

FUNÇÕES DA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS

Josué Leitão e Silva**

1. Mercado de Produtos Agrícolas

O deslocamento dos produtos agrícolas da fonte de produção para os centros consumidores é acompanhado de sucessivas e diferentes operações.

A maioria dos agricultores e criadores desconhece tais operações, entretanto, observam que há grandes diferenças entre o preço recebido por eles e o pago pelos consumidores.

Esta diferença, conhecida por margem de comercialização, verifica-se em virtude das funções da comercialização as quais podem ser resumidas em três itens distintos, segundo THOMSEN (3): a) reunião, b) processamento e c) distribuição, inclusive serviços e lucros.

A reunião encerra todas as suas operações que têm por objetivo arrecadar a produção nas suas mais diversas áreas e concentrá-la junto às de processamento e distribuição. O processamento consiste no seu preparo e industrialização, com o propósito de dar-lhe forma adequada, antes de ser entregue ao consumidor. A distribuição, finalmente, realiza o encaminhamento dos produtos preparados aos diversos mercados dos centros consumidores, realizando função inversa da operação de reunião.

Quase nenhuma destas operações cabe aos agricultores,

** - Engenheiro-Agrônomo - M.S.

- Recebido para publicação, em 20/9/65.

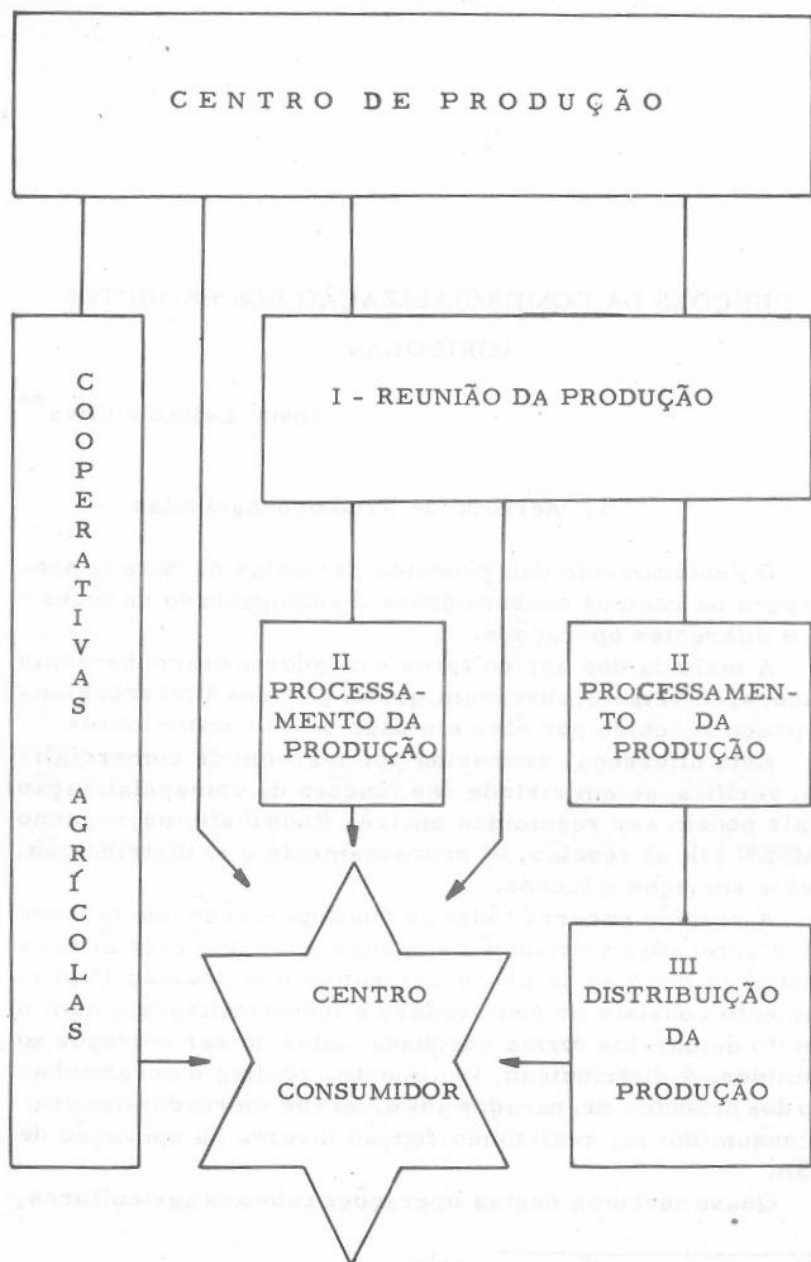


Fig. 1 - Esquema das Funções de Comercialização, Mostrando os Motivos da Margem de Comercialização.

razão por que a diferença de preço lhes parece muito grande.

Para assumir as responsabilidades a que a comercialização está sujeita, os intermediários necessitam de certo capital e conhecimentos técnicos, além de incorrerem nos riscos que os agricultores, em geral, não podem submeter-se (figura 1).

A solução para boa parte dêste problema, diz YNOUE (4), parece agora encaminhar para o sistema cooperativo, que se caracteriza pela conjugação de esforços e dos recursos econômicos, dirigindo-os para:

- a - diminuir as despesas com o processamento;
- b - melhorar a produção em quantidade e qualidade;
- c - melhorar o preço de venda.

As cooperativas são associações de pessoas, baseadas em princípios doutrinários específicos, que têm a seu cargo resolver problemas de quaisquer áreas das ciências sociais. Quando bem sucedidas, podem resolver problemas de comercialização, tais como:

