

OCORRÊNCIA DE PRODUTOS FORA DA VALIDADE EM GÔNDOLAS DE HIPERMERCADOS DA GRANDE SÃO PAULO - SP

Lina Arndt Dogo¹, João Vitor Fornari², Anderson Senna Bernabe², Demetrius Paiva Arçari^{2,3}, Renato Ribeiro Nogueira Ferraz⁴.

1- Especialista em Segurança Alimentar e Qualidade dos Alimentos pela Universidade Gama Filho – SP

2- Docente da Universidade Nove de Julho – UNINOVE. Departamento de Saúde.

3- Centro Universitário Amparense – UNIFIA.

4- Universidade Nove de Julho – UNINOVE. Docente do Programa de Pós Graduação em Administração – Gestão em Sistemas de Saúde.

RESUMO

Introdução: Existe uma preocupação dos consumidores sobre a disponibilidade de alimentos com qualidade. A alimentação que é disponível para o consumo da população não pode estar submetida a qualquer tipo de risco, principalmente o risco de produtos fora de validade. **Objetivo:** Verificar a ocorrência de produtos fora da validade nas prateleiras de uma grande rede de hipermercados. **Método:** Estudo prospectivo, descritivo, de abordagem quantitativa, realizado em diversas lojas de uma rede de hipermercados da grande São Paulo - SP, entre julho e dezembro de 2011. As lojas foram auditadas com vistas a analisar ocorrências de produtos fora da validade sendo os mesmos escolhidos de forma aleatória em departamentos como *delicatesses* (DELI), hortifrutigranjeiros (HORT), padaria (PAD), açougue (AÇ) e *frozen* (FRO). **Resultados:** Foram contabilizadas 20 ocorrências, sendo 11 (55%) no setor DELI, 5 (25%) no setor PAD, 1 (5%) no setor FRO, 2 (10%) no setor AÇ, 1 (5%) no setor HORT. **Conclusão:** Observou-se considerável ocorrência de produtos fora da validade nas lojas visitadas. Maior controle e disponibilidade de tempo são necessários para que os funcionários avaliem os produtos que não são vendidos com frequência e os retirem da prateleira antes de vencer. Produtos com uma boa exposição e espaço para serem divulgados e vistos, podem ter seu potencial de venda aumentado, e podem induzir o cliente a comprar pensando em melhor qualidade de vida e saúde.

Palavras-chave: Alimentos, Validade, Qualidade dos Alimentos, Prazo de Validade e Vigilância Sanitária.

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais há uma preocupação dos consumidores em relação à disponibilidade de alimentos com qualidade, incluindo atributos como sabor, conteúdo nutricional e segurança alimentar (ANTLE, 1998). A alimentação disponível para o consumo da população não pode estar submetida a qualquer tipo de risco por contaminação, apodrecimento ou outros problemas decorrentes de prazos de validade vencidos (BELIK, 2003).

Em 1990 entrou em vigor o Código de Defesa do Consumidor, que estabelece a Política Nacional de Relações de Consumo, com o objetivo de atender as necessidades dos consumidores, respeitar sua dignidade, saúde e segurança, e proteger seus interesses econômicos e de qualidade de vida, garantindo que os produtos tenham padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho. A partir de então, para os produtos e serviços colocados no mercado, o fabricante ficou responsável por prestar as informações necessárias e adequadas a respeito destes, por meio de impressos apropriados, que no caso de alimentos são representados pelo rótulo (BRASIL, 1990).

Em 1997, o Ministério da Agricultura e Abastecimento publicou a Portaria nº 371, estabelecendo o Regulamento Técnico para Rotulagem de Alimentos Embalados, que especificava o conteúdo do rótulo (MAPA, 1997). Hoje, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, na Resolução - RDC 259, de 20 de setembro de 2002, regulamenta a rotulagem de alimentos embalados no Brasil, tornando

obrigatórios à denominação de venda do alimento, a lista de ingredientes, o conteúdo líquido, a identificação da origem e do lote, o prazo de validade, a instrução sobre preparo e uso do alimento quando necessário, e o nome ou razão social e endereço do importador, no caso de alimentos importados, instruindo de que forma devem aparecer no rótulo as informações necessárias (ANVISA, 2002).

