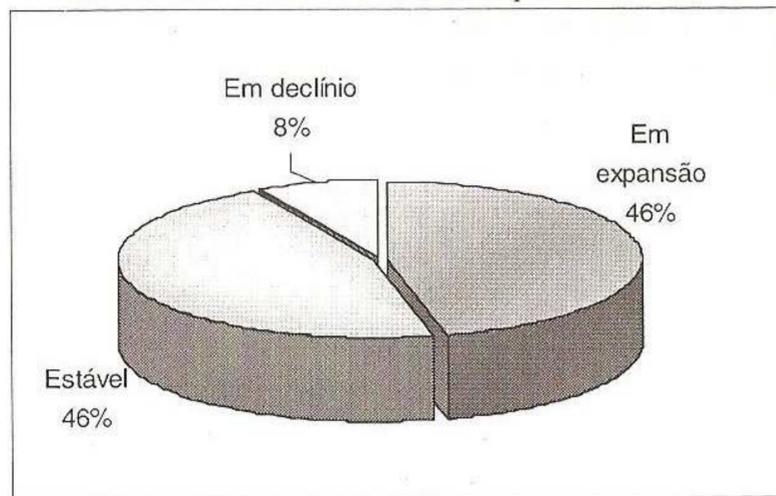
Em termos de expectativas para a safra 2000/20001 iniciada no mês de dezembro de 2000, a indústria (em 58% dos casos) revelou uma expansão de suas intenções de aquisição de pêssego. Apenas 9% das indústrias intencionavam reduzir o volume adquirido de pêssego para esta safra, enquanto que as demais indústrias formaram uma expectativa de manutenção dos volumes de pêssego que seriam adquiridos em relação aos anos anteriores. Quanto aos preços pagos aos produtores, as indústrias revelam sua expectativa de que, embora tenham previsões de expansão de suas compras, os preços mantenham-se estáveis em relação às safras anteriores. Esta tendência é apontada por aproximadamente 70% das indústrias pesquisadas.

Gráfico 14: Expectativas em Relação ao Preço do Pêssego Pago aos Produtores na Safra 2000-01



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 15: Tendência do Mercado para Produtos Derivados do Pêssego.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Previsões de altas de preços foram expressas por somente 8% das indústrias pesquisadas. Por outro lado, cerca de 20% das indústrias esperam que os preços de pêssego pagos ao produtor demonstrem uma tendência de queda. De forma geral, portanto, a indústria espera que os preços pagos aos produtores de pêssego mantenham-se estáveis. Por fim, o Gráfico 15 descreve as tendências de mercado para produtos que têm o pêssego como uma das principais matérias-primas, a partir das expectativas da indústria. Pode-se observar que as expectativas dividem-se igualmente entre as empresas que visualizam um mercado em expansão para seus produtos derivados de pêssego e outras que esperam que a demanda por seus produtos derivados de pêssego mantenham-se estável. Ressalta-se que um percentual pequeno (8%) das empresas entrevistadas

acredita que há uma tendência declinante da demanda por produtos de pêssego. Estes dados significam que, podendo ser a demanda industrial de pêssego considerada como derivada da procura por seus produtos industrializados, pode-se afirmar que há uma tendência revelada pela indústria de que não reduzirá suas aquisições de pêssego junto aos produtores rurais. Esta constatação também está subsidiada pelos dados apresentados no Gráfico 13.

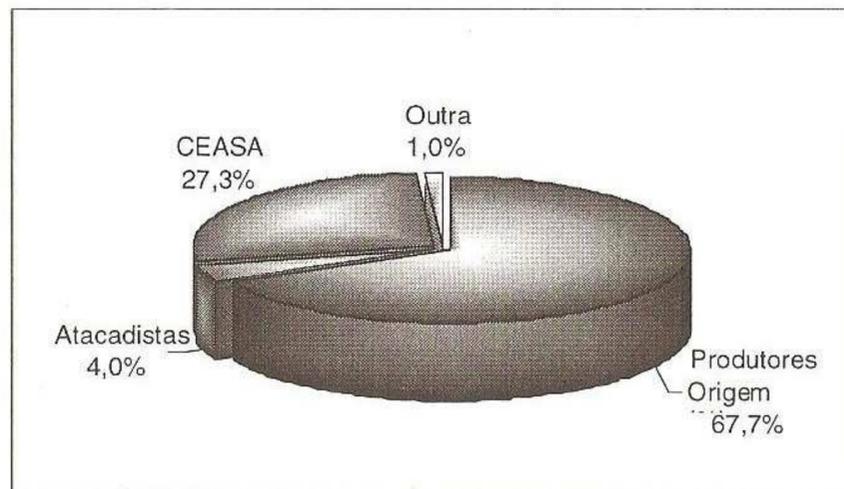
5 DEMANDA FINAL E ASPECTOS DO VAREJO DO PÊSSEGO E SEUS DERIVADOS

No ambiente de uma cadeia de comercialização agrícola, o segmento varejista de alimentos representa o elo final desta corrente que liga o produtor rural ao consumidor final do alimento. Sendo assim, este segmento é capaz de captar com maior rapidez e eficiência as variações comportamentais do consumidor dos produtos de origem agrícola. Portanto, esta etapa da pesquisa trabalhou com informações prestadas pelo segmento varejista (supermercados) com o objetivo de descrever e analisar o comportamento do consumidor, e também do próprio segmento varejista, no que diz respeito às suas demandas de pêssego de mesa e de seus derivados industrializados. As informações que subsidiam esta análise derivam diretamente da coleta de informações junto aos supermercados através de questionário específico, das informações das próprias indústrias e também da literatura especializada.

Na rede varejista de alimentos do Rio Grande do Sul², 67,7% do pêssego *in natura* comercializado provém diretamente dos produtores e apenas 4% de atacadistas. Também pode ser observado a partir dos dados apresentados no gráfico abaixo que 27,3% do pêssego comercializado no varejo passa pelo ambiente da CEASA, que representa o principal centro atacadista de alimentos no estado e, portanto, constitui-se um referencial para a formação dos preços de mercado.

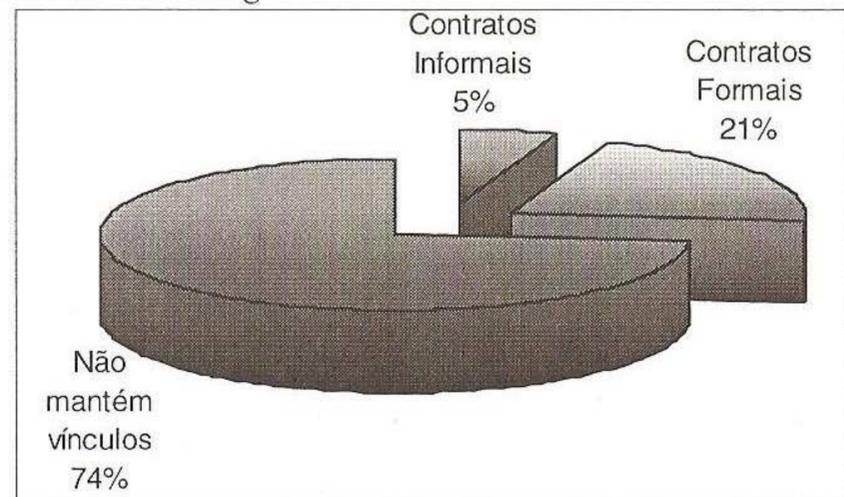
² Anualmente as 20 redes supermercadistas que compõem a amostra desta pesquisa comercializam 2,5 mil toneladas de pêssego *in natura*.

Gráfico 16: Origem do Pêssego in natura Comercializado nas Redes de Supermercados



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 17: Tipos de Vínculos Mantidos pelas Redes de Supermercados com os Fornecedores de Pêssego



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Em razão de que a maior parcela do pêssego comercializado *in natura* no varejo ser proveniente de canais diretos de comercialização entre produtores e varejistas, é necessário considerar as variáveis que interferem na configuração desta demanda. Neste sentido, a pesquisa revelou que 63,2% dos estabelecimentos varejistas pesquisados não praticam critérios especiais para a seleção dos fornecedores. A inexistência de critérios especiais para a escolha dos fornecedores por parte das redes de supermercados significa que tais redes, na maior parte dos casos, se abastece desta fruta diretamente no mercado. Ou seja, não existem contratos formais de fornecimento ou programação de compras que envolvam um período superior ao correspondente a safra. As decisões de compras são,

portanto, tomadas a partir do conhecimento da oferta e dos preços praticados. De outro lado, as redes varejistas que manifestaram possuir critérios para a seleção de fornecedores (36,8% dos estabelecimentos) revelaram que a principal variável considerada nesta escolha de fornecedores é a qualidade do pêssego ofertada, com 23,3% de frequência de respostas.

O segundo critério de seleção de fornecedores mais importante é o preço, com 21,9% de frequência de resposta. Naturalmente o preço aparece, junto com a qualidade, como um importante critério em razão da própria estrutura do mercado de pêssego de mesa, no qual existe em grande número de produtores frente a um número menor de compradores (varejistas) de forma que existe maior poder de barganha associado aos compradores³, que, por consequência exercem maior poder dentro do mecanismo de descoberta do preço de mercado.

A quantidade oferecida e a regularidade da oferta aparecem no mesmo nível de frequência das citações dos critérios mais relevantes para a determinação dos fornecedores. Neste aspecto, dado a existência de custos de transação e em razão da logística que envolve cada uma das lojas das redes de alimentos compreende-se que estas redes procurem abastecer-se através de fornecedores que garantam regularidade neste suprimento e volumes que justifiquem que a rede mantenha seu canal de abastecimento estruturado a partir de um grupo específico de fornecedores. Garante-se, assim, a economicidade desta operação de compra, por parte das redes varejistas.