- a - eliminação dos especuladores, na sua quase totalidade;
- b - melhorias na apresentação dos produtos para os mercados;
- c - regularização das flutuações dos preços estacionais;
- d - melhoria na renda líquida dos produtores;
- e - satisfação dos consumidores, pela apresentação de mercadorias mais saudáveis, quantidades mais constantes e a preços mais baixos.

2. Comercialização dos Produtos Agrícolas

Nem toda produção agrícola sofre, antes de atingir os mercados consumidores, as mesmas operações de processamento. Estas se caracterizam por:

- a - modificações na intimidade do produto original;
- b - modificações na aparência;
- c - modificações pela seleção.

Quando os produtos agrícolas são considerados matéria-prima, diz-se que são industrializáveis, isto é, sofrem transformações em suas características primitivas. É o caso, por exemplo, do amendoim do qual se extrai o óleo.

As modificações na aparência dos produtos efetuam-se,

quando estão sujeitos a certos tratamentos que visam apenas oferecer-lhes aspectos mais agradáveis, como é o caso, por exemplo, do brunimento do arroz (polimento), que tem por fim separar o tegumento dos seus grãos.

Com a interferência relativa à seleção, a mercadoria não sofre modificações nem na forma, nem na aparência primitiva de cada unidade, mas apenas uma separação de seus tipos, dando-lhe, simplesmente, uniformidade no aspecto geral, como acontece na separação eletrônica dos grãos de café.

Ao lado das funções gerais da comercialização, uma rede de serviços especializados facilitam sobremodo todos os setores, quer ligados aos produtores, quer aos intermediários ou aos consumidores. Distinguem-se entre tais serviços, a classificação, o transporte, o armazenamento, além dos riscos, os financiamentos, a compra e a venda e o mercado em si, com o seu complexo mecanismo.

3. Qualidade dos Produtos Agrícolas

À medida que os tempos foram passando, as tecnologias sendo aperfeiçoadas e o povo se educando, os mercados passaram a exigir maiores quantidades e melhores qualidades dos produtos agrícolas.

No princípio, eles eram oferecidos com as suas possíveis qualidades boas, médias e ruins, computadas a um só tempo, pelo mesmo preço.

