

## PROBLEMAS DE COMERCIALIZAÇÃO NO BRASIL (1)

PÉRSIO DE C. JUNQUEIRA  
Engenheiro Agrônomo — M. S.

Pela vastidão do campo, difícil se torna a abordagem dos problemas de comercialização no Brasil. Entretanto, não é mais difícil e diferente do que os temas apresentados aos outros participantes deste Congresso, no qual estão sendo debatidos os principais problemas que enfrenta a agricultura brasileira. Quero dizer, que os problemas de comercialização são bastante complexos, bem mais difíceis do que muitos de nós pensamos.

Isto parece claro quando se indaga, por que a atual discussão dos problemas de comercialização? Outrora não havia interesse dos estudiosos da economia agrícola ou dirigentes da política agrícola, na comercialização em si, apenas a abordavam como um meio para atingir um fim, fim este que era a obtenção de melhores preços para os problemas agrícolas. Há não muito tempo atrás, era comum ouvir-se os termos como: “é preciso obter um justo valor de troca” ou “igualdade de poder de troca” ou ainda na “paridade”. Nos tempos atuais, a atenção daqueles que militam no campo da economia agrícola ou que desta são importantes figuras executivas, está voltada para programas de comercialização, medidas para o melhoramento da eficiência da comercialização etc.. Os termos mais comumente usados na atualidade são “ordenação da comercialização”, “mantenimento da renda do lavrador em um certo nível através da estabilização dos preços agrícolas” etc.. O por quê desta reviravolta? A nosso ver, a economia do País no último quinquênio vem passando por importantes mudanças estruturais que se refletiram principalmente na transição de um estado inflacionário geral para um no qual a contenção da inflação obrigou àquelas mudanças es-

---

1) Divisão de Economia Rural — Soc. de Agricultura de São Paulo.

truturais de todos conhecidas. Portanto parece-nos bastante pertinente a ênfase no estudo de medidas para aperfeiçoar a comercialização agrícola, principalmente porque é mais do que provável que o País estará de agora em diante, em uma fase de estabilização geral dos preços.

Reportando-nos ao parágrafo inicial, pela vastidão do campo e dos problemas da comercialização agrícola, procuraremos neste trabalho dar ênfase a alguns dos principais problemas, que enfrentam países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, bem como tentaremos abordar algumas medidas para minorá-los.

\* \* \*

## A ECONOMIA DA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA

Em termos físicos, a comercialização agrícola inicia quando os produtos do lavrador são levados da fazenda aos mercados de reunião e terminam quando alcançam as mãos dos consumidores. Entretanto, a parte econômica da comercialização abrange um campo maior. Diz respeito a três problemas correlatos: da procura dos produtos agrícolas, do sistema que reflete estas procuras com relação aos distribuidores e produtores e, dos métodos ou práticas usadas para trocar títulos de posse e levar o produto físico do produtor ao consumidor na forma, no tempo e no lugar desejado. <sup>2</sup>

1.º Problema — antecipação às alterações na procura — A utilidade ou satisfação que se obtém dos diversos produtos agrícolas cria a sua procura. Sendo essencialmente dinâmica, essa procura está mudando continuamente. Assim, uma das funções primordiais do sistema de comercialização agrícola é determinar o mais perfeitamente possível aquilo que os consumidores desejam com relação ao tempo, forma e lugar, tanto em termos qualitativos como quantitativos. Outros aspectos da procura também aqui são explorados tais como: posição, elasticidade, curvatura, etc, da curva de procura de produtos agrícolas na fazenda e no varejo, e a relação da curva para com a renda do consumidor. Envolve também a previsão da quantidade do produto

---

2) Shepherd, G. S. *Marketing Farm Products — Economic Analysis*. Ames Iowa: The Iowa State College, 1958, pp 3-14.

a ser comprado pelo consumidor, o respectivo preço quando o produto chegar ao mercado, a medida das alterações que possam ocorrer na procura dos diferentes produtos agrícolas como um todo, etc.

2.º Problema — reflexo das tendências da procura aos produtores — Este é um problema de preços de mercado. A procura serve de guia para os produtores quando estes fazem seus planos de produção e comercialização.

O principal vetor de transmissão das tendências da procura aos produtores é o sistema de preços de mercado. Portanto o problema que aparece em países como o Brasil é: com precisão esses preços refletem a procura por parte dos consumidores?

Pelas suas características, a produção agrícola brasileira é localizada em áreas relativamente especializadas, que estão, em muitos casos, muito distantes dos grandes centros consumidores. Essas grandes distâncias e o número de agentes intermediários necessários entre produtores e consumidores criam um problema de comunicação entre esses, ou seja, o de manter os primeiros em contato com as tendências da procura e com as alterações que nela ocorrem continuamente.

Quando o sistema de preços funciona corretamente, ele informa aos produtores o que os consumidores desejam, quando o desejam e sob que forma. É neste sentido que a economia da comercialização agrícola não começa apenas a partir do encaminhamento do produto aos mercados de reunião e termina às portas das casas de família. Começa antes do plantio ou da criação dos animais, quando o produtor decide quais variedades que vai plantar ou que raça de animais vai criar, isto em face da procura e de suas próprias habilidades para produzir.

3.º Problema — condução dos bens do produtor ao consumidor pelo mais baixo custo — Os custos de comercialização recaem sobre três títulos de tempo, lugar e forma. Existem os custos de transporte de um lugar para outro, custos de armazenagem do período de produção para o período de consumo e existem os custos de transformação de uma para outra forma. Produtores têm sido cépticos com respeito aos benefícios que trariam para eles as reduções nos custos de comercialização. Eles tendem a afirmar que essas reduções vão para os distribuidores sob a forma de

aumento nos lucros. Mas, num mercado sem restrições e imperfeições, os competidores também adotarão novas práticas, as margens se reduzirão a novos e mais baixos níveis refletidos os novos e mais baixos custos. A renda agrícola sendo igual ao dispêndio total dos consumidores com produtos agrícolas menos os custos de comercialização, a curto prazo, qualquer redução nesses custos implica a mesma adição do mesmo montante à renda agrícola. A longo prazo, quando a produção agrícola se ajustar, os benefícios das reduções dos custos se dividirão entre produtores e consumidores.

### CONDIÇÕES BÁSICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA

A divisão da comercialização agrícola em seus três principais problemas econômicos, como foi exposto no item anterior, permite-nos uma análise sistemática desses problemas na comercialização agrícola do Brasil.

