

A QUALIDADE DOS TAPETES DE GRAMA NO BRASIL

Mauricio Ercoli Zanon

Eng. Agrônomo Msc
Gerente Comercial
Itograss

1. Introdução.

Todos sabemos o quanto o mundo dos negócios está competitivo hoje em dia, com certeza podemos dizer que nunca esteve tão competitivo. Nossas empresas competem dia a dia com outras por contratos, clientes e consumidores. Para superar esta competição e prosperar, temos que agir de maneira a obter uma vantagem sobre nossos concorrentes.

Os consumidores atuais estão bem informados, conscientes de suas opções e exigentes em excelência. Por esta razão devemos constantemente pensar em produzir bens e serviços que forneçam o maior valor possível ao consumidor.

Devemos trabalhar seguindo este padrão. Os quatro tipos de desempenho, segundo os quais a organização supera, é semelhante ou é inferior à concorrência, os quais são custos, qualidade, velocidade e inovação. Estas quatro dimensões de desempenho, quando bem conduzidas, fornecem valor para o consumidor e vantagem competitiva para nossas empresas.

Como o objetivo deste artigo é discutir sobre a qualidade de tapetes de grama, vamos nos ater a esta dimensão de desempenho. Podemos definir qualidade como sendo a excelência onipresente de bens e serviços. Inclui coisas como atratividade, ausência de defeitos, confiabilidade e segurança em longo prazo. Qualidade é fazer o trabalho do modo certo e atingir ou superar as expectativas do consumidor (Bateman & Snell,1998).

2. Qualidade do tapete.

São muitas as características que definem um tapete com qualidade, as principais e mais facilmente observadas e exigidas pelos nossos consumidores são:

- Tapetes bem formados e padronizados, principalmente referente espessura de terra e altura da grama.

- Tapetes íntegros, ou seja, sem falhas ou quebrados.
- Tapetes com boa coloração.
- Tapetes isentos de ervas daninhas.
- Tapetes isentos de pragas e doenças.
- Tapetes puros, sem mistura de variedade.

Basicamente, nossos tapetes são classificados pelos consumidores através de sua apresentação, que pode ser definida pelos três primeiros itens acima apresentados.

Caso o produto comercializado apresente um destes problemas, o consumidor poderá facilmente resolver, pois eles são facilmente identificáveis. Normalmente os tapetes são devolvidos (venda direta da fazenda) ou não são comprados (venda no distribuidor).

Nos demais itens citados, os problemas não estão facilmente visíveis e as conseqüências ocorrem após algum período do plantio, que pode ser dias, semanas ou até meses. São nestes casos que os consumidores enfrentam os maiores problemas, pois está envolvido não só o fornecimento, ou o produtor, e sim a prestação de serviço, com o plantio e a manutenção. Desta forma a origem do problema passa a ser de difícil identificação, tornando normalmente a sua resolução morosa, gerando consumidores insatisfeitos.

Quando o consumidor adquire tapetes padronizados quanto a sua espessura, integridade e formação, ele estará adquirindo um produto que facilitará ao prestador de serviço executar um bom gramado, nivelado, uniforme e sem falhas. Caso estes tapetes possuam uma boa coloração, praticamente o gramado estará implantado com sucesso rapidamente.

Quando não encontrado estas características nos tapetes, possivelmente gastos com correções de nivelamento, adubações para recuperação entre outras ações, serão necessárias para que o gramado atinja uma qualidade final, resultando em um aumento do custo de implantação para o consumidor final ou para o prestador de serviço envolvido. Para profissionais sérios, normalmente este aumento ou desgaste, acaba tendo um custo direto e indireto ainda maior do que qualquer diferença de preço inicial dos tapetes.

O segundo grupo de problemas citados, ervas daninhas, pragas, doenças e mistura de variedades, resultam em um desgaste ainda maior entre as partes (consumidor e produtor), normalmente sua resolução é ainda mais problemática, envolvendo a utilização de defensivos agrícolas em áreas urbanas e residenciais, trazendo, portanto o risco de intoxicações para seres

humanos e animais de estimação como cachorros e gatos. Além disso, vale ressaltar o risco da disseminação de pragas e doenças antes localizada apenas no produtor.