Por fim, consideram-se, ainda os prazos de pagamento como outro importante critério de seleção de fornecedores. Esta variável revela que pretensos novos fornecedores de pêssego aos supermercados necessitam conceder prazos para o recebimento de suas vendas, além de garantir o cumprimento dos critérios anteriormente explicitados. Na maior parte das transações de compra de pêssego pelas redes de supermercados (63%) está envolvido um prazo de pagamento de 30 dias após o recebimento da fruta. As compras à vista representam apenas 10%, assim como os prazos de 15 dias para o pagamento, sendo que outros prazos diferentes dos já mencionados foram citados por 15,8% das redes varejistas pesquisadas.

Da mesma forma como em relação à fixação de critérios especiais para a seleção dos fornecedores, existem poucas redes varejistas que mantêm contratos formais com seus fornecedores de pêssego, apenas 21% das redes pesquisadas. A maior parte das organizações varejistas no estado (74%) não mantém vínculos contratuais com seus abastecedores de pêssego e as demais redes (5%) estabelecem relações contratuais informais com seus fornecedores.

Assim, percebe-se que as relações simples de mercado regem a maior parte das transações que envolvem o abastecimento de pêssego *in natura* nas redes de supermercados.

³ Esta estrutura assemelha-se a formação de um oligopsonio.

Esta estratégia de abastecimento adotada pelas redes varejistas mostra-se adequada se observada a partir dos interesses destas organizações empresariais. Como o pêssego *in natura* constitui-se em um produto de baixo grau de diferenciação, as redes supermercadistas podem contar com maiores graus de liberdade para a escolha entre um grande número de produtores. Portanto, ao optar pelo abastecimento diretamente no mercado, os supermercados têm maiores possibilidades de atender os requisitos de qualidade ao mesmo tempo em que se possam minimizar os custos de aquisição desta fruta.

Cabe destacar que esta estratégia adotada pelo segmento varejista somente é viável no mercado gaúcho, pois no estado do Rio Grande do Sul concentra-se 56% da produção nacional desta fruta. Assim, as redes varejistas de outros estados teoricamente devem buscar vínculos mais estreitos com seus fornecedores de pêssego se pretendem garantir seus fluxos de abastecimento e o oferecimento desta fruta aos seus clientes, dado a menor oferta local ou a sua quase inexistência.

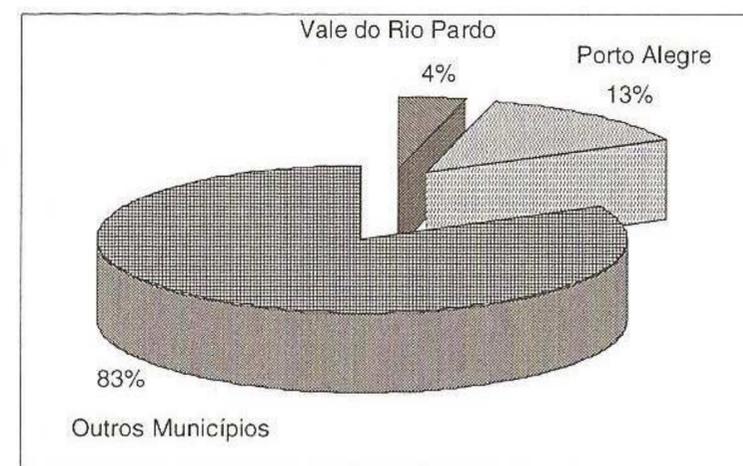
Ainda em relação às estratégias da rede supermercadista gaúcha, a pesquisa revelou que em 77,8%, as compras de pêssego são centralizadas pela matriz e distribuídas a cada loja. As demais redes 22,2% utilizam sistemas de compras descentralizadas, onde cada loja individualmente gerencia suas compras de pêssego. A primeira forma descrita, envolve a existência de vínculos mais fortes entre compradores (varejistas) e vendedores (produtores), dado os volumes transacionados e as próprias características das transações (menor número de agentes envolvidos, formação de representação, etc.). No entanto, penetrar neste mercado é relativamente fácil. Não existem barreiras impelidas para que um produtor possa vir a ser um fornecedor da rede de supermercados, dado que não existem vínculos fortes entre as redes e seus fornecedores. Além disso, critérios adotados para a seleção destes fornecedores podem ser facilmente atendidos, uma vez que a tecnologia básica para a produção pode ser facilmente alcançada pelos produtores rurais.

Tomando-se por base a população do Rio Grande do Sul para o ano de 1996 (FEE, 1998) e o consumo *per capita* de pêssego no estado, que é de aproximadamente 1,78Kg por habitante/ano (Begniss e Santos, 1999), pode-se estimar o consumo em cada município. Evidentemente, a região mais populosa do estado (grande Porto Alegre) também reúne o maior consumo da fruta. Isoladamente, o município de Porto Alegre responde por 13% de consumo estadual.

Como já foi tratado anteriormente, o pêssego compõe uma série de produtos alimentícios industrializados, principalmente enquanto elemento responsável por conceder sabor e aroma a estes produtos. Novamente destacando-se que o segmento varejista de alimentos, composto principalmente pelas redes de supermercados, enquanto elemento final de ligação entre o consumidor e o restante da cadeia de comercialização de produtos agropecuários, pode-se, a partir da percepção deste segmento, traçar algumas perspectivas e tendências para o consumo destes derivados. Neste sentido, as informações apontam para um consumo de derivados de pêssego em expansão (Gráfico

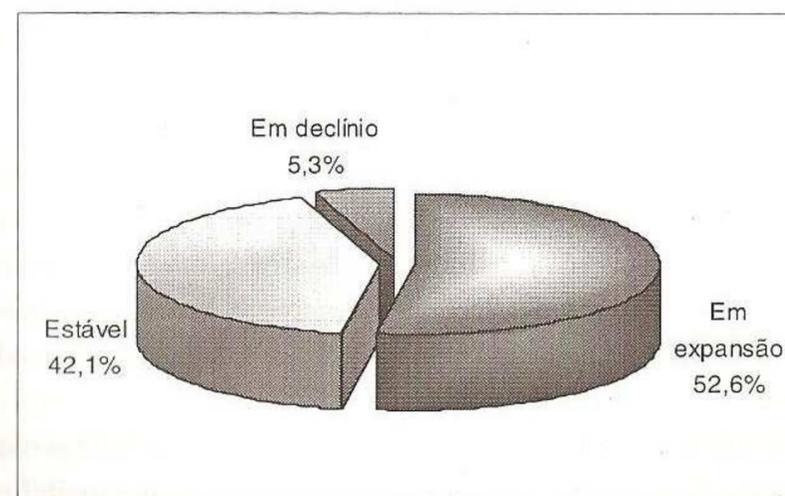
18). Isto revela que os consumidores, segundo a percepção dos varejistas, estão ampliando suas preferências no sentido de maior demanda por produtos alimentares com sabor e aroma de pêssego.

Gráfico 18: Participação no Consumo Total de Pêssego no Rio Grande do Sul



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Gráfico 19: Tendências de Mercado para Produtos Derivados do Pêssego no Varejo



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

Embora seja difícil de mensurar o consumo destes produtos, a partir das informações das indústrias e da população, pode-se fazer uma estimativa do consumo *per capita* destes. Assim, conforme os dados de pesquisa, calcula-se um consumo total de 4.860 toneladas/ano de pêssego em calda no Rio Grande do Sul, o que equivale a um consumo *per capita* de aproximadamente 0,5Kg/habitante/ano. Esta estimativa refere-se apenas ao volume da produção da indústria de conservas do Rio Grande do Sul destinada ao mercado gaúcho, desconsiderando, portanto, o consumo de pêssego em calda importado,

principalmente de países como a Grécia e Argentina, para o qual não existem dados disponíveis.

Da mesma forma como foi calculado o consumo de pêssego em calda (que representa o derivado industrializado de pêssego mais largamente consumido), calculou-se o consumo do doce cremoso de pêssego (Schmier e geléia) e do suco de pêssego. Anualmente são consumidos no Rio Grande do Sul cerca de 119 mil toneladas de doce cremoso de pêssego e 250 mil litros de suco de pêssego, representando um consumo médio anual *per capita* de 12,3 gramas e 25,9 mililitros, respectivamente. Nota-se, portanto, um baixo consumo destes dois produtos, o que no caso do suco se deve ao fato de ser um produto novo à disposição do consumidor, que ainda não criou o hábito de consumi-lo.

Outros produtos que são compostos por sabores e aromas de pêssego tais como iogurtes, "coolers", biscoitos, balas, etc, são difíceis de terem seu consumo mensurado devido a quase impossibilidade de desagregação das informações. No entanto, sabe-se que grande parte destes produtos não agregam diretamente o pêssego em sua composição, uma vez que são utilizadas essências aromáticas de pêssego no seu processo produtivo. Tal aprofundamento da análise que levaria a cabo o desenvolvimento destas características do mercado para estes produtos foge ao escopo desta pesquisa.

6 DESENHO DA CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DO PÊSSEGO NO RIO GRANDE DO SUL

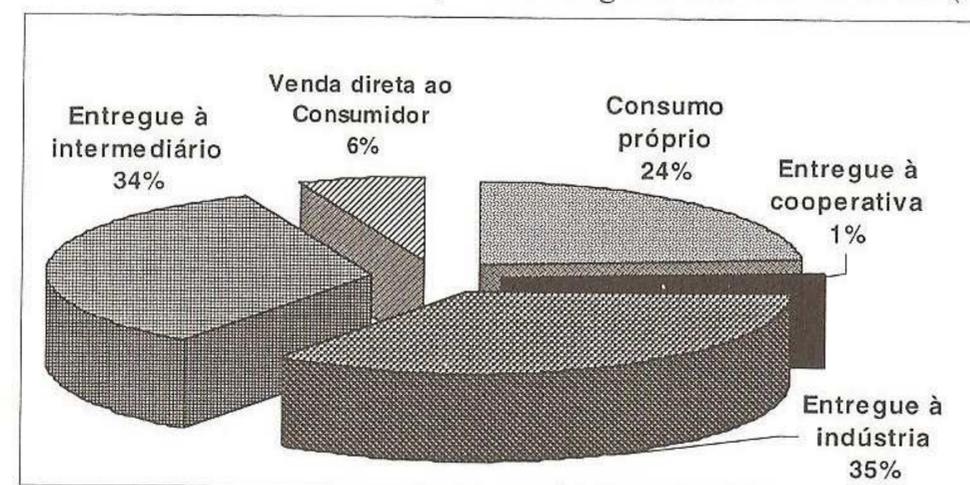
O principal problema de se desenhar os canais de comercialização de um produto agropecuário reside na dificuldade de obtenção dos dados necessários. Estes dados, na maioria das vezes, encontram-se dispersos em diferentes fontes e, quando disponíveis, apresentam problemas quanto a homogeneidade das informações. Assim, o pesquisador da área de comercialização agrícola, necessita combinar diferentes dados para que o fluxo do produto agrícola em análise possa ser descrito.