1.º — Demanda de mercado — Se bem que os métodos científicos de exploração agrícola frutos de pesquisas internas ou trazidos de países mais avançados, quando devidamente aplicados, podem levar a crescentes aumentos na produção, deve-se levar em conta que isto representa aumento nos gastos de operação e que serão feitos somente na perspectiva de ganhos reais. Três condições básicas são de especial importância para que a demanda de mercado promova incentivos na produção.

a — Preços dos produtos agrícolas razoavelmente estáveis em um nível remunerador. A não ser que tenham confiança que os preços vão ter u'a mínima relação com os custos da produção, os produtores hesitarão antes de incorrer em trabalho ou gasto adicional para incrementar sua produção ou melhorar a qualidade do seu produto.

b — Adequadas agências de comercialização. O sistema de comercialização deve assegurar que o crescimento da demanda urbana, os preços mais estáveis, os diferenciais de preço para qualidade tanto no nível da indústria como do consumo, são na realidade refletidos em ganhos para o produtor e não são diluídos no caminho.

c — Satisfatório sistema de posse e exploração de terras. O efeito de incentivos de mercado para incrementar e

aperfeiçoar a produção será grandemente reduzido se o sistema de posse e exploração da terra resulta em uma grande parcela para latifundiários, que não tenham interesse na modificação do "status".

Incerteza quanto aos preços — I. Mercados internos — É inerente à comercialização dos produtos agrícolas uma acentuada tendência para a instabilidade dos preços devido à concentração estacional da produção, grandes dificuldades em ajustar a produção à procura, face às incertezas do tempo e dos rendimentos, bem como devido à baixa elasticidade preço da demanda para os produtos básicos de alimentação. As flutuações de preços são particularmente violentas no Brasil, visto que a maioria dos produtores são forçados a vender seu produto imediatamente após ou até antes da colheita, para fazer face às despesas do manutenção da família ou para pagar débitos.

Onde o mercado para os produtos é reduzido, as flutuações de preços são acompanhadas pelas atividades especulativas. Acentuadas elevações nos preços após o grosso da safra ter sido encaminhada aos mercados centrais ou atacadistas, desencorajam os consumidores e exportadores, sem trazer qualquer benefício aos produtores. A instabilidade de preços pode ser aumentada pela reação natural dos agricultores de subsistência à mudança desses preços. Esses lavradores cujas necessidades familiares às vezes são inadequadamente satisfeitas, quando os preços são baixos, poderão ter que vender mais da sua produção para atender suas necessidades mínimas de numerário e este fato intensifica a pressão para a tendência de baixa nos preços. Por outro lado, quando os preços são altos, o lavrador pode vender menos e consumir mais, o que leva a uma diminuição no estabelecimento dos mercados urbanos, forçando assim os preços ainda mais para cima.

Na medida que a maioria dos riscos de preços sejam sustentados pelos produtores, dificilmente poder-se-á esperar que eles adotem melhores técnicas de produção, o que geralmente exige logo de início um dispêndio de numerário. Alguma proteção contra indevidas baixas de preços, com naturais reflexos na renda dos produtores, parece ser essencial, pelo menos para manter um nível de preços tal que permitam cobrir os custos de produção. O baixo nível de renda per capita dos consumidores brasileiros e o relativo pequeno tamanho do setor agrícola comparado com os setores secundários e terciários, têm chamado atenção dos executivos para uma certa transferência de recursos desses

setores de volta ao setor agrícola que arcou em grande parte com a implantação da indústria nacional. Entretanto, o que se tem observado é que os diretores da política agrícola nacional têm mantido relativamente baixos preços de venda para produtos de alimentação e outros produtos agrícolas, no interesse dos consumidores e isto, em face do crescente aumento dos custos de produção, tem desestimulado a produção e também, porque não há adequados diferenciais de preços para qualidade, tem desalentado incentivos em adotá-las.

Mesmo adotando-se a premissa que os preços fôsem efetivamente estabilizados em um nível tal que corresponderia ao preço médio que os consumidores estivessem dispostos a pagar, menos os custos de distribuição nos canais de comercialização mais eficientes, haveria vantagem para os produtores que algum esforço fôsse feito em expandir a produção agrícola.

Das principais medidas preconizadas para atenuar as incertezas do preço agrícola e sustentação da renda dos produtores, desponta a formação de estoques reguladores.

### ESTOQUES REGULADORES

Abordado sob o prisma da formação de estoques reguladores, o armazenamento<sup>3</sup> torna-se um meio para atingir um fim ou seja, reduzir a um nível econômico as flutuações dos preços durante o ano e de um ano para outro. Entretanto, o armazenamento absorve recursos e tem seus custos, assim a formação de estoques deve basear-se na relação que existe entre êsses custos e as economias advindas da esterilização dos preços.

Uma política de estoques reguladores implica em ação governamental. Em outras palavras, o Governo pode encarregar-se do estímulo do trabalho puramente comercial de estabelecer e operar instalações de armazenamento e pode participar do mercado, de sorte que haja concorrência para a estabilização dos preços. Portanto, apresenta-se a questão fundamental de quais deveriam ser os critérios a dirigir as operações governamentais no mercado. Ao Governo pode ca-

3) Não discutiremos neste trabalho se a capacidade armazenadora do país é suficiente ou não, mas sim, a utilização da função armazenagem. A êsse respeito, em São Paulo, dados da Divisão de Economia Rural a serem publicados brevemente mostram que a capacidade total de armazenagem do Estado em armazéns particulares, oficiais, de estrada-de-ferro, silos particulares e oficiais é mais que suficiente para o armazenamento das safras presentes dos produtos armazenáveis.

ber uma das três alternativas para a formação de estoques reguladores:

a — se a capacidade armazenadora total das agências oficiais não fôr suficiente<sup>4</sup>, com muita certeza não o é, o Governo pode fornecer estímulo às emprêsas privadas para participarem do programa de estabilização de preços. Após a determinação se as emprêsas estão capacitadas e equipadas para o manejo dos produtos, os órgãos oficiais podem estimulá-las através do financiamento para melhorias das instalações e equipamentos, ampliações e principalmente, financiando o custo da retenção. É importante e salutar a decisão do Governo de trazer o setor privado para a política de estabilização dos preços agrícolas.

b — Outra alternativa ao Governo é fomentar e estimular o armazenamento nas fazendas, através de financiamento para instalações, warrantagen etc. Essa política, deve ser abordada e deve produzir excelentes resultados em um programa a longo prazo pois, a curto prazo poucas fazendas poderão ser beneficiadas para a implantação do programa e deverão ser vencidas as fricções que provávelmente advirão do sistema de posse da terra, e outras características educacionais do lavrador, que se revelam no se lhe oferecer uma mudança.

c — Finalmente, pode o Governo, além de fornecer as facilidades para o armazenamento, administrá-las. Caso o faça<sup>5</sup>, o Governo precisa agir como uma emprêsa privada, utilizando como dados indicativos de sua ação os preços correntes e as perspectivas de mercado, ajustando sua política de compra e venda de forma a elevar seus ganhos ao máximo e reduzir suas perdas a um mínimo. Na medida que esta última alternativa seja aceita, passaremos a analisar alguns aspectos que implica sua adoção.