O processo seletivo adotado pelos consumidores, baseado apenas no aspecto da mercadoria oferecida, foi gradualmente mostrando aos comerciantes a necessidade de melhorar sua apresentação. Dessa observação preliminar, os comerciantes passaram a efetuar a seleção e, ao mesmo tempo, a distingui-las, através do preço. Não tardou que tal medida fôsse exigida dos produtores e estes, por sua vez, a exigir melhores preços. Nasceu, deste modo, com o tempo, o esboço do que se deveria estabelecer: a padronização, a classificação e a inspeção, para os produtos agrícolas destinados aos mercados.

Em alguns países, estas operações são optativas e em outros, compulsórias. No Brasil, a classificação dos produtos destinados à exportação é compulsória, DIÁRIO OFICIAL (2). A padronização e a inspeção são funções privativamente exercidas pelo Ministério da Agricultura (M.A.) o qual, segundo BRAZ (1), já padronizou 63 produtos e inspeciona sistematicamente suas exportações para os mercados internacionais. À

primeira vista, por ser a classificação compulsória, no Brasil, parece tratar-se somente de uma exigência governamental, entretanto, sua instituição apresenta inúmeras vantagens para os agricultores e consumidores, que podem ser assim sintetizadas:

- a - valoriza o produto pelas suas qualidade e uniformidade;
- b - assegura mercado para o produto, a preços sempre compensadores;
- c - estimula o consumidor a adquirir maior quantidade, por causa da aparência e uniformidade;
- d - aumenta a renda do agricultor, em virtude dos preços alcançados pelos seus produtos;
- e - facilita as transações entre produtor, consumidor e mercados.

4. Padronização dos Produtos Agrícolas

No Brasil, o Decreto-Lei 334, de 15 de março de 1938, estabeleceu compulsoriamente, a classificação e a fiscalização dos produtos agropecuários e matérias primas do País, destinados à exportação, visando padronizá-los. O Decreto 5.739, de 29 de maio de 1940, aprovou o regulamento desta padronização, que é exercida pelo M. A., através de seu órgão especializado, Serviço de Padronização e Classificação (S.P.C.)*

A padronização consiste em especificar as características peculiares de cada produto, em face de sua qualidade e apresentação nos mercados.

As especificações obedecem a um escalonamento fixado, em função da natureza, qualidade e apresentação das mercadorias, antes e depois de processadas, e ainda de acordo com as exigências atuais dos mercados consumidores internos e externos. Elas são estabelecidas, em termos técnicos que facilitam, em qualquer quadrante do País, o reconhecimento das características dos produtos, através de seus padrões (Quadro I).

Os padrões são estabelecidos dentro de uma ou mais séries de tipos. As séries de tipos correspondem a grupos e clas-

* - Antes da reorganização do Ministério da Agricultura (Lei-Delegada nº 9, de 11 de outubro de 1962) era o Serviço de Economia Rural o órgão especializado e competente para este mister.

ses que, por sua vez, se referem à espécie e variedade do produto, ou ainda, à sua forma, emprêgo ou apresentação aos mercados.

O tipo é descrito, frisando, com bastante exatidão, cada uma das características que indicam precisamente a apresentação da mercadoria, sua qualidade e a tolerância, em percentagem, para os defeitos admitidos:

QUADRO 1 - Quadro Esquematzado e Demonstrativo da Apresentação e Classificação dos Produtos Agrícolas: Milho e Couro de Boi, Baseado nos Decreto-Lei 334/1938 e Decreto 5.739/1940 e seus Decretos Específicos.

Produtos	Apresentação no		Classificação	
	Mercado	Grupos*	Classes	Tipos
Milho	Debulhado	Duro	Branco	1.2.3.4.5.
		Mole	Amarelo	e Abaixo
		Misto	Mesclado	do Padrão
Couro de Boi	Verde	Verde ou Fresco	1ª	1.2 e
	Salgado	Salgado	2ª	Refugo
	Sêco	Sêco-Salgado	3ª	
		Sêco		

Fonte: Quadro organizado pelo autor.