Segundo Kamagian (2004), o setor de congelados e de resfriados é de grande importância nos supermercados, porque representa de 20 a 25% do faturamento das redes. O controle de estoques nesse setor é feito basicamente pelos métodos PEPS (“primeiro que entra, primeiro que sai”) e *Kanban (just in time)*. São utilizados profissionais treinados, chamados promotores, no controle da reposição e da organização das gôndolas nas lojas, visando diminuir perdas por manuseio inadequado e por data de validade vencida. Com o mesmo fim, os arranjos físicos nas câmaras frias e nas gôndolas são organizados por fornecedor / marca do produto e sua validade, com o auxílio de prateleiras e de *pallets*.

Empiricamente, nota-se que existe uma diferença sazonal que influencia diretamente na presença de maior ou menor número de ocorrências de produtos vencidos, além deste controle na reposição de produtos, feita por promotores. Como principais fatores associados a esse fenômeno, podemos citar o verão, onde há maior rotatividade de produtos *diet* e *light* por clientes preocupados com o peso e com as festas de final de ano, período esse em que os funcionários não têm muito tempo para averiguar

se há produtos vencidos nas prateleiras, além do fato de que, muitas vezes, observamos pouca preocupação destes promotores em controlar o tempo de exposição de produtos de vida curta nas gôndolas, ou produtos com menor potencial de venda em locais de difícil visualização pelos clientes. Também se pode dizer que, uma exposição mais agressiva de determinado produto, faz com que aumente a venda e não ocorra vencimento, sem contar que preços mais convidativos chamam clientes na hora de “queimar” um produto no estoque.

Perante as informações expostas, julga-se importante à realização periódica de levantamentos pontuais buscando quantificar a ocorrência de produtos vencidos nos diversos departamentos de um supermercado, visando fornecer dados para a criação de programas de treinamento buscando evitar, ou ao menos minimizar a ocorrência descrita.

OBJETIVO

Verificar a ocorrência de produtos fora da validade nas prateleiras de uma grande rede de hipermercados.

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo prospectivo, descritivo, de abordagem quantitativa, realizado em diversas lojas de uma rede de hipermercados da grande São Paulo - SP, no período de julho a dezembro de 2011. A coleta de dados baseou-se em auditorias realizadas nas lojas durante o período citado. As variáveis observadas foram a ocorrência de produtos fora da validade *per se*, além do departamento onde a ocorrência foi

identificada. Os departamentos avaliados foram *delicatesses* (DELI), hortifrutigranjeiros (HORT), padaria (PAD), açougue (AÇ) e *frozen* (FRO). Os produtos avaliados foram escolhidos de forma aleatória e por amostragem, sendo os principais os rotulados como *diet* e *light*, além de produtos com menor potencial de venda (de marca pouco conhecida ou preço elevado). Por fim, o número de ocorrências foi distribuído pelos meses do ano, visando identificar influências sazonais sobre o fenômeno em avaliação.

Os resultados desse levantamento foram expressos em frequência absoluta e relativa ao tamanho total da amostra, não havendo a necessidade de aplicação de testes estatísticos específicos. Não foi permitida a divulgação de nenhuma informação que pudesse identificar a loja ou a rede de supermercados onde este levantamento foi realizado.

RESULTADOS

A amostra deste estudo foi constituída por 20 ocorrências, sendo 11 (55%) no setor DELI, 5 (25%) no setor PAD, 1 (5%) no setor FRO, 2 (10%) no setor AÇ, 1 (5%) no setor HORT. Com relação às 11 ocorrências no setor DELI, uma delas (9%) ocorreu no mês de julho, 2 (18,2%) em agosto, 2 (18,2%) em setembro, 3 (27,3%) em novembro e 3 (27,3%) em dezembro. Na avaliação das 5 ocorrências no setor PAD, 1 delas (20%) ocorreu no mês de outubro, 1 (20%) em novembro e 3 (60%) em dezembro. Para, FRO a única ocorrência foi vista no mês de julho.