A ação governamental, na formação de estoques reguladores, implica em constantes mudanças em seus preços de compra e venda. Para isso, com o perigo que esta ação não surta nenhum efeito na melhor utilização dos recursos agrícolas, o Governo deve eliminar algumas das incertezas dos preços anunciando a cada ano os preços mínimos de compra, com bastante antecedência à sementeação das áreas culti-

4) No caso de São Paulo op. cit., a capacidade oficial representa 15% do total da capacidade do Estado.

5) Pela característica da comercialização agrícola no Brasil, e pela existência de instituições como a C.F.P., COBAL e CIBRAZEM, esta parece ser a alternativa mais realista a curto prazo.

vadas. Para a efetividade de um programa de armazenamento e formação de estoques reguladores é preponderante que a administração dêse programa e a fixação dos preços mínimos oficiais, sejam parte integrante do mesmo problema. Isto porque o nível de preços de compra a que se compromete o Govêrno se converte em um fator determinante da capacidade de armazenamento necessária, e também porque a capacidade de armazenamento determina em grande parte a possibilidade de aplicar no mercado um preço verdadeiramente mínimo. Para funcionarem na prática, a fixação dos preços mínimos oficiais para os produtos devem ser baseados em critérios que levem em conta a interpretação do processo econômico vigente. <sup>6</sup>

Depois de estabelecido o preço de compra, válido e plenamente compatível com as possibilidades físicas e financeiras de sua aplicação, ainda resta o problema de qual deve ser o preço de venda. Este deve ser tal que permita à agência armazenadora reduzir suas existências ao nível desejado para o próximo ano de armazenamento. Qual deve ser esse nível desejado? Existem duas soluções possíveis:

a — Aquêlê nível que permita à agência armazenadora aumentar até o volume médio anual recente o total disponível para consumo no ano seguinte, caso as colheitas de dito ano sejam deficientes.

b — Aquêlê nível que permita reduzir até o volume médio, a quantidade de produto disponível para o ano seguinte, caso as colheitas dêse ano sejam abundantes. Dar-se-á prioridade ao primeiro critério se a política consiste em prescindir de importações do exterior a baixos preços. Dar-se-á prioridade ao segundo critério se fôr difícil dirigir a produção a outros usos, tais como maior industrialização etc.

A situação enfrentada no que respeita às vendas pelos diretores do programa oficial de armazenamento, é muito diferente daquela do caso das compras. Quando se compra, geralmente se controla as variáveis do problema. Entretanto na venda, existem forças de mercado que restringem a liberdade de ação. Essas forças são:

a — A situação da demanda para os produtos. Esta não está sujeita à vontade do Govêrno. Consumidores compra-

6) O mais indicado método de fixação de preços é aquêlê baseado na análise do processo econômico através de estimativas da oferta e da produção. Critérios vagos como os baseados em custos de produção, paridade do mercado internacional, taxa inflacionária anual etc., têm se mostrado pouco satisfatórios.



rão certa quantidade de produto durante o mês se lhes oferecem a um preço "X", entretanto, absorverão uma quantidade distinta se o preço de venda é "Y". Este é um fato concreto que condiciona as vendas;

b — Os custos de armazenamento. O armazenamento de cereais ou outros produtos armazenáveis, absorve recursos e custa dinheiro, os diretores têm que aceitar este fato como um fator que condiciona as operações. Os custos aumentam proporcionalmente com o tempo durante o qual permanecem armazenados os produtos;

c — O prazo dentro do qual deve completar-se a predetermined redução das existências. Se as compras tenham excedido o necessário para estabilização da oferta inter-anual parte das existências devem vender-se antes da colheita seguinte.

Com respeito à recuperação dos custos, nunca se poderá enfatizar o bastante, a importância de aderir-se estritamente a este princípio, qualquer outro sistema, em que os preços das existências oficiais não incluam os gastos de armazenagem, retardarão sensivelmente o desenvolvimento da iniciativa privada, tanto de produtores como não produtores, no que respeita à comercialização e armazenamento dos produtos. Se os estoques oficiais se vendem a preços que não reflitam os verdadeiros custos de armazenagem, será impossível aos comerciantes particulares competir com a instituição pública e resultará anti-econômico aos produtores armazenarem êles mesmos seus produtos. Por outro lado, se os estoques de produto se vendem a preços superiores ao justificado pelos custos do armazenamento, a estocagem privada tenderá a esgotar-se antes que comecem a mover-se as existências oficiais, isto trará como resultado um monopólio virtual do Governo durante a última parte do ano agrícola de armazenamento, situação esta que por sua vez retardará o crescimento das empresas que utilizam os produtos em grande escala.

## PAPEL DO GOVERNO 7

Difícilmente pode-se considerar como uma das atribuições normais de um Governo, a posse e administração

7) Essas considerações definem a opinião pessoal do autor quanto à participação do Governo no domínio do armazenamento

de instalações de armazenamento<sup>8</sup>, cujo trabalho é puramente comercial, a não ser, durante uma etapa inicial até que o programa de estabilização tenha sido atingido, particularmente, porque é muito provável, que entidades privadas possam realizar o mesmo trabalho com menores custos. O contróle dos movimentos estacionais de preços, em contraste com a operação de estabilização inter-anual da oferta, somente deve ser considerado como uma função temporal do Governo.

As razões desta afirmação são as seguintes: (a) A tarefa de nivelar as variações estacionais de preço não tem nenhuma característica inerente que justifique, com base em argumentos de bem estar social, a permanência indefinida do Governo no mercado; (b) É pouco provável que o Governo possa chegar a ter o grau de especialização e estabilidade de seu pessoal, que serão indispensáveis para uma participação eficiente no mercado dos produtos. No que se refere à evidência histórica, as economias desenvolvidas têm produzido empresas privadas adequadas para reduzir as flutuações estacionais ao seu nível econômico.

Isto nos leva a concluir que a tarefa do Governo, no momento, pode encarregar-se da estabilização estacional dos preços, por um certo período de tempo, estimulando o desenvolvimento de empresas privadas com suficientes conhecimentos e recursos, para encarregar-se da tarefa.<sup>9</sup> e dedicar-se, por um maior espaço de tempo, para a obtenção da estabilização da oferta intra-anual.