Assim, a cadeia de comercialização do pêssego no Rio Grande do Sul foi obtida a partir da reunião e adequação de uma série de dados e aproximações que possibilitaram seu desenho. Primeiramente tomou-se o valor da produção (R\$ 28.325.000,00) do ano safra de 1995-96 (IBGE, 1998) dividido pelo preço recebido pelo produtor (R\$ 0,87/Kg) no mês de dezembro de 1995 conforme dados da EMATER-RS. Este cálculo forneceu o volume produzido de pêssego no estado em unidades de Kg, uma vez que as informações do IBGE são expressas em mil frutos. Desta forma pode-se estimar que o volume de pêssego produzido no Rio Grande do Sul em 32.557 toneladas.

Conforme visto anteriormente a indústria de derivados do pêssego no estado demanda anualmente 14 mil toneladas desta fruta, o que representa 43% da produção

total. O restante do pêssego produzido destina-se ao consumo *in natura* e chega ao consumidor final após percorrer diferentes estruturas de canais.

Gráfico 20: Destino da Produção de Pêssego no Rio Grande do Sul (1995-1996)



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados do IBGE, 1998.

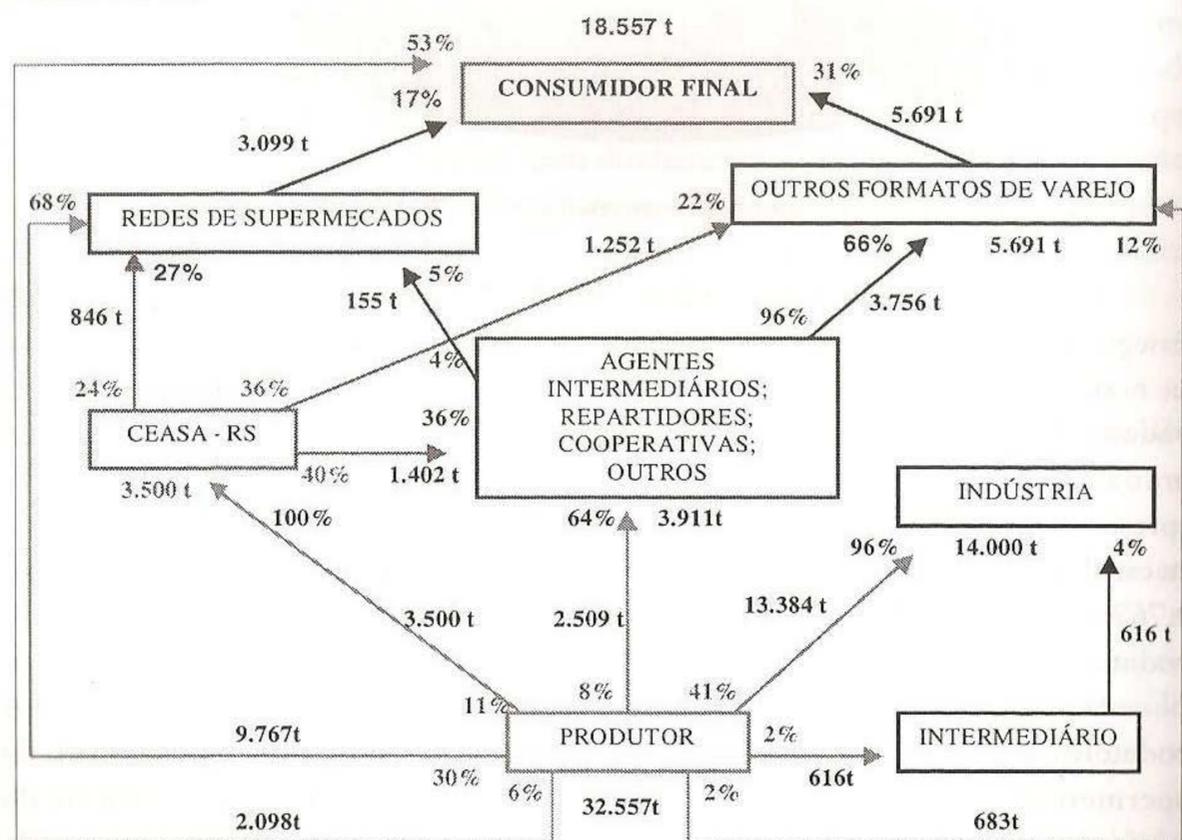
Os dados do Censo Agropecuário 1995-1996 (Gráfico 20) indicam que 30% do pêssego produzido no Rio Grande do Sul destina-se diretamente ao consumidor, sendo que neste percentual inclui-se o consumo e a estocagem no próprio estabelecimento do produtor (24% da produção total). Nota-se, portanto, a elevada participação da produção para o autoconsumo do pêssego nas propriedades agrícolas do estado. Este volume (30%) representa o segmento da cadeia de comercialização do pêssego no qual há a utilização de um canal direto de comercialização. Ou seja, em torno de 30% da produção de pêssego (9.767 toneladas) no Rio Grande do Sul chega até o consumidor final diretamente do produtor, sem qualquer espécie de intermediação.

Sob o ponto de vista do consumidor, o pêssego adquirido diretamente dos produtores representa 53% do seu consumo. Segundo Neves (1999), as redes de supermercados no Brasil são responsáveis por 16,7% da comercialização de hortifrutigranjeiros. Assim, descontando deste percentual conjuntamente com a parcela de consumo direto (53%), pode-se inferir que 31% dos consumidores de pêssego no Rio Grande do Sul procuram abastecer-se desta fruta a partir de outros formatos de varejo como fruteiras, tendas, pequenos armazéns, etc.

O pêssego comercializado pelas redes de supermercados provém de diferentes fontes de abastecimento. Conforme dados da pesquisa, as redes de supermercados adquirem da CEASA-RS 27% do pêssego *in natura* comercializado em suas lojas, 68% diretamente do produtor (2.098 toneladas) e apenas 5% de agentes intermediários. Calcula-se que o volume total de pêssego comercializado pelas redes de supermercados no Rio Grande do Sul alcance 3,1 mil toneladas, 9,5% da produção total.

Na ausência de dados acerca da origem do pêssego *in natura* comercializado no estado pelos demais formatos de varejo que não as redes de supermercados, utilizou-se uma aproximação a partir da referência de Begnis e Santos (1999) sobre a origem das frutas comercializadas na Região do Vale do Rio Pardo nestes tipos de estabelecimentos varejistas, principalmente os de pequeno porte. Conforme estes dados, pressupõe-se que as 5,6 mil toneladas de pêssego anualmente comercializadas por estes formatos de varejo provém em 66% de agentes intermediários, 12% diretamente dos produtores em 22% da CEASA-RS.

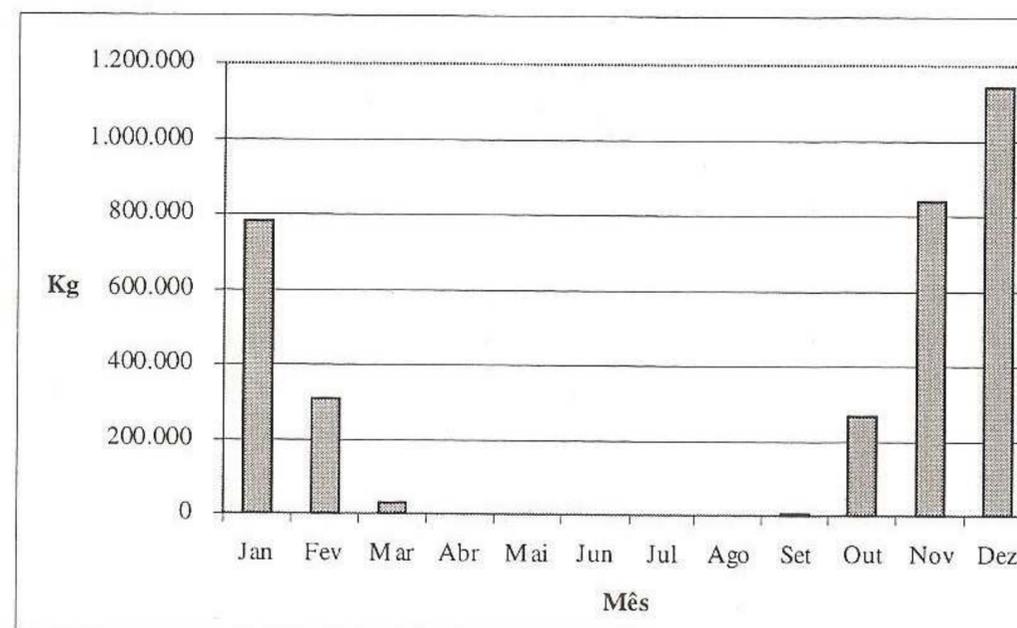
Figura 01: Estrutura da Cadeia de Comercialização do Pêssego Produzido no Rio Grande do Sul