Relacionado a AÇ, das 2 ocorrências, 1 (50%) foi verificada em agosto e 1 (50%) em

outubro. No setor de HORT apenas 1 ocorrência foi observada em dezembro.

DISCUSSÃO

Há uma grande preocupação dos consumidores sobre o tipo de alimento a ser consumido e, principalmente, com a sua qualidade (ANTLE, 1998). A alimentação tem de estar disponível e segura para todos. A validade dos produtos é uma preocupação de todo cliente na hora de sua compra em um supermercado e por isso temos que garantir que este cliente receba um produto intacto, limpo, de qualidade e dentro do prazo de validade (BELIK, 2003).

Neste trabalho, observamos um maior número de ocorrências no setor DELI, seguido de PAD, AÇ, FRO e HORT. Embora as publicações específicas relativas ao tema sejam bastante escassas, uma explicação para tal situação seria o fato do departamento DELI possuir uma grande variedade de produtos, incluindo produtos diferenciados, fazendo com que a probabilidade de encontrarmos um produto vencido neste departamento seja muito grande. Já na PAD, os produtos elaborados neste departamento, possuem validades diferenciadas de acordo com seu ingrediente, forma de preparo e armazenamento, se congelado ou não. Quanto ao AÇ, este departamento exige uma atenção grande, porque produtos manipulados, que é o caso das carnes embaladas em bandejas de poliestireno expandido (EPS), mais conhecido como isopor, possuem uma validade muito curta. Para FRO e HORT, pode-se considerar que o aparecimento de apenas uma ocorrência é empiricamente considerado

insignificante, visto que estes departamentos possuem diversos produtos. Sendo assim, sugere-se a realização de treinamentos frequentes aos colaboradores, e um tempo maior dispensado por eles ao serviço de conferência das datas de validade, assim como a criação constante de brigadas de validade nestes departamentos de maior ocorrência.

Observamos ainda que o maior número de ocorrências se deu nos meses de novembro e dezembro, seguidos de agosto e setembro, julho e outubro. Uma possível explicação para tal fato seria de que, nos meses finais do ano, as atenções estão voltadas para vendas e não tanto para os fatores qualidade e validade. Muitos promotores estão atentos à exposição em locais o mais visíveis possível dos produtos natalinos, o que gera desatenção aos produtos diferenciados que são os que mais vencem (KAMAGIAN, 2004). Empiricamente, nota-se que nesta época do ano a porcentagem de produtos fora do vencimento é maior. Tal fato talvez se deva à falta de tempo, decorrente da grande demanda de trabalho. Visando evitar a ocorrência de produtos vencidos, uma exposição mais agressiva dos produtos de validade curta, de marcas pouco conhecidas e de produtos diferenciados, deve ser estudado com mais cautela pelas gerências de loja.

Dréze (1994) sugere que, de uma forma geral, a disposição dos produtos nas gôndolas também pode influenciar no potencial de venda das mercadorias. Com uma exposição mais estratégica o consumidor enxerga melhor o produto, principalmente se este estiver atrelado a outro com potencial de venda maior, fazendo

com que este produto não vença na prateleira. Desmet (1998), em uma estimativa das respostas à disposição espacial de diversas categorias de produtos em gôndolas, encontrou resultados que mostravam que a elasticidade do produto (facilidade com a qual esse produto pode ser substituído por outro) em relação ao espaço, aumenta de acordo com a taxa de consumo impulsivo de um produto, independentemente da loja na qual a referida mercadoria encontra-se exposta.

Ao discutirem sobre a percepção visual do consumidor, Desmet e Renaudin (1998), demonstram que produtos que ocupam maior espaço nas gôndolas possuem maior probabilidade de serem percebidos pelo consumidor, analisados e/ou manuseados, terem sua imagem gravada na mente do consumidor e efetivamente colocados nos carrinhos.