3. Qualidade do tapete na revenda.

Em certos casos, a qualidade dos tapetes depende diretamente da qualidade do armazenamento no ponto de distribuição (viveiros, floriculturas, etc.). Todo o esforço dos produtores acaba sendo comprometido por um armazenamento equivocado, normalmente quando isto acontece, os problemas mais comuns que acabam surgindo são o ressecamento do tapete, perda de coloração, contaminação com pragas e ervas daninhas.

Muitos são os formatos utilizados para o armazenamento dos tapetes, normalmente ligados com o volume e a velocidade das vendas. Quando o giro é grande e rápido, os tapetes são armazenados em seus próprios paletes, pois assim ocupam menos espaço e propiciam um descarregamento e carregamento mais rápido através de equipamentos como empilhadeiras ou ainda rampas. A manutenção destes tapetes, portanto é mínima, permanecendo estes com uma qualidade muito parecida aquelas encontradas ainda no produtor.

Quando o giro não é tão rápido, os pontos de revenda ou distribuição devem abrir estes tapetes em locais apropriados, e realizar alguns cuidados para manter os mesmos em condições de comercialização. Esta operação apresenta os riscos já citados, principalmente se os cuidados com o local de armazenamento, e a irrigação constante não forem observados.

4. Cenário atual da qualidade.

Hoje, tapetes de grama são produzidos em todo o território nacional, desde a região Sul até a região Norte. Dentro deste universo, podemos encontrar uma variação muito grande da qualidade dos tapetes, entre os produtores e em um mesmo produtor durante todo o ano.

Neste ponto devemos separar os produtores profissionais dos que produzem esporadicamente, não tendo a produção de grama como objetivo comercial principal. Pois nestes casos o investimento na produção quase não existe, tornando a operação um extrativismo puro, resultando portanto, em grandes distorções no padrão de qualidade.

Devemos neste tópico também ressaltar o crescimento de empresas sérias que investem em melhorias para fornecer aos seus consumidores um produto com qualidade cada vez melhor e cada vez mais padronizado.

Qual o motivo desta variação então? Por que existem produtos com variações de padronização e qualidade em um mesmo mercado? Dois pontos se destacam, e merecem um melhor debate, a questão financeira e a falta de uma normatização ou fiscalização pública.

Por questão financeira, entenda-se a pressão por faturamento, economia e margem maiores que afligem a todos do setor, desde os produtores, passando pelos revendedores, pelos prestadores de serviço e chegando até ao consumidor final. A busca por produtos mais baratos que se encaixem em orçamentos apertados, em detrimento da ausência de defeitos, da confiabilidade e da segurança, ou seja, da qualidade. Talvez com uma economia mais forte, que permita maiores folgas orçamentárias, propiciando assim um melhor entendimento da relação custo x benefício, e uma divulgação maior por parte dos produtores e suas associações, dos benefícios e dos problemas causados pela variação da qualidade, possam a longo prazo criar em nossos consumidores um conceito e uma maior percepção da qualidade de nossos produtos.

Se existissem normas para a produção e comercialização de tapetes de grama, e estas fossem fiscalizadas, não permitiu que nossos consumidores fossem prejudicados, como existem em diversos outros setores da economia, com certeza a variação do padrão e da qualidade seria bem menor.

O pouco tempo de desenvolvimento de nosso mercado, também pode explicar o cenário atual. Há aproximadamente 30 anos, não existia o mercado para grama cultivada, ou pelo menos este era muito pequeno e regional. Há 10 anos atrás, o consumidor pedia “grama” e ficava assustado quando era informado que existiam diversas variedades. Hoje, ele ainda não sabe que existem variedades específicas para cada utilização, porém facilmente ele pode obter tais informações (internet, jornais, tv, etc.).

Lembramos também que o início de nosso segmento foi o extrativismo da grama Batatais, ainda hoje dona de uma imensa parcela do mercado. Este segmento sempre foi caracterizado pela falta de padronização e controle de pragas, ervas daninhas e doenças.

5. A importância da padronização e qualidade.

A princípio, produzimos e comercializamos tapetes de grama, porém nossos consumidores compram gramados. Um jogador de futebol de final de semana, ao negociar com nossos departamentos comerciais, está comprando uma certa quantidade de tapetes ou rolos, porém em sua mente ele está adquirindo um campo de futebol. Da mesma forma um casal negociando grama esmeralda para o jardim de sua casa.