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

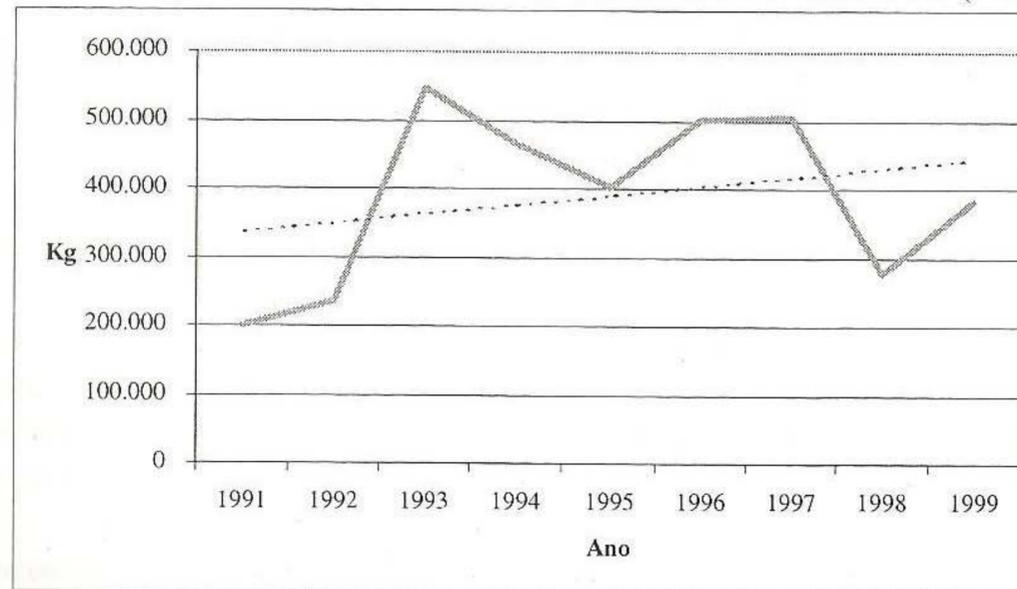
A CEASA-RS, por sua vez, intermedia 11% da produção total de pêssego no estado, o equivalente a 3,5 mil toneladas no ano de 1999. O pêssego comercializado nesta central atacadista tem sua origem consideravelmente dispersa entre os municípios do Rio Grande do Sul, no entanto destaca-se que os municípios de Farroupilha, Flores da Cunha, Bento Gonçalves e Nova Pádua, localizados na região da Serra Gaúcha, juntos participam com 57% do volume comercializado na CEASA-RS, configurando-se nos mais relevantes.

Gráfico 21: Volume Médio Mensal de Pêssego Comercializado na CEASA-RS (1991-99)



Fonte: Elaborado a partir de estatísticas da CEASA-RS.

Gráfico 22: Volume Médio Anual Comercializado na CEASA-RS (1991-99)



Fonte: Elaborado a partir de estatísticas da CEASA-RS.

A comercialização de pêssego na CEASA-RS ocorre basicamente entre os meses de outubro a fevereiro, concentrando-se no mês de dezembro, quando ocorre a pico da colheita. Neste mês, ocorre a comercialização de 34% de todo o pêssego anualmente negociado através desta central atacadista. Também é neste período que o preço praticado alcança seu menor nível.

Embora não existam dados disponíveis sobre o destino do pêssego comercializado no ambiente da CEASA-RS, pode-se depreender do conjunto das demais informações reunidas na pesquisa, que 24% destina-se às redes de supermercados, 36% diretamente a outros formatos de varejo e 40% aproximadamente são adquiridos por agentes intermediários. A intermediação ocorre entre a CEASA-RS e os distintos pontos de varejo no estado realiza-se principalmente por agentes conhecidos como repartidores.

A atuação dos intermediários na cadeia de comercialização do pêssego no Rio Grande do Sul se dá de duas formas. A primeira, envolve agentes independentes, empresas comerciais e cooperativas que intermedeiam a negociação entre produtores rurais e indústria. Dentro da cadeia do pêssego, sua atuação não é significativa, não exercendo comprovada influência na definição dos preços no conjunto da cadeia, pois estão envolvidos em transações que não ultrapassam 2% do pêssego produzido no estado.

A segunda forma de atuação dos agentes intermediários se dá através de empresas, agentes individuais (repartidores) e também cooperativas que atuam junto a CEASA-RS e entre os produtores e as firmas varejistas. Estes agentes intermediários movimentam aproximadamente 12% do pêssego produzido no Rio Grande do Sul (3,9 mil toneladas) e exercem relativa influência na formação dos preços em nível de atacado e também em relação aos preços recebidos pelos produtores.

Ainda no tocante ao comportamento dos agentes e instituições envolvidas no processo de comercialização do pêssego, cabe destacar a influência dos preços praticados na CEASA-RS sobre o processo de formação de preços no conjunto da cadeia. Os preços praticados na CEASA-RS, por serem formados a partir da oferta e demanda do produto, constituem-se em referência à formação dos preços do pêssego *in natura*, tanto ao consumidor final como para o produtor rural. Neste sentido, estes preços configuram a melhor referência de preços em nível de atacado. De outro lado, a esfera do varejo define os preços praticados ao consumidor final, sendo que as redes de supermercados exercem influência sobre os preços praticados nos demais formatos varejistas. Porém, a inexistência de uma série histórica de preços de pêssego *in natura* em nível de consumidor impossibilita a definição do sentido de transmissão dos preços através de cálculos da elasticidade-preço. Ou seja, se os preços no atacado definem os preços no varejo ou se os preços no varejo determinam a fixação dos preços no atacado.

Por fim, assim, como para a maioria dos produtos de origem agropecuária, o produtor de pêssego pode ser considerado com um tomador de preços. Isto significa que, mesmo no tocante às vendas diretas ao consumidor, o preço recebido pelo produtor depende dos preços que são praticados em outros níveis da cadeia (atacado e varejo). Pode-se afirmar, então, de acordo com as informações pesquisadas, que os agentes e instituições que exercem maior influência no processo de comercialização do pêssego no Rio Grande do Sul são a CEASA, no que diz respeito ao pêssego de mesa e as indústrias de doces e conservas, para o caso do pêssego especial para a indústria.

7 PREÇOS E MARGENS DE COMERCIALIZAÇÃO NA CADEIA PRODUTIVA DO PÊSSEGO

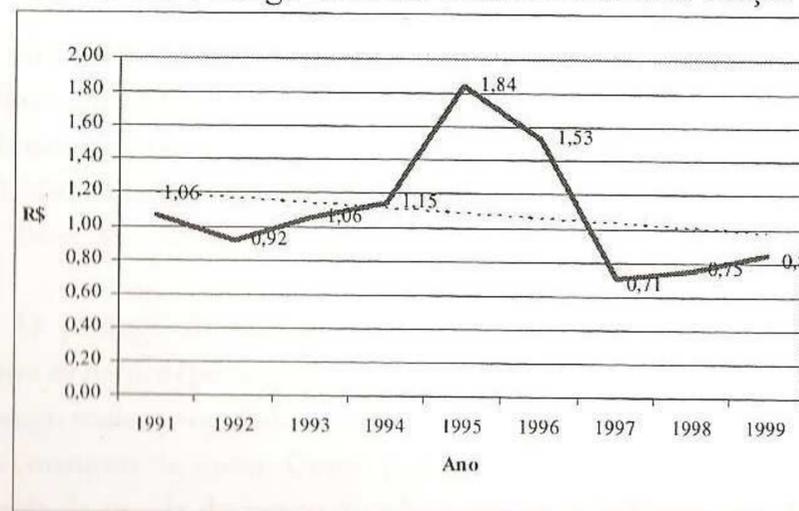
Os estudos das margens de comercialização dos produtos de origem agropecuária refletem não apenas em custos da comercialização dos mesmos, mas também a composição de seus preços. Ou seja, a partir da análise das margens de comercialização pode-se determinar o quanto cada componente da cadeia de produção absorve do preço final que o consumidor paga pelo produto. Incluem-se aí os custos de industrialização para o caso daqueles produtos que não são consumidos *in natura*, ou têm sua forma inicial modificada por algum tipo de beneficiamento. Logicamente para que se possa desenvolver estudos sobre margens de comercialização dos produtos agropecuários é necessário ter conhecimento dos preços praticados nos diferentes níveis intermediários da cadeia de comercialização.

Desta forma, a análise que segue está dividida em duas etapas subsequentes: Primeiro procurou-se demonstrar a evolução e o comportamento dos preços do pêssego. No segundo momento, com base nos preços atualmente praticados, analisou-se a composição das margens de comercialização para o pêssego e para os seus principais derivados industrializados (pêssego em calda, doce cremoso e suco).

7.1 Comportamento dos preços do pêssego na década de 1990

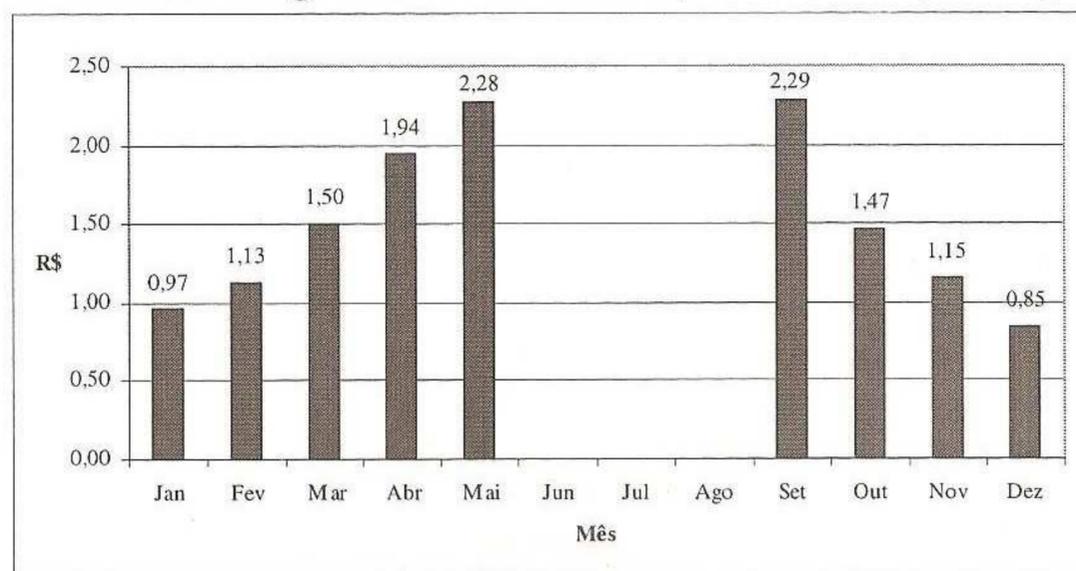
Com base nos dados da EMATER-RS pode-se constatar que a média histórica dos preços do pêssego de mesa recebidos pelo persicultor no Rio Grande do Sul situa-se em R\$1,13/Kg no período 1991-99. No entanto, observou-se para este período uma tendência de queda nos preços recebidos pelo produtor gaúcho de pêssego de mesa.