Conjuntamente com sua política de compra e venda, a ação governamental através da infra-estrutura utilizada no programa pode estimular certas medidas que permitam que o trabalho de armazenamento produza os efeitos máximos na melhora da produção e comercialização do País. Entre as medidas sugeridas, as seguintes são dignas de estudo:

a — A melhora do sistema de classificação dos produtos, de maneira que permita o pagamento de prêmios significativos para as qualidades superiores;

b — A utilização da rede de armazéns e silos para colocar os lavradores a par dos detalhes do programa de armazenamento e preços mínimos estimulando-lhe a atenção para a participação no citado programa;

8) No Brasil será mais fácil iniciar um programa deste tipo desde que o Governo possui as instalações, não necessitando de inversões iniciais em equipamento.

9) Entre outras as cooperativas agrícolas.

c — A implantação de um sistema de subsídios relacionados com práticas agrícolas a fim de introduzir métodos de produção mais eficientes (esta pode ser, em algumas circunstâncias, uma arma muito mais efetiva que os preços mínimos no sentido de fomentar a eficiência econômica).

A proteção aos produtores contra o risco das flutuações de preços pode ser feita por atacadistas ou industriais quando, por exemplo, contratos garantem aos fazendeiros um certo preço, geralmente fixado antes do plantio. Por seu lado, os industriais têm u'a medida de contróle sôbre a produção e práticas de colheita, principalmente sob os aspectos de maturação, período de entregas, etc.<sup>10</sup>

## II — *Mercados externos*

A estabilização dos preços dos produtos agrícolas de exportação<sup>11</sup> é um problema bem mais difícil do que aquê da estabilização e mercados domésticos. Convênios internacionais de estabilização de preços são difíceis de serem negociados e não têm sido, em geral, um sucesso.

Um país, detentor de grande parte do mercado internacional pode tentar estabilizar o nível dos preços internacionais atuando, regulando unilateralmente a oferta no mercado, como foi o caso do Brasil com o café, entretanto, esta ação requer consideráveis recursos financeiros e também provavelmente a maioria dos benefícios vão para os competidores.

Como regra, esforços federais nos países em desenvolvimento, têm sido dirigidos no sentido de atenuar os efeitos das flutuações dos preços internacionais, sôbre os mercados domésticos.

O mecanismo usado inclui a (a) acumulação de fundos de reserva oriundos das divisas obtidas com a exportação em períodos de altas de preços para redistribuí-los de uma forma ou de outra, em períodos de baixa de preços aumentando assim o retôrno aos produtores; (b) a imposição de variados impostos de exportação e (c) adiando ajustamentos na taxa de câmbio para produtos vendidos em mercados favoráveis.

10) Em São Paulo, na região de Descalvado existe um certo número de fazendeiros que trabalham sob esta forma de contrato, fornecendo então vegetais para uma grande firma produtora de sopas. Grandes indústrias de milho, e de óleos comestíveis, principalmente de algodão, garantem seu suprimento através de contratos de comercialização.

11) Neste trabalho daremos maior ênfase às medidas primárias de amparo à comercialização agrícola nos mercados internos

## 2.º — DIFICULDADES EM LEVAR INCENTIVOS DA DEMANDA AOS PRODUTORES

Lógicamente, preços favoráveis e estáveis podem exercer seus efeitos na produção, na medida que os produtores realmente os recebam, condição esta que, no nosso País, nem sempre é preenchida. Substanciais modificações dos sistemas de comercialização existentes são necessárias para que os pequenos lavradores das áreas menos desenvolvidas do País, geralmente afastados dos centros consumidores, possam receber estes preços e melhores cotações para as melhores qualidades.

Se bem que comparações de margens de comercialização nem sempre são muito convincentes, pela dificuldade de generalizar condições de comercialização em diferentes regiões do País, podemos dar um exemplo do impacto do custo da comercialização sobre a parcela do produto, nos preços pagos pelos consumidores. Estudos feitos em São Paulo, demonstraram que, em média, para os produtos, arroz, feijão, milho, batata e cebola, no período de 1950 a 1965, cerca de 50 a 55 por cento do preço pago pelo consumidor foram para os custos de comercialização.<sup>12</sup> Uma análise quantitativa dessas margens mostrou que a margem do lavrador tem correlação negativa com o volume das safras, isto é, a medida que aumenta o volume das safras, diminui a margem dos lavradores. Por outro lado, as margens do atacado e do varejo são positivamente correlacionadas com o volume das safras, isto é, elas aumentando, a medida que aumentam o volume das safras.

A deficiência das informações das condições do mercado, a falta de competição nos canais de comercialização a ineficiente organização e manipulação ocasionando perdas, acompanhadas com uma grande fraqueza dos produtores e consumidores nas suas relações de troca com atacadistas e varejistas, foram as principais causas das altas margens observadas.

### *Informação de mercados*

A informação de mercados é uma das principais medidas a favorecer os produtores em receber os estímulos de

---

12) Dados retirados do relatório da pesquisa feita pelo autor em colaboração com a CIBPU, sobre as condições da comercialização dos principais produtos do abastecimento da cidade de São Paulo. Tal estudo foi elaborado para o Governo Abreu Sodré.

preço ao planejar a sua produção. Informação sôbre a situação corrente e perspectiva dos mercados são caracteristicamente fracas ou até não existem, em países menos desenvolvidos.<sup>13</sup> Citam-se como as maiores dificuldades para a implantação de um eficiente sistema de informação, o grande número de pequenas emprêsas que participam da comercialização agrícola, a deficiência das comunicações e o alfabetismo. Êsses fatos são as maiores limitações do poder de troca dos fazendeiros de subsistência e também o que permite aos atacadistas compradores obter maiores margens em mercados distantes cujos produtores podem nem saber das mudanças nos preços.

Os produtores, sofrem os efeitos de uma demanda derivada, isto é, ela reflete o que os atacadistas, nos mercados centrais, crêem que os consumidores pagarão, menos os gastos previstos de elaboração e manipulação. Outra fonte importante de diferenças entre a demanda dos mercados agrícolas e a demanda do varejo é o elemento de antecipação do nível do atacado, sempre que êstes, na base de informações que dispõem, e da sua experiência passada, prevêm na mudança iminente nas condições da demanda, oferta ou consumo, tratam de ajustar de antemão o volume de suas compras e os preços.

A falta de informação acêrca do futuro valor de seu produto e onde possa vendê-lo vantajosamente, pode fazer com que produtores nem tentem cultivar ou vender alguns produtos que estejam sendo atualmente demandados e para os quais seu tipo de solo e conhecimento seriam adequados. E também, inadequada informação de mercado é freqüente causa de perdas físicas quando produtos perecíveis, tais como frutas e vegetais oriundos de distantes áreas de produção, são enviados para um mercado já saturado.

