

INFLUÊNCIA DO SETOR DE EMBALAGENS NO SAG DE LEITE: O OLHAR DO SEGMENTO DISTRIBUIDOR

Camila da Silva Bassanello (PIBIC/CNPq/FA/Uem), José Paulo de Souza (Orientador), e-mail: jpsouza@uem.br

Universidade Estadual de Maringá / Centro de Ciências Sociais Aplicadas/Maringá, PR

Administração - 6.02.03.00-5 Administração de Setores Específicos

Palavras-chave: Custo de Mensuração, Nova Economia Institucional, Embalagens.

Resumo:

No âmbito do estudo dos Sistemas Agroindustriais propõe-se neste estudo a discussão dos arranjos institucionais sob os pilares do Institucionalismo Econômico. Considera-se nesse caso, a organização não apenas como função de produção, mas como estrutura de governança e mecanismo de *enforcement*, tomando-se como orientação a Teoria dos Custos de Mensuração. Empiricamente o estudo foi direcionado ao segmento fornecedor de embalagem enquanto segmento relacionado ao SAG de leite no Paraná. Nesse contexto, dado a condição de dependência estabelecida, o objetivo é discutir a contribuição, no estudo dos sistemas agroindustriais, do segmento de embalagens na oferta de informações e garantia de direitos de propriedade no SAG de leite no Paraná. Para isso foram considerados os pressupostos da Teoria dos Custos de Mensuração e o estudo empírico a partir das considerações do segmento de distribuição, dado que esse estabelece a interface entre a embalagem, o produto, o processador e o consumidor. Nessa orientação, foi realizada uma pesquisa qualitativa, do tipo descritiva, com recorte transversal, em que foram ouvidos oito agentes representantes do segmento distribuidor, na cidade de Maringá-PR. Como resultado identificou-se que a embalagem é reconhecida por gerar informações que influenciam nas decisões de compra no segmento consumidor atacadista e varejista. A embalagem se apresenta como principal responsável por disponibilizar informação acerca do produto, auxiliar na armazenagem do produto na distribuição e, em alguns casos, por responder pelo valor do produto, independente da qualidade intrínseca do produto transacionado.

Introdução

Neste estudo, duas contribuições são analisadas para entendimento das organizações: a abordagem dos sistemas agroindustriais (SAG) e a Teoria

dos Custos de Mensuração (TCM). Essas contribuições são discutidas buscando-se sua aplicação no Sistema Agroindustrial de leite, de forma pontual no estado do Paraná.

A Teoria dos Custos de Mensuração desenvolvida por Barzel(2005) busca oferecer, em complemento à Teoria dos Custos de Transação (TCT), a consideração dos direitos de propriedade, ao decompor o ativo em dimensões mensuráveis, na escolha pelos mecanismos adequados para coordenar as transações entre os agentes no mercado. A aplicação da Teoria dos Custos de Mensuração, sob o suporte das instituições, encontra ambiente propício ao trabalho empírico ao se deparar com as questões envolvendo a agricultura e a pecuária.

Na relação com a cadeia produtiva, o segmento fornecedor de embalagens oportuniza atender à demanda pela diferenciação, de forma a garantir a maior retenção de valor gerado, na busca pela elevação da especificidade dos ativos transacionados. Nas embalagens, a forma como o seu fornecimento se apresenta e influencia no sistema lácteo, que podem se estender por longos períodos, é relevante.

Nesse caso, as embalagens assumem importante papel (conservação, exposição, proteção, movimentação, armazenagem, informação), que impactará no segmento consumidor. A análise da capacidade de se garantir direitos de propriedade orienta esse estudo, notadamente ao se considerar a função da embalagem na garantia de direito de propriedade. A alta perecibilidade, característica do produto lácteo, potencializa a função desse segmento, justificando sua execução.

Assim, este estudo, além de buscar a maior compreensão da orientação teórica da Teoria dos Custos de Mensuração (TCM), tem como objetivo geral compreender como o segmento fornecedor de embalagens influencia na garantia de direitos de propriedade e distribuição de informações no SAG de leite no Paraná, sob a ótica do segmento distribuidor.

Materiais e métodos

O trabalho de campo caracteriza a obtenção de informações junto ao segmento de distribuição, envolvendo assim, representantes de estabelecimentos envolvidos com a distribuição de produtos lácteos, na cidade de Maringá-PR. Essa fase, caracterizando a fase de levantamentos de dados primários, se deu pela realização de entrevistas semi-estruturadas, seguindo as orientações de Merriam (1998), junto a oito agentes do segmento distribuidores localizados na cidade de Maringá-PR. Para obtenção de induções que possam atender ao objetivo proposto, as informações e dados obtidos, foram analisados pelo método de análise de conteúdo qualitativo.

Resultados e Discussão

Ao todo foram entrevistados oito distribuidores, sendo duas padarias, duas mercearias, dois mercados, uma distribuidora e uma indústria, com a

utilização de um roteiro de entrevista. Para interpretação dos resultados, as informações foram divididas em três grupos: embalagens, mensuração e mecanismo de *enforcement*.