Gráfico 23: Pêssego de Mesa: Médias Anuais de Preços ao Produtor (1991-99)



Fonte: Elaborado a partir de dados da EMATER-RS
Base: dezembro de 1999 = R\$1,00

Gráfico 24: Pêssego de Mesa: Médias de Preços ao Produtor (1991-99)

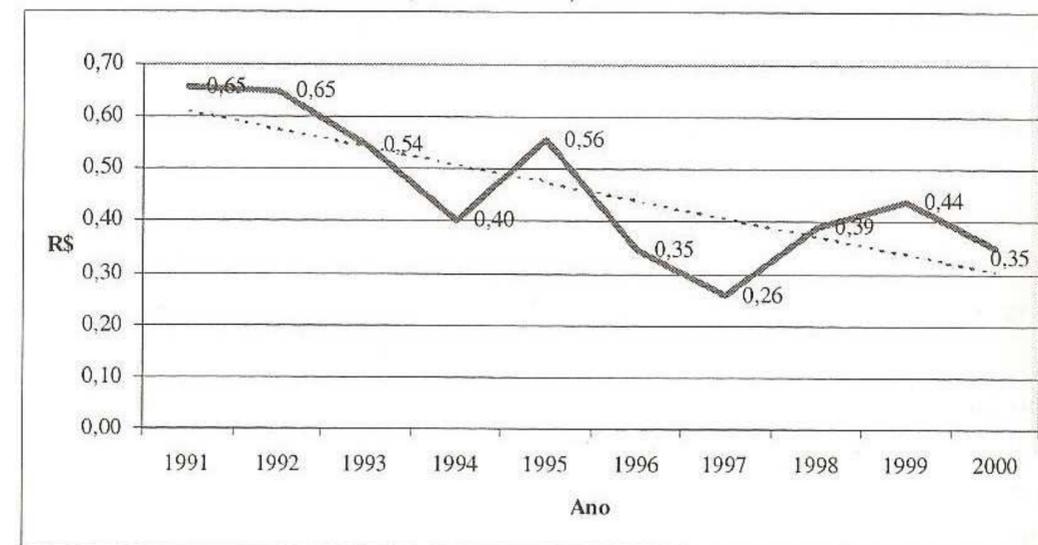


Fonte: Elaborado a partir de dados da EMATER-RS
Base: dezembro de 1999 = R\$1,00.

Dentro do período analisado, os preços do pêssego de mesa recebidos pelo produtor apresentam significativas variações ao longo do ano, associados à sazonalidade da produção. Embora se perceba uma variação nos preços do período, atingido o pico de R\$1,84/Kg, pode-se observar uma leve tendência de queda nos preços. No entanto, os três últimos anos da década demonstram uma nova tendência crescente dos preços. Assim, pode-se esperar que, para a safra 2001/2002 o preço médio do pêssego de mesa esteja em torno de R\$ 0,90/Kg.

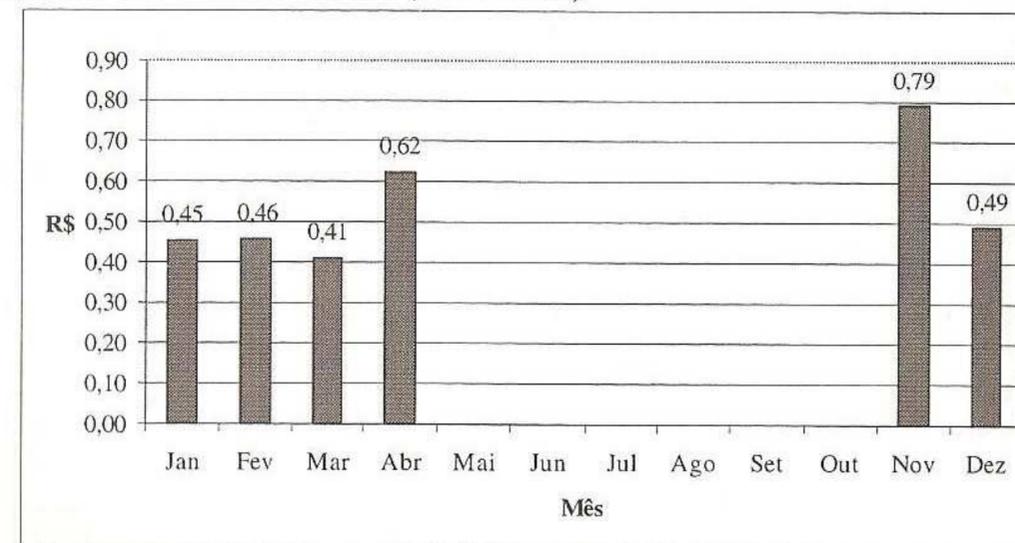
Nos meses de junho a agosto não há produção de pêssego no Rio Grande do Sul o que explica os maiores preços verificados nos meses de maio e setembro, períodos mais próximos da entre-safra. Em dezembro, mês em que a produção alcança seu auge, verificam-se os menores preços, reforçando o caráter da oferta e demanda como formadores do preço deste produto. No mês de dezembro, a média histórica do preço do pêssego de mesa recebido pelo produtor é de R\$ 0,85/Kg. Este preço, conforme observa-se no Gráfico 24 vai aumentando à medida em que a safra vai terminando e se aproxima o período da entre-safra, quando o preço chega a alcançar mais de R\$2,20/Kg.

Gráfico 25: Média Anual de Preços do Pêssego para a Indústria Recebidos pelo Produtor no Rio Grande do Sul (1991-2000)



Fonte: Elaborado a partir de dados da EMATER-RS
Base: novembro de 1999 = R\$1,00

Gráfico 26: Média Mensal de Preços de Pêssego para a Indústria Recebidos pelo Produtor no Rio Grande do Sul (1991-2000)



Fonte: Elaborado a partir de dados da EMATER-RS
Base: novembro de 1999 = R\$1,00

O pêssego destinado à indústria tem preço inferior ao comercializado para consumo *in natura* (pêssego de mesa). O preço recebido pelo produtor para as variedades de pêssego mais apropriadas para a industrialização é cerca de 42% do preço do pêssego para o consumo de mesa. Como pode ser visualizado no Gráfico 25, há uma evidente tendência de queda do preço do pêssego para a indústria recebido pelos persicultores gaúchos. A média histórica para o período analisado (1991-2000) é de R\$0,47/Kg. Em

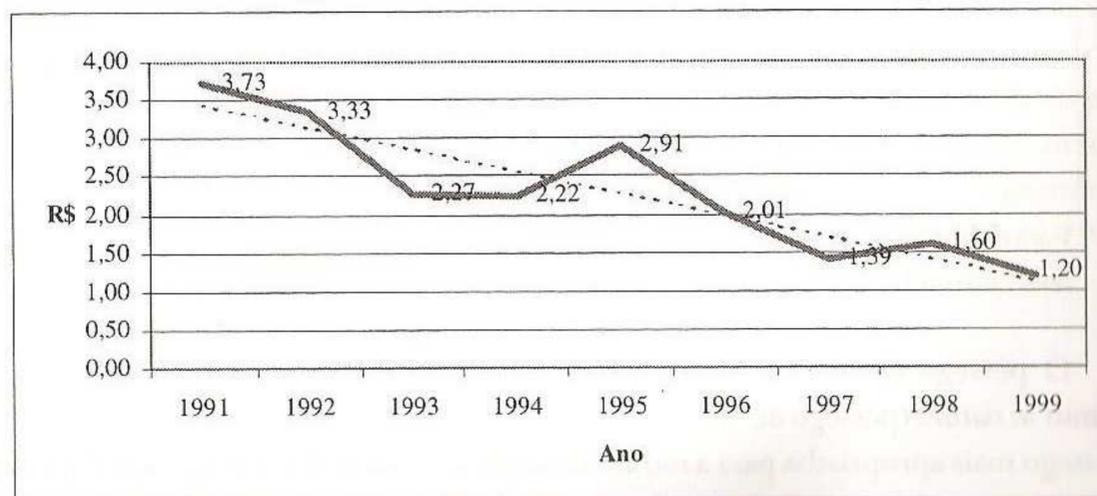
valores atuais, o preço praticado no ano de 2000 (R\$0,35/Kg) corresponde a apenas 54% do preço médio do ano de 1991. Persistindo esta tendência espera-se que para a safra de 2001/2002 o preço médio do pêssego para a indústria recebido pelo produtor gaúcho esteja em torno de R\$0,24/Kg.

Em relação ao pêssego para a indústria, não é observada uma flutuação muito grande nos preços entre os meses do ano. Este fato explica-se em razão de que em cada safra, indústria e agricultores negociam preços que acabam construindo referência para todo o período da safra. Entretanto, cabe destacar que nos meses de abril e novembro, respectivamente períodos de final e início de safra observam-se preços mais elevados, quando os mecanismos de oferta e demanda trabalham mais livremente no sentido da formação do preço da fruta.

De forma geral, pode-se observar que os preços recebidos pelo persicultor no Rio Grande do Sul apresentam uma tendência de queda no período observado. Apenas para o caso do pêssego de mesa há uma reversão observada a partir de 1997, após uma queda acentuada em 1996 e 1997. No ano de 1995, tanto o pêssego de mesa como o para a indústria mostram-se muito superiores à média do período. A explicação mais plausível para este fato talvez esteja relacionada ao clima que pode ter causado alguma frustração de safra e assim a menor oferta tenha pressionado uma elevação nos preços praticados.