A informação de mercado é muito mais do que condensados sumários de preços obtidos em um mercado e publicados diáriamente nos jornais ou divulgados através do rádio. Geralmente, estas informações dizem respeito a uma transação que já se deu, influenciadas por uma série de fatores que não foram relatados e em um ponto do sistema de comercialização. Para ser realmente um serviço à disposição

13; O Brasil já dispõe de um serviço oficial de informações de mercado, o SIMA, do Ministério da Agricultura. Entretanto êste serviço ainda está no início de sua atuação, cobrindo um território reduzido, e necessitando ampliar os tipos de informação que oferece.

de todos, compradores e vendedores, e um fator de desenvolvimento da produção agrícola quebrando toda a estrutura citada nos parágrafos anteriores, a informação de mercado precisa ser dinâmica e eficaz tanto qualitativa como quantitativamente. À medida que as áreas de competição vão aumentando pelo desenvolvimento do transporte, crescimento do setor industrial, aumento de população ao redor dos grandes centros industriais, suprimentos deverão ser trazidos de áreas mais longínquas. Assim, os mercados locais tornam-se apenas um dos fatores de importância no preço, pois o mercado torna-se nacional e internacional.

Num país como o Brasil, grande e complexa é a responsabilidade dos serviços de informação oficiais, tanto estaduais como federais. Existe um grande número de produtos agrícolas e pecuários, produzidos em áreas mais ou menos desenvolvidas que precisam ser manipulados por um grande número de agentes e distribuídos por um território imenso. A primeira questão é que tipo de informação é primordial? Parece-nos que são necessárias informações sobre preços correntes, quantidades disponíveis em armazenagem e em trânsito, entrada nos mercados e perspectivas. Dados gerais sobre a situação da demanda também devem ser coletados, devem ser divulgadas informações sobre todos os níveis dos canais de comercialização, da produção ao consumidor, passando pelos mercados atacadistas e varejistas. Cada tipo de informação apresenta problemas de coleta. Geralmente uma detalhada cobertura informativa é mais fácil para o atacado do que para os mercados do produtor e varejo, e também é mais fácil coletar dados sobre produtos que passam por mercados centrais organizados do que pelos mercados descentralizados e desorganizados.

A disseminação da informação pode ser feita através de estações de rádio e jornais locais que geralmente estão dispostos a divulgá-las, se lhes fornecidas na hora certa. A coleta e interpretação da informação em termos que os produtores e outros usuários entendam, às vezes requerem iniciativa e assistência de uma entidade pública.

Desde que uma eficiente e eficaz informação de preço deve ser baseada em padrões de tipos e qualidade bem definidos, pesos e medidas uniformes, etc, um Serviço de Informação de Mercado pode contribuir bastante para a melhoria da eficiência da comercialização, através do estímulo à adoção dessas práticas em todo o País.

### 3.º — DIFICULDADES NA REDUÇÃO DOS CUSTOS DA COMERCIALIZAÇÃO

Uma característica dos problemas da comercialização agrícola em países que estão experimentando um acelerado desenvolvimento econômico, é que eles aparecem simultaneamente em tôdas as linhas, desde a planificação da produção para atender à demanda de mercado, através do transporte, atacado e distribuição no varejo. Essas fases só tão intimamente relacionadas, e a dificuldade em quebrar esta interdependência é normalmente tão grande, que o sucesso em estabelecer melhoramentos em qualquer uma das várias fases da comercialização freqüentemente depende de correspondentes melhoramentos que estejam se dando em outras. Devido a êsses fatos, a redução dos custos de comercialização, se bem que possível e desejável torna-se bastante difícil. Deficiências do sistema de comercialização, aumentando seus custos aparecem nos transportes, armazenamento, manipulação e distribuição.

A falta de meios de transporte é comumente responsável por ambos, elevados custos da comercialização e a continuação da agricultura de subsistência. A produção comumente fica restrita aos mercados das vilas e lugarejos, até que facilidades de transporte barato promovam o acesso a outros mercados. É bem provável que em nosso País, culturas de subsistência como arroz, feijão e milho estejam sendo cultivadas, em lugar de culturas comerciais e mais lucrativas, devido à dificuldade em trazer o produto para o mercado. A deficiência das estradas faz com que muitas áreas de produção tenham contato com o mundo externo somente na época da sêca, quando aquelas podem ser utilizadas; em decorrência, pode acontecer que uma safra valiosa se perca. É também importante, que se faça a adaptação das facilidades de transporte existentes, para atender à demanda de produtos perecíveis, tais como carne, frutas frescas e vegetais, leite, os quais geralmente necessitam de refrigeração. Além do seu elevado custo, êste equipamento só pode ser economicamente utilizado através de boas estradas e razoáveis conexões ferroviárias.

A falta de cuidado e previdência na manipulação e empacotamento causa muita perda, na comercialização dos produtos agrícolas. As vêzes, êste fato é encorajado pelas tradicionais práticas de venda. Na região centro-sul, muita fruta, notadamente a laranja, é vendida na árvore, ela é colhida pelo comprador que pode deixar de apanhar uma certa

quantidade, desde que não tenha mais interêsse pelo preço do produto.

### *Classificação e padronização*

Pelas inúmeras vantagens que traz ao melhor funcionamento do sistema de comercialização atuando como um lubrificador e pelos benéficos efeitos que traz na redução dos custos da comercialização em todos os seus níveis, julgamos que deve ser dada um ênfase especial à classificação e padronização dos produtos agrícolas no Brasil. Entre outras, as principais vantagens da classificação bem feita e adotada por todos os agentes do sistema são (a) cotação de preços toma mais sentido; (b) torna possível compra e venda dos produtos através de amostras e descrições, (c) permite reunir e misturar os produtos para transportes futuros e assim facilitar o processo de concentração da comercialização; (d) facilita o financiamento e a tomada de riscos na comercialização dos produtos (e) reduz o custo dos transportes, (f) pode aumentar a demanda para certos produtos. 14

Ao considerar o assunto da classificação em relação à comercialização dos produtos agrícolas, seria desejável, de início, definir o que é classificação e padronização. Existem dois tipos, a classificação comercial e a classificação oficial. A classificação comercial deve existir de uma forma ou de outra, desde as primeiras operações de compra e venda de produtos agrícolas. Ela é a distribuição dos produtos da mesma classe em grupos, de acôrdo com a desejabilidade e o uso desta como base para o comércio. Compradores de gado gordo nas invernadas ou em qualquer outro mercado, variarão seus preços, de acôrdo com suas estimativas de peso, aparência do lote e a percentagem calculada de carne nas carcassas. Essa é a classificação comercial. Este tipo de classificação é importante e bastante utilizada na comercialização agrícola, cada produto com suas características, usos e costumes, e hoje é parte integral da comercialização. Isto porque a fixação dos valores faz parte da transação e êsses valores não podem ser estabelecidos sem referência a qualidade, tamanho, aparência ou qualquer outro fator.