O primeiro procurou entender quais são as embalagens mais utilizadas, como e por que influenciam no momento da compra. Já na parte de mensuração visa-se compreender como o distribuidor mensura a qualidade do produto e se a embalagem auxilia nesse quesito. No último grupo (mecanismo de *enforcement*), busca-se identificar os principais problemas que o público consumidor encontra ao comercializar produtos nesse segmento e como as instituições garantem seus direitos de propriedade.

Analisando-se as respostas obtidas nas entrevistas, é possível afirmar que todos os distribuidores entrevistados utilizam embalagens cartonada asséptica (Tetra Pak), de plástico e vidro para entregar os produtos lácteos. Além disso, quando questionados sobre o que consideram relevantes nas embalagens, a resposta “informações” (validade, lote, quantidade, lote e composição) foi unânime. Para a maioria, a embalagem não influencia na decisão de aquisição do produto, pois como são revendedores, levam em consideração a marca ou o preço da mercadoria. Porém, grande parte acredita que o consumidor final dá mais atenção para as embalagens do que para o produto propriamente dito.

Segundo informações coletadas de distribuidores que têm maior contato com seus clientes, como é o caso de padarias e mercearias, os clientes estão cada vez mais interessados na composição e informações nutricionais das mercadorias que adquirem. Para os entrevistados, isso se justifica pelo fato das pessoas estarem mais preocupadas com a saúde e pela descoberta de indivíduos alérgicos a lactose e glúten.

De modo geral, no que diz respeito a mensuração grande parte dos entrevistados analisam a data de validade, temperatura que o produto dever ser mantido e avarias (se está estufado, furado ou amassado). A maioria acredita que a embalagem ajuda nessa avaliação por conter os dados necessários. O fato de se identificar que alguns empresários não acreditam que a embalagem ajuda nesse quesito, se explica por esses levarem em consideração apenas o preço e a marca do produto. Outros revelaram não avaliar essas questões, pois trabalham com os mesmo fornecedores há anos e confiam em suas mercadorias.

A maneira como cada gestor entrevistado avalia a qualidade dos produtos lácteos varia. Enquanto alguns olham a procedência (questão de transporte e logística), outros mencionaram apenas a data de validade e marca. Para eles, se a marca é conhecida e bem conceituada o produto é de qualidade – nesse caso a embalagem seria importante só para identificação da marca. Um distribuidor, que trabalha exclusivamente com atacado, mencionou que analisam apenas preço, presam sempre pelo menor. Muitos não consideram essa mensuração difícil, pois as informações estão bem dispostas nas embalagens. Além disso, como mencionado anteriormente, alguns entrevistados sempre compram do mesmo fornecedor, nesse caso a embalagem não exerce uma função muito específica, apenas informa a data de validade e de qual empresa pertence. Outros acham difícil realizar essa

avaliação, pois só olhando para o recipiente no qual o produto está inserido, não tendo como perceber a qualidade, seria necessário provar a mercadoria. Quanto aos mecanismo de *enforcement*, observa-se que grande parte dos empresários sabem da existência de leis que regulamentam a produção e venda desses produtos, porém não sabiam ou não lembravam dos nomes ao certo. Apesar da maioria realizar as compra dessas mercadorias com frequência (de uma a duas vezes por semana) e se tratar de produtos que têm uma alta perecibilidade, um número inexpressivo de distribuidores transacionam por meio de Contrato. Grande parte deles utilizam Mercado, pois tem uma relação de longa data com seus fornecedores e acreditam que isso seja o suficiente para transparecer credibilidade. Entretanto consideram que o consumidor considera a embalagem e as informações na embalagem para aquisição e garantia relacionada ao produto.

Conclusões

Ao se considerar o sistema agroindustrial de leite, no segmento estudado, olhando pela perspectiva do distribuidor, na cidade de Maringá PR, buscou-se compreender como as embalagens influenciam na geração de informações e garantia de direitos de propriedade. Como resultado identificou-se que para o segmento distribuidor a embalagem oferece garantias associadas às informações básicas do produto, como prazo de validade, modo de armazenagem e lote, além de servir como referência de qualidade para o consumidor final. Embora grande parte considere o preço do produto e não a embalagem, principalmente em agentes atacadistas, para os varejistas a embalagem leva informações ao consumidor, e se apresenta como referência para qualidade intrínseca do produto. A embalagem influencia e auxilia, desse modo, nas aquisições e garantia de direito de propriedade, principalmente, para o agente consumidor.

Agradecimentos

Agradeço à Universidade Estadual de Maringá (UEM); ao CNPq; ao programa PIBIC; ao professor orientador deste projeto, José Paulo de Souza e ao Departamento de Administração.

Referências

BARZEL, Y. **Organizational forms and Measurements Costs**. Journal of Institutional and Theoretical Economics, 161, 357-373, 2005.

MERRIAM, Sharan B. **Qualitative Research and Case Study**: applications in education. Georgia: Copyright, 1998.