Na esfera do atacado, a única fonte de dados possível de fornecer uma série histórica de preços para o pêssego é a CEASA-RS. Desta forma, somente para o pêssego de mesa pode-se analisar o comportamento dos preços neste segmento da cadeia. Para este produto, a análise dos dados de preços praticados no atacados no período 1991-1999, a partir da CEASA-RS como entreposto, revela uma clara tendência de queda nos preços do pêssego de mesa.

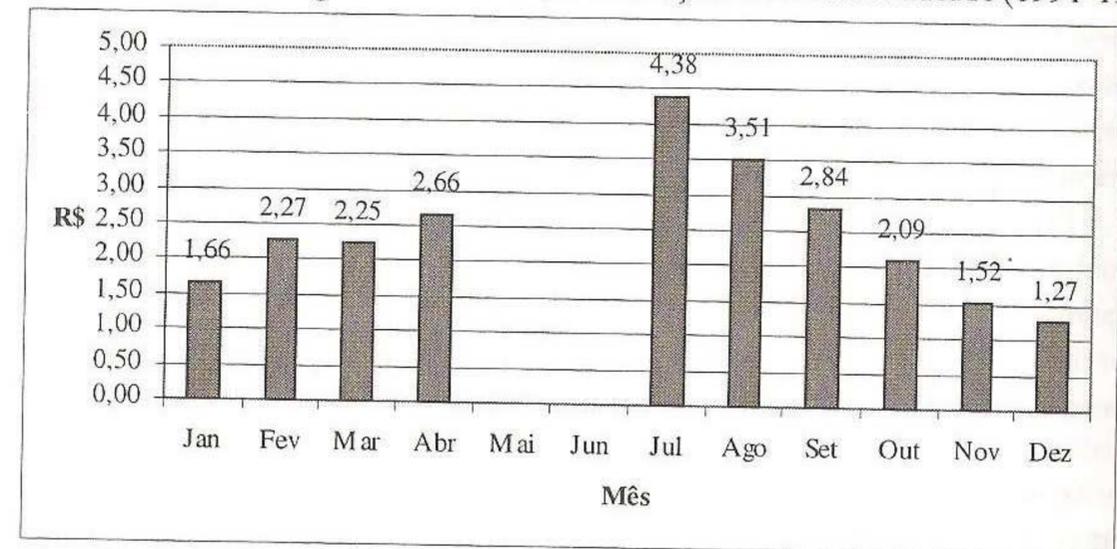
Gráfico 27: Pêssego de Mesa: Médias Anuais de Preços do Atacado (1991-1999)



Fonte: Elaborado a partir de dados da EMATER-RS

Base: dezembro de 1999 = R\$1,00

Gráfico 28: Pêssego de Mesa: Médias de Preços Mensais no Atacado (1991-1999)



Fonte: Elaborado a partir de dados da EMATER-RS.

Base: dezembro de 1999 = R\$1,00.

A média histórica dos preços do pêssego de mesa praticados no atacado é de R\$2,29/Kg, bastante superior ao preço médio observado no ano de 1999 (R\$1,20/Kg). O preço médio praticado em 1999 representa apenas 32% do preço médio estabelecido em 1991. Persistindo esta tendência de queda nos preços, é possível que para a safra de 2001/2002 o preço se estabeleça próximo a R\$0,30/Kg.

No ambiente da CEASA-RS é perfeitamente identificável a flutuação estacional dos preços do pêssego de mesa em nível de atacado conforme a oferta do produto (Gráfico 28). Nota-se que no mês de dezembro, historicamente ocorrem os menores preços pois, neste mês, concentra-se a oferta de pêssego neste entreposto. Portanto, são as variedades de produção mais precoces que alcançam os melhores preços, pois são comercializadas em períodos de reduzida oferta.

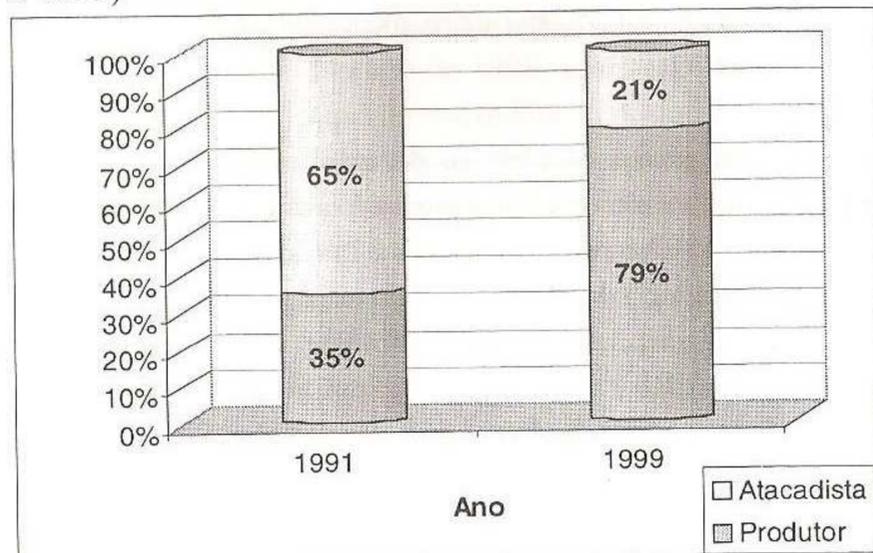
7.2 Margens de comercialização na cadeia do pêssego

A obtenção de uma série histórica sobre as margens de comercialização do pêssego no Rio Grande do Sul só foi possível para o caso das margens do atacadista em relação ao pêssego de mesa. Nos demais níveis de mercado e para os demais produtos industrializados a partir do pêssego não existem séries de dados disponíveis ou possíveis de serem construídas. Assim, tendo-se por base os dados da EMATER-RS e da CEASA-RS, calculou-se as margens absoluta e relativa do atacadista para o período de 1991-1999, para o qual se dispunha de dados. A análise demonstrou que estas margens têm decrescido ao longo do período. Em termos de margem absoluta do atacadista, houve uma redução da ordem de 89%. Esta redução nas margens do atacadista resultam do aumento da

concorrência entre os agentes intermediários envolvidos no processo de comercialização do pêssego de mesa em nível de atacado. Soma-se a isto, o processo crescente de eliminação de intermediários na cadeia de abastecimento das grandes redes de supermercados, as quais passam a buscar seu fornecimento de hortifrutigranjeiros diretamente junto aos produtores.

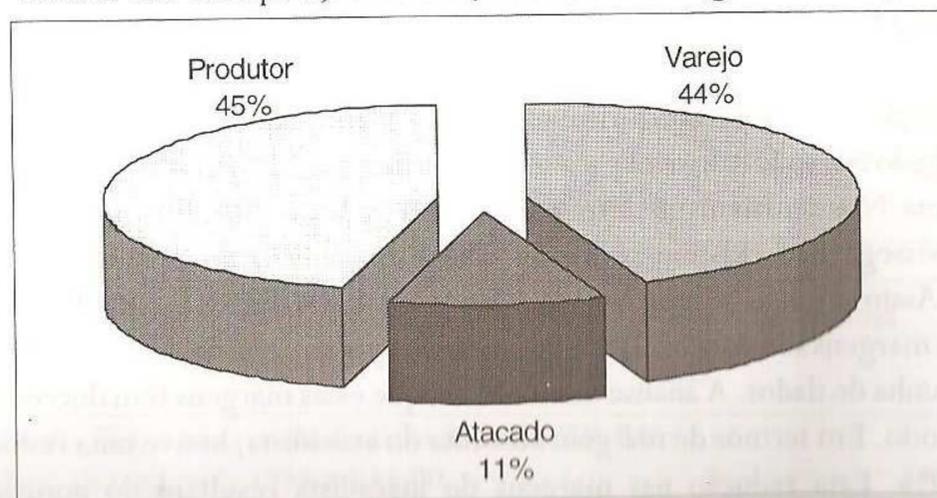
Para que se tenha uma idéia mais precisa do que está acontecendo com as margens de comercialização do pêssego de mesa no Rio Grande do Sul, comparou-se a composição destas margens nos anos de 1991 e 1999. Enquanto em 1991 os intermediários atacadistas absorviam 65% do preço do pêssego de mesa até este nível de mercado, em 1999 este percentual cai para 21%.

Gráfico 29: Composição da Margem Relativa do Atacadista para o Pêssego de Mesa (1991 e 1999)



Fonte: Elaborado a partir de dados da pesquisa

Gráfico 30: Composição do Preço Final do Pêssego de Mesa (2000)



Fonte: Elaborado a partir de dados da pesquisa

Tomando-se a margem absoluta do atacadista como medida do custo de comercialização do pêssego de mesa no nível de intermediação correspondente ao atacado, pode-se afirmar que, em 1991 este processo de reunir e padronizar o pêssego de mesa (funções dos intermediários atacadistas) mais o lucro do agente intermediário, custava à cadeia produtiva desta fruta cerca de R\$2,00 por cada quilograma de fruta comercializada. Já em 1999 este custo (margem absoluta do atacadista) cai para R\$0,21/Kg. Ou seja, neste período houve uma redução nos custos intermediários da cadeia de comercialização do pêssego de mesa no Rio Grande do Sul, da ordem de R\$0,80/Kg de pêssego comercializado.

Apesar de não existirem séries históricas com os preços nos demais níveis do mercado de pêssego, a pesquisa preocupou-se em medir as margens tanto para o pêssego de mesa como para os principais produtos industrializados a partir desta fruta, conforme os preços praticados no ano de 2000. Neste sentido, o gráfico acima demonstra a configuração atual da composição do preço final do pêssego de mesa. Do preço final que o consumidor paga por esta fruta, o produtor rural absorve 45%. Ou seja, dado que o preço do pêssego de mesa ao consumidor (preço no varejo) é em média R\$1,79/Kg o persicultor recebe R\$0,81/Kg (45%). Já os intermediários atacadistas que vendem o pêssego de mesa aos varejistas por R\$1,00/Kg em média, são remunerados com 11% do preço que o consumidor final paga por esta fruta. Por fim, o varejista, elo final entre o consumidor e o produtor, absorve 44% do preço praticado ao consumidor.