* - Cada grupo apresenta as mesmas classes, e cada classe, os mesmos tipos.

Os padrões servem destarte, de modelo comparativo para as classificações. Constam de amostras, representando cada tipo o produto a que se referem. Os padrões são feitos pelo S.P.C. do M.A., tendo sua validade prevista, relacionada com a perecibilidade do produto. São encontrados apenas nas salas técnicas das agências do S.P.C., nos Estados e nos Serviços de Acôrdos de Classificação Estaduais.

Mediante requerimento ao S.P.C., no Rio de Janeiro, GB, as firmas comerciais podem adquirir uma ou mais coleções de tipos-padrão, para seu uso particular, não sendo, entretanto, válidas, se forem transferidas para outra entidade. As superfícies representativas das amostras não podem ser tocadas com as mãos ou objetos, porque tornam o aspecto di-

verso do que devem apresentar, até o final de sua validade.

5. Classificação dos Produtos Agrícolas

Ao Ministério da Agricultura cabe realizar a classificação comercial. Como para este trabalho demandaria elevade número de técnicos, móveis e utensílios aparelhos que implicariam vultosas despesas, o Governo Federal delega poderes aos Estados ou a instituições credenciados para realizá-lo. O serviço é feito com bases na legislação federal, mediante cobrança de taxas aos interessados, com as quais o Serviço é mantido.

O Decreto 5739/40, estabelece tôdas as normas a serem cumpridas, com relação à classificação. Conquanto seja compulsória para os produtos que se destinem à exportação, não é, entretanto, para as transações internas, embora já se cogite de tal medida para todo o País.

Cada produto agrícola, para ter as especificações de seus padrões de qualidade aprovados pelo Governo Federal, deve apoiar-se nos Decretos 334 e 5739 e nos que aprovarem os itens qualitativos que o identificam.

Estes itens asseguram às mercadorias padronizadas e especificadas os valores pelas quais são reconhecidas e requeridas pelos mercados dos centros consumidores. Vários fatores podem ser especificados para um só produto e identificados como intrínsecos, quando intimamente ligados a ele, e extrínsecos quando alterados por agente externo, modificando-o em algo.

Os fatores qualitativos podem ser reconhecidos por meios:

- a - organoléptico, isto é, através dos órgãos sensoriais humanos, tais como: audição, visão, tato, olfato e paladar;
- b - físicos, por meio de utensílios e aparelhos que determinam a qualidade física, como as medidas de extensão: comprimento, largura, as medidas de volume, de peso e formas geométricas;
- c - químicos, por meio de reações e análises das qualidades naturais, composição e relações constantes entre seus elementos;
- d - biológicos, os identificados em relação ao desenvolvimento natural e que se referem ao aspecto geral, maturidade, sanidade e origem genética.

A classificação tem por fim reunir os produtos em lotes, conforme seus fatores qualitativos, cujo trabalho é realizado de dois modos:

- a - por amostra;
- b - à vista do produto.

Os classificados por amostra são aqueles em que o período de perecibilidade é suficientemente longo. A amostra é retirada das unidades de embarque: saco, caixa ou a granel, nos armazéns ou vagões, de tal modo que represente o produto. O tamanho, volume e técnicas de retirada da amostra são descritos nos decretos de especificações e padronização.

No segundo caso, eles ocupam dois extremos: ou são produtos perecíveis, ou não pode ser retirada a amostra.

Em qualquer hipótese, a classificação por amostra ou à vista do produto, exige certos requisitos como: qualidade técnica do classificador, ambiente iluminado, ventilado, pintado em cores que não modifiquem nem a direção nem a qualidade da luz natural, além de móveis, utensílios e aparelhos adequados.