Dréze (1994) realizou um estudo de caso com o objetivo de melhorar o desempenho de venda dos produtos, mudando sua posição relativa dentro da loja, bem como promovendo a alocação ótima dos produtos de acordo com as elasticidades-espaço dos produtos. Eles observaram ganhos significativos em vendas ao realocar produtos complementares, colocando-os mais próximos uns dos outros. Os ganhos médios foram de 4 a 5% dentro das categorias de produtos pesquisadas.

Embora tenha sido encontrado um pequeno número de ocorrências neste levantamento, acreditamos que a realização periódica de trabalhos semelhantes a esse possam minimizar os problemas de ordem tanto

sanitária quanto associados a questões legislativas, já que permitem identificar o problema antes da chegada do produto ao consumidor, possibilitando traçar estratégias mais específicas de prevenção. Reconhecemos que o período de observação deste estudo foi curto, e que o mesmo foi realizado em apenas uma rede que preza a qualidade dos produtos oferecidos. Todavia, sugerimos novos levantamentos em um maior número de lojas e em diferentes redes, ainda com maior tempo de observação, com o intuito de averiguar, se os resultados aqui apresentados poderão ser repetidos em uma escala mais ampla.

CONCLUSÃO

O maior número de ocorrências de produtos fora do prazo de validade foi observado no setor DELI, seguido de PAD, AÇ, FRO e HORT, uma explicação para tal situação seria o fato do departamento DELI, possuir uma grande variedade de produtos, incluindo produtos diferenciados, fazendo com que a probabilidade de encontrarmos um produto vencido neste departamento seja muito grande. Já na PAD, os produtos elaborados neste departamento, possuem validades diferenciadas de acordo com seu ingrediente, forma de preparo e armazenamento. Sugere-se maior controle e disponibilidade de tempo para que os funcionários possam avaliar os produtos que não são vendidos com frequência e retirá-los da prateleira a tempo, evitando que tais produtos como os que possuem pouco potencial de venda, produtos com alto valor agregado e produtos diferenciados (*diet* e *light*) vençam na

prateleira. Produtos com uma boa exposição e espaço para serem expostos e vistos, podem ter seu potencial de venda aumentado, e podem

induzir o cliente a comprar pensando em melhor qualidade de vida e saúde.

REFERÊNCIAS

ANTLE, John. Benefits and costs of food safety regulation. Res. Discussion Paper, v.4, n.18, p.1-34, 1998.

BELIK, Walter. Perspectivas para segurança alimentar e nutricional no Brasil. Saúde Soc, v.12, n.1, p.12-20, 2003.

BRASIL. Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002. Aprova o regulamento técnico para rotulagem de alimentos embalados. Disponível em: <<http://www.e-legis.bvs.br/leisref./public/search.php>>. Acesso em: 25 ago. 2011.

BRASIL. Resolução RDC nº 371, de 04 de novembro de 1997. Aprova regulamento técnico para rotulagem de alimentos embalados. Disponível em: <<http://www.e-legis.bvs.br/leisref./public/search.php>>. Acesso em: 28 ago 2011.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de defesa do consumidor. Disponível em: <<http://www.e-legis.bvs.br/leisref./public/search.php>>. Acesso em: 28 ago 2011.

DESMET, Pierre; RENAUDIN, Valérie. Estimation of product category sales responsiveness to allocated shelf space. International Journal of Research in Marketing, v.15, n.5, p.443-457, 1998.

DRÈZE, Xavier; HOCH, Stephen J.; PURK, Mary E. Shelf management and space elasticity. Journal of Retailing, v.70, n.4, p.301-26, 1994.

KAMAGIAN, Emerson; TOMÉ, Kleber Aparecido; da CONCEIÇÃO, Paulo Marcos; da SILVA, Plínio Bazarin. A Gestão logística de produtos congelados e resfriados e seu impacto nos resultados operacionais dos supermercados. Jovens Pesquisadores, n.1, v.1, p.22-31, 2004.