Tomando-se, então, o canal de comercialização longo como base e as margens de comercialização como medida dos custos de comercialização envolvidos neste canal, tem-se que o processo de levar o pêssego de mesa do produtor rural até os distintos pontos de consumo final custa em média R\$0,98/Kg (margem total). Este custo pode ainda ser dividido conforme os "elos" intermediários do canal de comercialização. Assim, o custo associado à intermediação dos agentes atacadistas é medido através da margem absoluta do atacadista. Segundo esta medida, a intermediação dos agentes atacadistas acrescenta um custo de R\$0,19/Kg à cadeia de comercialização do pêssego de mesa. De outro lado, a disposição final ao consumidor a partir do segmento varejista acrescenta um custo de R\$0,79/Kg, em média, ao preço final pago pelo consumidor.

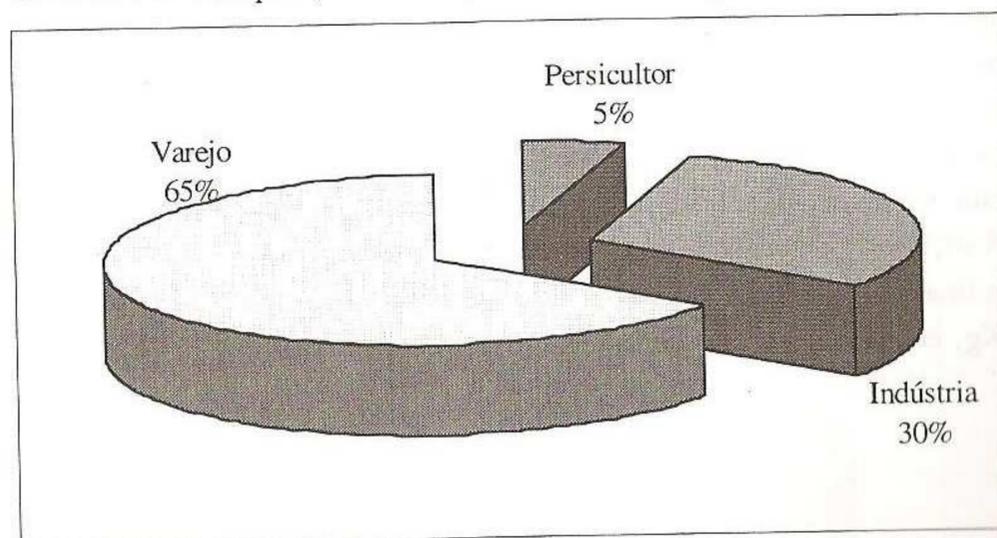
Tabela 03: Configurações Atuais das Margens de Comercialização

Tipos de Margens	Produto			
	Pêssego de Mesa	Pêssego em Calda	Suco Natural	Doce Cremoso
Margem Total (R\$)	0,98	5,35	1,45	3,32
Margem Total Relativa (%)	54,75	95,03	85,29	90,25
Margem Absoluta do Varejista (R\$)	0,79	3,65	1,10	1,88
Margem Relativa do Varejo (%)	44,13	64,81	64,71	51,09
Margem Absoluta da Indústria (R\$)	0,19	1,70	0,35	1,44
Margem Relativa da Indústria (%)	19,00	85,88	58,33	80,07

Fonte: Elaborado a partir de dados da pesquisa.

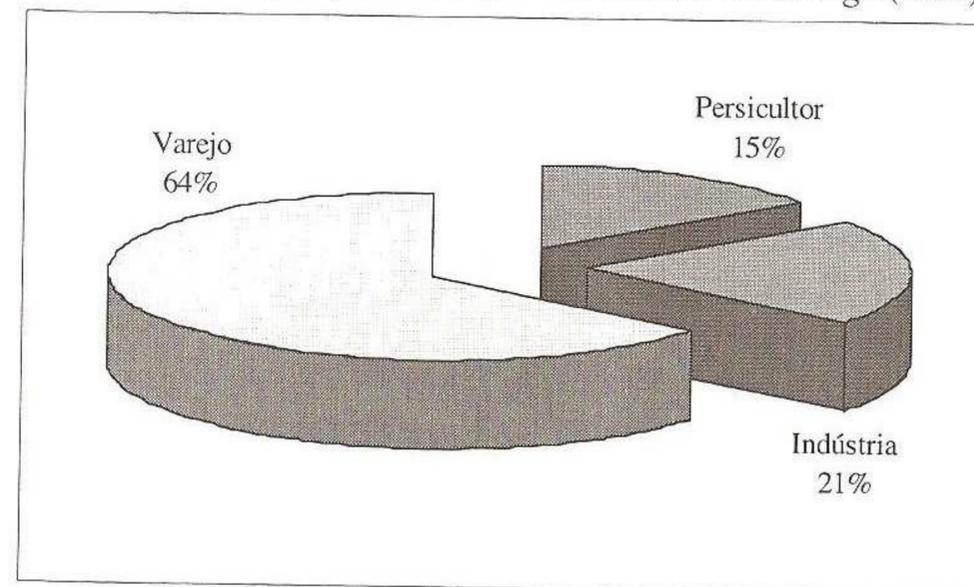
Os dados da pesquisa também possibilitam o cálculo das margens de comercialização para os principais produtos industrializados de pêssego: pêssego em calda, doce cremoso de pêssego e suco. O Gráfico 31, apresenta a composição final do preço para o pêssego em calda, destacando-se que o varejo absorve a maior parte do preço final pago pelo consumidor deste produto (65%) e o persicultor fica apenas com 5%. A indústria, responsável pela transformação do pêssego *in natura* em compotas de pêssego em calda, absorve 30%, pouco menos de um terço, do preço ao consumidor.

Gráfico 31: Composição do Preço Final do Pêssego em Calda (2000)



Fonte: Elaborado a partir de dados da pesquisa

Gráfico 32: Composição do Preço Final de Suco de Pêssego (2000)



Fonte: Elaborado a partir de dados da pesquisa.

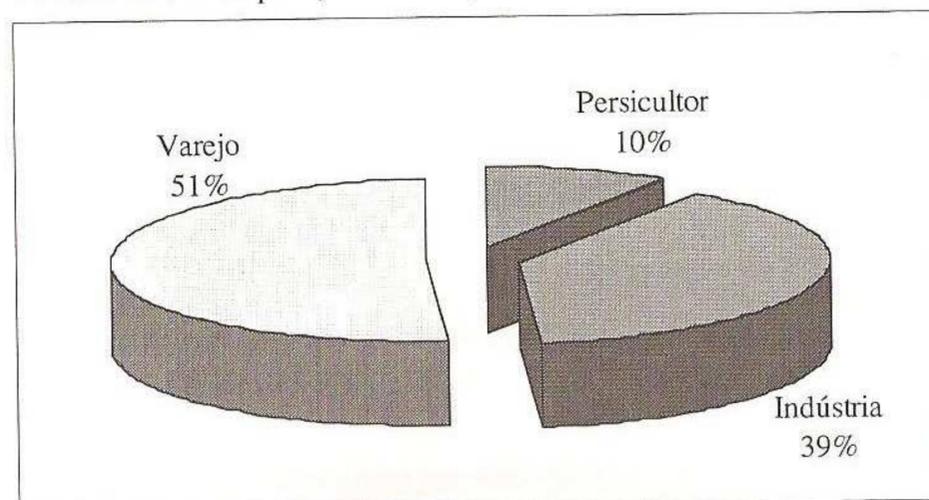
No varejo, um quilograma de pêssego em calda no Rio Grande do Sul está custando em média R\$5,63 e a margem absoluta do varejista é de R\$3,95/Kg. Isto significa que o custo de dispor o produto nos pontos de consumo (esfera do varejo) é em média R\$3,95/Kg. Neste caso, está incluída a intermediação entre a indústria e o varejo que ocorre frequentemente através da figura dos atacados e distribuidores do pêssego em calda, mas que não são exclusivamente dedicados a este produto. Frequentemente estes são conhecidos por distribuidoras de gêneros alimentícios e trabalham com uma vasta lista de itens, possibilitando a diluição dos custos entre mais produtos distribuídos.

A indústria, por sua vez, utiliza em média cerca de 0,8Kg de pêssego *in natura* para cada Kg final de pêssego em calda. Assim, a matéria-prima pêssego entra no processo de produção do pêssego em calda a um custo de R\$0,28/Kg de produto final. Como a indústria vende o pêssego em calda a R\$1,98/Kg, em média, sua margem absoluta é de R\$1,70/Kg.

De forma semelhante que para o caso do pêssego em calda, a composição do pêssego final do suco de pêssego mostra que a esfera do varejo apropria-se de 64% do preço final do suco ao consumidor (R\$1,70/litro em média no Rio Grande do Sul). À indústria cabe 21% do preço final do suco, ao persicultor 15%. Conforme os cálculos das margens (Tabela 03), a indústria comercializa o suco de pêssego a R\$0,60/litro, configurando uma margem absoluta de R\$0,35/litro. Esta margem da indústria significa que a cada litro de suco produzido pela indústria, esta agrega R\$0,35 aos R\$0,25 pagos ao produtor para cada 0,70 Kg de pêssego que em média é necessário para produzir um litro de suco. A maior parte do custo associado ao canal de comercialização do suco de pêssego está na passagem da indústria para o consumidor final (margem absoluta do

varejista), algo em torno de R\$ 1,10 por litro de suco.

Gráfico 33: Composição do Preço Final do Doce Cremoso de Pêssego (2000)



Fonte: Elaborado a partir de dados da pesquisa.

Por tratar-se de um produto que passa por um processo de industrialização mais complexo, o doce cremoso de pêssego, na sua composição final do preço, apresenta uma participação maior da indústria (39%) em comparação com o pêssego em calda e o suco natural de pêssego. Para este produto, o varejo (e atacado) participa com 51% do preço final enquanto que o produtor recebe apenas 10% deste preço. O processo industrial do doce cremoso exige que para cada quilograma produzido seja utilizado pelo menos 1 Kg de pêssego *in natura*. Neste processo, a indústria agrega em torno de R\$ 1,44 por cada quilograma de doce de pêssego produzido. Já a intermediação entre a indústria e o consumidor final (margem absoluta do varejista) corresponde a um custo de R\$ 1,88/Kg.