6. Inspeção dos Produtos Agrícolas

A inspeção foi instituída pela comercialização. É considerada como uma operação final, que tem por fim assegurar ao comprador ou ao consumidor a qualidade do produto comercializado. Em geral, é realizada pelos agentes do Governo que a torna oficial, entre os países, para fins de direitos e obrigações, que devem coexistir entre vendedores e compradores. Existem, entretanto, firmas particulares e especializadas que se encarregam da verificação da mercadoria vendida, quer a inspeção esteja sendo realizada pelo Governo, quer não.

A inspeção verifica-se dentro dos dispositivos regulamentares brasileiros, em várias ocasiões. Ela pode ser realizada: a) durante a classificação comercial do produto; b) depois da classificação comercial; c) nas empresas que realizam o transporte, beneficiamento, industrialização, embalagem e, finalmente, o armazenamento. Nestas empresas, a inspeção visa assegurar as boas condições de representação e conservação de mercadoria, além de outras, como a de corrigir enganos, evitar, prevenir e punir fraudes e infrações.

De modo geral, a inspeção é compulsoriamente realizada pelos agentes do Governo Federal ou Estadual, podendo também ser solicitada pelos interessados para um ou mais dos

seguintes fins:

- a - para efeito de classificação e reclassificação;
- b - para efeito de exportações, tanto por cabotagem como para além mar;
- c - para verificação de operações de crédito e financiamento ou de transações contra documento certificado;
- d - para dirimir dúvidas ou suspeitas.

Na legislação brasileira, quando as inspeções são realizadas, em virtude dos casos assinalados nas letras c e d, estão sujeitas ao pagamento de taxas estipuladas e aprovadas pelo art. 78 do Regulamento, aprovado pelo Decreto 5.739, de 29 de maio de 1940.

No campo da produção agrícola, ainda existem produtos que não foram padronizados, como, por exemplo, a castanha de caju, os óleos vegetais, em geral e outros. Tais mercadorias para serem exportadas, não são classificadas, mas ficam sujeitas às inspeções pelas quais pagam taxas.

A inspeção é realizada com base no método de amostragem estatística, expresso nos regulamentos específicos, reque-rendo certos cuidados, como tipo de coleta das amostras, volume, pêso, quantidade ou percentagem e o "modus faciendi", a fim de que possa, em verdade, representar, pelo sistema aleatório empregado, a população ou o lote inspecionado.

7. SUMÁRIO

O autor realizou, neste trabalho, um rápido estudo sô-bre comercialização dos produtos agrícolas, com ênfase na padronização, classificação e inspeção.

Cada item foi estudado dentro da técnica de seu emprê-go e determinação dos seus efeitos, na organização da produ-ção agrícola do País.

8. SUMMARY

This is a brief marketing study of farm products with emphasis on selection, standardization and inspection. Each element was studied by the usual techniques employed in the author's country, in as effort to determine their effect upon the organization of production.

9. LITERATURA CITADA

1. BRAZ, José Smith - Discurso na Cerimônia de Encerramento do Seminário Latino-Americano sobre Comercialização, Armazenamento e Processamento de Produtos Agrícolas. Rio de Janeiro, GB. 8/6/1962. p.293.
2. DIÁRIO OFICIAL, 24/3/1938, 1/6/1940 - Decreto-Lei 334, de 15 de março de 1938, regulamento pelo Decreto nº 5.739 de 29 de maio de 1940.
3. THOMSEN, F. L. - Marketing Functions and Services in Agricultural Marketing, New York, McGraw-Hill Book Co., Inc., (Tradução para o curso de Comercialização do Prof. S.A.Brandt Escola de Pós-Graduação da UREM, 1963 mimeografado). p. 70-84.
4. YNOUE, Gervásio T. - Métodos Cooperativos na Comercialização. Experiência de Cotia - Anais do Seminário Latino-Americano sobre Comercialização, Armazenamento e Processamento de Produtos Agrícolas, Rio de Janeiro. 1962. p. 269.