A classificação oficial é o estabelecimento das classes pela autoridade governamental, sendo feita ou supervisionada por alguma instituição oficial. A finalidade é propó-

14) Kohls. R. L. Marketing of Agricultural Products. New York: The Macmillan Company, 1955, pp. 203 - 205.



sito dessa classificação deve ir muito além do mero estabelecimento de categorias para servir de base para o comércio. Ela deve ser feita com o objetivo de aperfeiçoar as condições de comercialização dos produtos para as quais foi aplicada. Na maioria dos produtos agrícolas ambas as classificações são utilizadas, mas, nas nossas condições, a classificação oficial, quando existe, tem aplicação apenas no comércio com as agências federais. 15 No entanto, a classificação oficial deveria ser compulsória em tôdas as operações, com a supervisão dos organismos oficiais. Essa prática proporcionaria, principalmente aos lavradores das regiões menos desenvolvidas, a obtenção de uma troca mais justa, por ocasião da venda de seu produto.

Como o lugar da classificação comercial é por si mesmo óbvio, discutiremos a adoção, propósito e importância dos programas de classificação oficial, com relação aos produtos agrícolas. A fim de evitar disputas entre compradores e vendedores, parece que existe motivo para que a classificação seja estabelecida e interpretada por uma parte neutra, independente e desinteressada, que é neste caso o Governo.

Com a aceitação da participação oficial, a classificação pode ser feita para servir a um propósito muito mais fundamental do que simplesmente estabelecer a base para o comércio entre compradores e vendedores. Os interesses da agricultura requerem que ela produza o tipo de produto que seus consumidores internos e externos querem. Esses interesses requerem também que esses tipos sejam reconhecidos de tal forma que a demanda do comprador final se expandirá na medida que ele compre com crescente confiança.

Classificação, nesse sentido, é feita com uma finalidade principal, isto é, melhorar a posição de qualquer produto no mercado, quando eia fôr aplicada. Ela atende a essa finalidade por uma das seguintes maneiras ou ambas: Primeiro é o encorajamento da produção e a comercialização de produtos de melhor qualidade. Para acontecer isto é obviamente necessário que o produto seja classificado ao ser comercializado pelo produtor e que este seja pago na base do tipo classificado. Segundo é a criação da confiança da parte do comprador e isto deve expandir a demanda e melhorar a posição relativa do preço do produto. Por seu turno, para acontecer isto, é necessário identificar o produto ao com-

15) O arroz é um exemplo, a classificação oficial estabelecida pela legislação federal é obrigatória somente quando o produto se destina a exportação ou para fins de aquisição e financiamento pelo Governo através da C.F.P

prador pelo tipo, quer seja êle um negociante ou consumidor final.

Até certa medida êsses fins podem ser obtidos através de promoção voluntária. Em outros casos êles podem ser alcançados por meios legais, isto é, fazendo a classificação compulsória para um ou ambos propósitos. Mas, qualquer que seja o meio pelo qual êste fim seja alcançado, a esperança que temos como proponentes de um programa de classificação é que no interêsse dos produtores, êle seja aplicado a todos os segmentos do comércio.

Classificação tem sido propugnada pelos agricultores e comerciantes, mais avançados principalmente porque ambos esperam ganhar com isso. Entretanto, se a classificação é para ser efetiva, ela deve ser baseada na preferência dos consumidores ou utilidade que lhes trazem. Os consumidores não pagarão mais por um tipo do que outro se a êle não faz diferença qual tipo está comprando.

Como devem os tipos basear-se na preferência dos consumidores? Há duas respostas dependendo do produto, se êste é mudado de forma radicalmente no caminhamento ao consumidor final a influência da preferência dêste na sua escolha se bem que real é indireta. É mais realista chamar o consumidor aqui como usuário, pois o industrial torna-se um consumidor. Por outro lado, se o produto não muda muito de forma, a influência do consumidor é sentida diretamente. Mesmo que o consumidor compre, por exemplo, figo na base da inspeção pessoal e não no tipo, mesmo assim os tipos que os comerciantes atacadistas usam devem ser baseados no que o consumidor quer.

O problema de escolher corretos padrões para tipos envolve sérias dificuldades.<sup>16</sup> A primeira delas é que não existe um concenso geral se a base para os tipos deve ser a preferência do consumidor expressa através dos preços de mercado, ou a avaliação do poder nutricional do produto, etc. A segunda dificuldade é a inexistência de pesquisa no campo da determinação da preferência dos consumidores. A terceira dificuldade é a tradução da preferência dos consumidores em uma descrição do produto em termos objetivos e mensuráveis. É desejável a formulação de padrões, em termos de medidas definidas. Se bem que as dificuldades expostas são grandes, é necessário que se estimule os estudos de uma classificação objetiva dos produtos agrícolas, levan-

16) Wangh, Frederick V., ed., *Readings on Agricultural Marketing*. Ames: Iowa State College Press, 1954, cap. 6.

do-a a todos os canais da comercialização, em todos seus níveis. Os benefícios que advirão para a maior eficiência do sistema e retôrno aos lavradores serão bastante significativos.

\* \* \*

Longe de poder cobrir todos os principais problemas de comercialização agrícola a que sòzinhos são tema não para um mas para vários Congressos, procuramos neste trabalho levantar certos assuntos para discussão e chamar a atenção das autoridades governamentais para algumas medidas que consideramos primárias (no sentido de serem as primeiras a serem tomadas), caso desejassem elaborar um plano a longo prazo no sentido de estabilizar a renda dos produtores e aperfeiçoar a comercialização agrícola do País.

Comentador: *Reynaldo Dias de Moraes e Silva*

Sr. Presidente, Senhores

Por duas razões, foi para mim um motivo de grande satisfação ter sido convidado por esta Sociedade para participar de sua V Reunião:

— Reúnem-se nesta sociedade os mais insignes economistas rurais do País para discutir problemas de grande repercussão no futuro da nossa economia;

— Terem-me dado a tarefa de comentar o trabalho de um colega ao qual me prendem estreitos laços de amizade.

Disse bem o autor quando frisou as dificuldades de abordagem do problema de comercialização dos produtos agrícolas no Brasil. Parece no entanto ter superado com sucesso tal dificuldade, abordando o problema com particular clareza, que muito facilitou a análise do mesmo.

O trabalho é muito bem delineado e abrange os diversos aspectos da comercialização dos produtos agrícolas, procurando discernir sua importância para a melhoria dos processos de comercialização e ressaltando as implicações do funcionamento do sistema de preços para o setor da agricultura. Algumas ponderações devem entretanto ser feitas quanto a pontos básicos do trabalho.