Esta característica de nosso segmento é importante nesta discussão, pois se para os consumidores é difícil distinguir a qualidade do produto, da qualidade da prestação de serviço, seja ela o plantio ou a manutenção, como fica um mercado se o produto principal não apresenta uma padronização na sua origem.

Os transtornos causados por lotes sem qualidade ou despadronizados ficam claros quando verificamos na prática o que acontece. No caso de fornecimentos diretos a obras, perde o consumidor, por não ter um gramado de boa qualidade, perde o prestador de serviço, pois não terá um consumidor satisfeito e provavelmente terá um custo maior de implantação, manutenção e assistência técnica. Quando o lote é comercializado para a distribuição, o problema se multiplica, pois normalmente este abastecerá mais de um consumidor, portanto o revendedor terá mais que um cliente insatisfeito.

Neste ponto, devemos lembrar que os consumidores possuem o Código de Defesa do Consumidor (CDC), a lei 8.078 de 1990, que estabelece direitos e obrigações de fornecedores e consumidores, para evitar que os consumidores tenham qualquer tipo de prejuízo.

Entre os direitos do consumidor relacionado nesta lei, destaca-se para nossa discussão o direito à indenização, que define que sempre que for prejudicado por falsas informações, artigos de má qualidade ou adulterados ou, ainda, por serviços não satisfatórios, você tem o direito a ser indenizado por quem lhe vendeu o produto ou prestou o serviço. Esta lei define que se o produto estiver com defeito, a loja ou quem comercializou tem 30 dias para resolver o problema e procurar a assistência técnica. Se nesse prazo o “defeito” não for consertado o consumidor poderá escolher entre: trocar o produto, receber o dinheiro de volta ou ter um desconto no preço. Essas mesmas escolhas o consumidor poderá fazer sem esperar os 30 dias para o conserto, caso se trate de produto essencial ou se, mesmo consertado, o produto tiver seu valor diminuído. Quando o serviço é mal prestado, o consumidor pode escolher que o serviço seja feito novamente sem qualquer custo, ou receber de volta o valor pago, em dinheiro, ou ter um desconto no preço pago.

Portanto, levando em conta a LDC, a produção e o comércio de produtos com alto padrão de qualidade e padronizados, passa a ser de fundamental importância não só aos seus produtores, como aos prestadores de serviço.

6. Esforços para a padronização.

Verificamos, portanto, a importância da qualidade e da padronização para nosso mercado, tanto para os produtores como para os consumidores. Neste ponto do artigo ressaltamos o esforço de empresas produtoras no desenvolvimento de produtos com qualidade e também não poderíamos deixar de apresentar o esforço da AGRAESP na criação das **NORMAS ESPECÍFICAS E PADRÕES PARA A PRODUÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E UTILIZAÇÃO DE MUDAS DE GRAMAS**. Estas normas têm por objetivo estabelecer, para todo território nacional, as exigências para a produção, comercialização e utilização de mudas de GRAMAS, visando garantir a identidade e a qualidade física e fitossanitária das mesmas.

Entre outras coisas estas normas:

- Conceituam termos como tapetes de gramas, mudas de grama, sprigs e plugs.
- Apresentam as exigências para se ter um campo de produção de mudas de grama.
- Determinam a origem do material de propagação da produção da muda.
- Definem a responsabilidade técnica.
- Definem o padrão da muda.
- Regulamentam a comercialização.

Assim que vigorar tal normatização, um dos pontos levantados neste artigo que explicam a despadronização encontrada no mercado, estará sendo solucionado, propiciando uma melhora no padrão atual dos produtos disponibilizados aos consumidores.

7. Conclusão.

A padronização e a busca por produtos de qualidade propiciam um crescimento equilibrado do mercado, onde variações possam até existir, porém menores e de

consequências pequenas, fortalecendo o conceito de produto e a relação entre os consumidores e os produtores.

8. Referências.

Normas específicas e padrões para a produção, comercialização e utilização de mudas de gramas, AGRAESP, 2005.

Guia de defesa do consumidor. PROCON/SP, 2005.

BATEMAN T.S., SNELL, S.A. *Administração, construindo vantagem competitiva*, São Paulo, Atlas, 1988.