De forma geral, a partir dos três produtos industrializados de pêssego pode-se observar a concentração dos custos de comercialização nas operações que envolvem a transposição do produto desde a indústria até o consumidor final (aqui denominado de margem do varejista). Em média, para estes produtos, este custo chega a representar uma dispersão aos pontos de varejo de 60% do preço final pago pelo consumidor.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As condições climáticas do Rio Grande do Sul conferem à persicultura uma natural vantagem competitiva frente aos demais estados brasileiros. Embora seja o maior produtor brasileiro, os produtores gaúchos de pêssego não têm logrado vantagens comerciais com esta fruta principalmente por duas razões. A primeira, de ordem interna,

diz respeito à própria estrutura da sua cadeia de comercialização. Ou seja, o pêssego para consumo de mesa demanda uma rápida comercialização e transporte, além de condições especiais de armazenamento. Condições estas que não são largamente observadas dentro da estrutura que dá suporte à comercialização deste produto no estado. A segunda razão, de ordem externa, está ligada à concorrência do pêssego importado, principalmente já industrializado, que chega ao mercado brasileiro a custos muito inferiores ao da produção nacional.

Não obstante estes fatores negativos, o consumo brasileiro de frutas (e seus derivados: doces e sucos) tem demonstrado sinais de expansão, permitindo-se traçar um futuro promissor ao desenvolvimento do cultivo de pêssego no Rio Grande do Sul, voltado tanto ao consumo regional como para a exportação aos demais estados brasileiros. Porém, a expansão dos pomares comerciais deve ser acompanhada de melhorias nas técnicas de cultivo (frutos de melhor qualidade) e também ações integradas visando melhorias na logística da comercialização.

No mesmo sentido, iniciativas locais e regionais de industrialização da fruta a partir de indústrias cooperativadas ou associações de produtores, voltadas à produção de pêssego em calda e suco de pêssego direcionada aos mercados mais próximos, demandam menores investimentos logísticos e mercadológicos, o que possibilita uma probabilidade maior de sucesso. Dentro desta mesma linha, a produção de polpa de pêssego para a indústria de bebidas, chás e produtos lácteos enfrenta menor concorrência externa e pode, ainda, aproveitar os frutos que, embora saudáveis, não se prestam ao consumo de mesa.

Também é importante destacar o fato de que o pêssego representa uma fruta de considerável valor comercial e que, embora exista uma tendência histórica de aviltamento de seus preços, este estudo também revelou que a cadeia de comercialização, principalmente para a fruta de consumo *in natura*, está se reorganizando no sentido da construção de canais mais diretos de comercialização (produtor-varejista). Isto, por sua vez, tem implicado em redução das margens dos intermediários e ganhos na absorção do preço final por parte dos produtores. No entanto, esta nova situação traz consigo novas exigências ao produtor em termos de disposição final do produto, o que implica em custos com embalagens, seleção, armazenagem e transporte do produto.

Por fim, embora não tenha sido objeto deste estudo, cabe ressaltar a importância do desenvolvimento das tecnologias de cultivo e da assistência técnica aos persicultores, na tentativa de que a produção possa atender às crescentes exigências dos consumidores. Preocupações com a qualidade da fruta, tanto em termos de sanidade, sabor e aparência como na forma de cultivo (utilização de agroquímicos) têm estado presentes nas decisões de consumo da população e, sendo assim, devem também orientar as ações dentro da cadeia produtiva.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A GRANJA. Chile: uma potência totalmente integrada ao comércio mundial. São Paulo. n. 613, p. 62-67, jan. 2000.
- BATALHA, Mário O. (coord.). *Gestão agroindustrial*. São Paulo: Atlas, 1997.
- BEGNIS, H. S. M.; SANTOS, J. A. G. dos. Abastecimento de produtos agropecuários na Região do Vale do Rio Pardo: uma análise a partir do ramo varejista de alimentos. *Redes*, Santa Cruz do Sul: EDUNISC, v.4, n.2, p.19-42, mai./ago.1999.
- CARVALHO, José Márcio. *Comercialização de frutos de qualidade*. Lavras: UFLA, 1996
- FEE, Fundação de Economia e Estatística. *Anuário Estatístico do Rio Grande do Sul: 1998*. Porto Alegre: FEE, 1998.
- FILHO, P. F.. *et alii*. Fruticultura brasileira: a busca de um modelo exportador. *BNDES Setorial*. Rio de Janeiro: BNDES, n.9, p.191-226, mar.1999.
- GAYET, Jean-Paul. Receita para crescer. *Agroanalysis*. Rio de Janeiro: FGV, v.19, n.1, p. 39-43, jan.1999.
- HOFFMANN, Rodolfo *et alii*. *Administração da empresa agrícola*. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Produção agrícola municipal*. (Disponível na Internet: <http://www.sidra.ibge.gov.br>).
- _____. *Censo agropecuário 1995-1996: Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro: IBGE, 1998. (Disponível em CD-ROM).
- MADAI, João Carlos Medeiros. *Viabilidade econômica de novas técnicas de produção de pêssegos ao nível de persicultores típicos na região de Pelotas-RS*. Porto Alegre: UFRGS-IEPE, 1992. (Dissertação de Mestrado em Economia Rural).
- MARQUES, Pedro V.; AGUIAR, Danilo R. D. de. *Comercialização de produtos agrícolas*. São Paulo: Edusp, 1993.
- MEDEIROS, C. A. B.; RASEIRA, M. C. B. *A cultura do pessegueiro*. Brasília: Embrapa-SPI; Pelotas: Embrapa - CPACT, 1998.
- NEVES, M. F. Sistema de distribuição de alimentos: o impacto das novas tecnologias. *Revista de Administração*. São Paulo, v.30, n.4, p.5-18, out./dez. 1999.
- SANTOS, J. V. T. dos. *et alii*. Agroindústrias e lutas sociais - A complexidade das lutas sociais em torno do valor do produto. *Ensaio*, Porto Alegre: FEE, ano10, n.2, p.266-

284, 1989.

SPROESSER, Renato L. Gestão estratégica do comércio varejista de alimentos. IN: BATALHA, Mário O. (coord.). *Gestão agroindustrial*. São Paulo: Atlas, 1997.

TOLEDO, Laura. Néctar tropical. *Revista Exportar e Gerência*. Brasília, n.18, p.18-25, mar. 2000.

VIEIRA, Luis Fernando. *Aspectos do Mercado de Produtos de Frutas*. Rio de Janeiro: EMBRAPA/CTAA, 1997.

ZILBERSZTAJN, D. Economia das organizações. IN: ZILBERSZTAJN, D. e NEVES, M. F. (Orgs.). *Economia e gestão dos negócios agroalimentares*. São Paulo: Pioneira, 2000.

10 ANEXOS

Anexo 01 - Pêssego para a Indústria: Preços Médios Recebidos pelo Produtor no Rio Grande do Sul em RS/Kg 1991-2000

Ano	Mês												Média
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
1991	0,54	0,50	0,42								0,95	0,87	0,65
1992	0,78	0,62	0,51								0,83	0,51	0,65
1993	0,50	0,70									0,56	0,42	0,54
1994	0,43										0,37	0,41	0,40
1995	0,32	0,32	0,30	0,62							1,25	0,51	0,56
1996	0,35	0,35										0,34	0,35
1997	0,26	0,26											0,26
1998													0,39
1999													0,44
2000													0,35
Média	0,45	0,46	0,41	0,62							0,79	0,49	0,47

Fonte: EMATER/RS e EMATER Regional de Pelotas.

OBS: Valores deflacionados pelo IGP-DI (Base: novembro de 2000 = R\$ 1,00)

Anexo 02 - Pêssego de Mesa: Preços Médios Recebidos pelo Produtor no Rio Grande do Sul em R\$/Kg 1991-1999

Ano	Mês												Média
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
1991	0,99	1,19	1,00										1,06
1992	1,06	0,88	0,70								1,16	0,79	0,92
1993	1,04	1,07									1,21	0,91	1,06
1994	0,98	0,86	1,69								1,19	1,01	1,15
1995	1,16	1,23	2,36	2,15	2,28				2,29	2,08	2,16	0,87	1,84
1996	1,46	2,14	2,13	1,74							0,87	0,84	1,53
1997	0,35	0,52	1,13								0,86	0,66	0,71
1998	0,70									0,85	0,62	0,84	0,75
1999	1,06	1,19	1,00							0,73	0,49	0,59	0,84
Média	0,97	1,13	1,50	1,94	2,28				2,29	1,47	1,15	0,85	1,13

Fonte: EMATER-RS

OBS: Valores deflacionados pelo IGP-DI (Base: dezembro de 1999 = R\$1,00)

Anexo 03 - Pêssego de Mesa: Preços Médios Praticados no Atacado (CEASA) no Rio Grande do Sul em R\$/Kg 1991-1999

Ano	Mês												Média
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
1991	2,78	3,41	2,96	3,71			7,16	5,04	3,83	3,50	2,59	2,31	3,73
1992	1,85	2,81	3,34	2,59			7,45	7,45	2,82	2,06	1,64	1,26	3,33
1993	1,19	2,62	2,69					3,92	3,37	1,86	1,15	1,31	2,27
1994	1,63	1,72	1,47					1,81	3,38	3,56	2,52	1,69	2,22
1995	1,93	3,03	2,86				4,47	4,15	3,94	2,46	1,96	1,38	2,91
1996	2,73	2,78	2,60					2,94	1,85	1,74	0,69	0,76	2,01
1997	0,67	1,20	1,27					2,23	2,34	1,26	1,22	0,97	1,39
1998	0,96	1,60	1,78	1,67				2,25	2,27	1,94	1,29	1,16	1,60
1999	1,20	1,24	1,29					0,59	1,78	2,07	1,13	0,76	1,20
Média	1,66	2,27	2,25	2,66			4,38	3,51	2,84	2,09	1,52	1,27	2,29

Fonte: CEASA-RS

OBS: Valores deflacionados pelo IGP-DI (Base: dezembro de 1999 = R\$1,00)