1. No item "Economia da Comercialização", o autor aborda no terceiro problema suscitado, a questão da redução dos custos de comercialização como meio de elevação da renda agrícola.

Parece-me no entanto que a redução das margens de comercialização através da redução dos custos deveria se traduzir especialmente por uma redução nos preços aos consumidores, pois supõe-se que se os agricultores mantêm e mesmo ampliam sua área cultivada aos níveis médios de preços no mercado e que a oferta resultante nesses níveis de preço satisfaz a demanda, êsses seriam os preços de equilíbrio entre a oferta e demanda nesses mercados. Na medida em que uma redução na margem de comercialização se traduzir por um preço maior para os produtores, êstes ten-

deriam a aumentar a médio prazo sua oferta no mercado, restabelecendo-se os níveis de equilíbrio por uma baixa correspondente e uma provável retração da oferta, como consequência, para os níveis de equilíbrio.

Aliás o setor agrícola tende, ao longo do processo de desenvolvimento, a diminuir seus preços conforme aumenta a produtividade do setor, assim como o setor secundário. Já os serviços, pelos menores ganhos de produtividade que apresentam em relação à agricultura e à indústria, tendem a aumentar seus preços relativos, significando que as margens de comercialização deverão se ampliar ao longo do tempo, pela evolução diferencial da produtividade nos dois setores.

2. O autor aborda com notável clareza a importância das flutuações de preço e a incerteza que ocasiona nos produtores essas flutuações, dificultando o ajustamento entre a produção e a demanda, em razão do caráter aleatório do fator clima e dos rendimentos.

São particularmente conhecidas no Brasil essas flutuações nos preços agrícolas, cuja amplitude decorre da baixa elasticidade preço desses produtos, e caracterizam os chamados problemas de abastecimento.

Parece-me, entretanto, que procurou o autor dar demasiada ênfase às flutuações estacionais como problema agudo dos mercados agrícolas, relegando a um plano inferior as flutuações inter-anuais.

As flutuações estacionais, como aliás aponta com clareza o autor, decorrem da própria natureza da produção agrícola, que por se concentrar num curto período do ano, exige adição de outros serviços, como armazenagem, conservação, que apresentam custos cumulativos, além dos custos financeiros e de risco (seguro), até que o produto seja procurado no mercado.

Carências de infra-estrutura de transportes ou de armazenagem parecem ampliar as variações estacionais, criando condições de mercado desfavoráveis à produção. São situações entretanto características de fase de desenvolvimento e ocupação territorial, e parecem representar no Brasil, na fase atual, problema somente em áreas pioneiras ou em regiões mais atrasadas.

Já as flutuações inter-anuais apresentam especial relevância pela contínua realocação dos fatores que provocam, assim como pela incerteza dos produtores, desestimulando as inversões que permitiriam absorver a moderna tecnologia de produção agrícola.

O desenvolvimento da agricultura brasileira está diretamente ligado a uma absorção rápida dessa tecnologia, que parece ser condicionada em grande parte por essas flutuações. Por outro lado, essas flutuações condicionam o caráter desfavorável das flutuações excessivas em mercados organizados.

3. Outro ponto sobre o qual me pareceu recomendável tecer algumas considerações, foi a respeito de estoques reguladores e margens de comercialização.

Não parece haver sérias indicações de que os mercados agrícolas não sejam concorrenciais tanto do lado oferta como da demanda, assim como o mercado intermediário e consumidor. A análise de séries temporais de preços nas diversas fases não parece ser a melhor metodologia para a análise da estrutura de comercialização.

De outro lado, outros pesquisadores como Gordon Smith em pesquisa direta de casos, não encontraram evidências de um baixo nível de concorrência no comércio de atacado (1).

O Departamento Econômico do Ministério da Agricultura parece ter chegado a resultados semelhantes (2). Não há evidências claras da falta de concorrência, a não ser em casos específicos micro-regionais como situações quase episódicas. Não há dúvidas de que eventuais desequilíbrios entre a oferta e demanda nesses mercados alteram as condições de barganha entre compradores e vendedores, porém são situações conjunturais próprias desses mercados.

Essa falta de evidência de uma estruturação defeituosa dos mercados dos produtos agrícolas, não indica a utilização de instrumentos como estoques reguladores para melhoria da concorrência nesses mercados.

Já a utilização de estoques para compensar as influências aleatórias do fator clima sobre o rendimento das culturas e diminuir as flutuações inter-anuais nos preços, parece-me política altamente desejável como instrumento condicionador do desenvolvimento tecnológico do setor primário.

Essas flutuações de preços como decorrência de uma defasagem no ajustamento entre a oferta e demanda, pa-

1) Veja-se Gordon W Smith, «Agricultural Marketing and Economic Development: A Brazilian Case Study» — Harvard University — 1965.

2) Veja-se «Margens de Comercialização para Alimentos Seleccionados Consumidos no Rio de Janeiro» — Rio de Janeiro, Maio, 1966 — Departamento Econômico, Ministério da Agricultura.

recem estar na base dos problemas de evolução menos rápida da oferta de produtos pecuários, em razão da formação dos ciclos de produção que determinam (3).

Feitas estas ponderações, não posso deixar de congratular-me com o prezado colega e amigo pelo excelente trabalho que realizou, com o qual estou integralmente de acôrdo, quanto à análise e interpretação dos problemas e a clareza com que expôs tão complexo tema.

Certamente os senhores terão verificado que sua queixa inicial de dificuldades de abordagem foi sèriamente comprometida pelo brilhantismo da exposição.

---

3) Veja-se Leite da Silva Dias, Guilherme em «Alguns Aspectos da Pecuária de Corte na Região Centro-Sul» — Estudo ANPES n.º 7 — (texto preliminar) — 1966 e Canto Arruda, Maria de Lourdes em «Projeções Mensais dos Abates de Suínos em Função da Relação de Preços Porco-Milho», n.º 11/12 de 1965 — ANO VII — Agricultura em São Paulo — Divisão de Economia Rural.

Comentador: *Carlos Maciel Cristancho*

Senhor Presidente, Senhores,

O trabalho do Dr. Pêrsio Junqueira, da Divisão de Economia Rural do Estado de São Paulo, o qual coube-me comentar, tem por título "PROBLEMAS DE COMERCIALIZAÇÃO", portanto, abrangendo um campo muito amplo, devemos salientar que o autor teve o mérito de bem localizar os pontos-chaves da comercialização no Brasil.

Assim, farei sucintos comentários sôbre alguns itens que me pareceram de maior relevância.

Como foi dito no trabalho, a comercialização agrícola, em termos físicos, é iniciada quando os produtos são levados do produtor aos mercados de reunião ,até chegarem às mãos do consumidor.

No entanto, quando da análise da parte econômica da comercialização, nota-se que o campo abrangido é mais extenso, e o Dr. Pêrsio destacou os três principais setores de comercialização agrícola da seguinte maneira:

- 1 — antecipação às alternativas na procura;
- 2 — reflexos das tendências da procura aos produtores;
- 3 — condução dos bens do produtor ao consumidor peio mais baixo custo.

O 1.º problema — *Antecipação às alternativas na procura* — É a procura dos produtos no todo ou individualmente. Prende-se, antes de qualquer outra ação, a procurar descobrir o que os consumidores potenciais querem e sômente então, produzir esta mercadoria.

Sabe-se que inúmeros produtores agrícolas acham difícil pensar em termo de procura, preferindo operar com produtos que para eles já são tradicionais.

O 2.º problema — *Reflexo das tendências da procura aos produtores* — É essencialmente um problema de preços de mercado, e o Dr. Pêrsio diz que o principal fator de



transmissão das tendências da procura aos produtores é o sistema de preços de mercado.

Dêsse modo, é essencial que este mecanismo de preços funcione bem e com precisão ou, caso contrário, os produtores não terão aquilo que os consumidores desejam, e o padrão de vida será o mais alto que se pode assegurar em relação ao nível de recursos produtivos e de tecnologia existente.

Desde que o sistema de preços funcione a contento, os produtores saberão o que os consumidores desejam, quando o desejam e de que forma o desejam.

Como diz o autor, no Brasil, as distâncias dos centros produtores aos grandes centros consumidores são grandes, e o número de agentes intermediários criam um problema de manter os produtores em contato com as tendências da procura e com as tendências que nela ocorram continuamente.

Mas, um esforço no sentido de melhorar esta comunicação já está sendo realizado pelo SIMA (ou seja, Serviço de Informação do Mercado Agrícola), onde diariamente são divulgados os preços de atacado em alguns centros consumidores.

Outra informação interessante, sendo esta mais antiga, é a que se refere aos preços mínimos estabelecidos pelo Governo e sua conseqüente divulgação.

O 3.º problema — *Condução dos bens do produtor ao consumidor pelo mais baixo custo* — Refere-se exclusivamente aos custos de comercialização que incidem no produto, quando este se desloca do produtor até chegar ao consumidor. O autor cita três títulos onde recaem estes custos:

- a) Tempo
- b) Lugar
- c) Forma.

No entanto seria bom apresentarmos um quarto: o de posse. Pois sabe-se que:

1. — *De tempo* — Refere-se ao sistema de transporte transferindo-se a produção de um local onde não poderá ser consumida para um outro, onde poderá quer sob a forma original ou sob outra qualquer forma, ser adquirida por processamento.

Nesta operação, os instrumentos mais usuais para se ter esta utilidade de lugar são as ferrovias, rodovias, e as fluviais e marítimas. É bom lembrar que tudo isto está con-

dicionado a um fator de grande importância — o indivíduo proprietário, que é justamente aquele que paga as despesas de transportes, assumindo riscos com a finalidade de obter lucros.

2. — *De lugar* — Refere-se à armazenagem em geral, pois os produtos colhidos poderão ser guardados até que o consumidor exija a sua presença por meio da procura.

3. — *De forma* — Tem-se a transformação do produto primário em produto acabado — assim como o trigo em pão, soja em farinha de soja etc., e de um modo mais claro, o algodão em tecido.

É oportuno salientar que não somente os produtos que sofrem transformações radicais de aparência, gosto ou outras características, que recebem a “utilidade de forma”, pois também uma lavagem de frutas, armazenamento de carnes em congeladores etc., também são considerados como processos que adicionam utilidade de forma.

4. — *De posse* — Refere-se à transferência do produto entre os indivíduos ao longo do sistema de comercialização.

#### CONDIÇÕES BÁSICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA

Neste item o autor faz uma análise sistemática dos problemas de comercialização agrícola no Brasil, dentro daqueles três principais problemas econômicos anteriormente citados.

No item *Incerteza quanto aos preços*, o autor faz uma referência ao pequeno tamanho do setor agrícola, comparado aos outros setores secundários e terciários, no entanto, devo lembrar que aproximadamente 50% da população vive na zona rural e a agricultura contribuiu com mais de 80% do volume de exportação.

Quanto aos estoques reguladores, o autor focaliza muito bem o problema e sugere ao Governo três alternativas:

a) O Governo deve oferecer estímulo às empresas privadas para participarem do programa de estabilização de preços;

b) fomentar e estimular o armazenamento nas fazendas através de financiamento para instalações, vantagens etc.;

c) O Governo, além de fornecer as oportunidades para o armazenamento, ainda deve administrá-lo.

Parece-nos que esta última, nas condições atuais da comercialização desenvolvida no Brasil, seja a que oferece melhores resultados, mas deve-se dizer que somente a curto prazo será possível. Existem atualmente instituições que podem bem desempenhar estas funções, como a Comissão de Financiamento da Produção (C.F.P.), Companhia Brasileira de Alimentos (COBAL), Companhia Brasileira de Armazenamento (CIBRAZEM).

Quanto ao item intitulado *As dificuldades em levar incentivos da demanda aos produtores*, o autor é objetivo quando diz que os preços favoráveis e estáveis podem exercer seus efeitos na produção, na medida que os produtores realmente os recebam. É fato que no Brasil, por deficiência do sistema de comercialização, esta condição nem sempre é preenchida. Torna-se portanto necessário mais eficientes informações das condições de mercado, e o SIMA, indubitavelmente, será um órgão que muito irá cooperar neste campo, isto é, poderá informar os preços correntes, as quantidades disponíveis em armazenamento e em trânsito, a entrada nos mercados, as perspectivas etc.

Um item de muita importância seria a divulgação do fluxo dos produtos.

#### DIFICULDADES NA REDUÇÃO DOS CUSTOS DA COMERCIALIZAÇÃO

O Dr. Pérsio diz que uma das características dos problemas de comercialização agrícola em países que possuem acelerado desenvolvimento econômico, é que eles aparecem simultaneamente em todas as linhas. E isto também é verdade nos Estados Unidos, onde o custo de comercialização é maior do que o custo de produção. Sabe-se também que os processos de comercialização de produtos agropecuários são mesmo mais complicados e variáveis do que os processos de produção agrícola.

Entre os fatores que concorrem para um alto custo de comercialização no Brasil, o autor cita:

- a) falta de meios de transportes adequados;
- b) deficiência das estradas;
- c) a falta de cuidados e previdência na manipulação e empacotamento, ocasionando desperdícios;
- d) a ausência de uma classificação bem feita para os produtos agrícolas;

- e) um melhor aprimoramento do sistema de padronização.

O autor focaliza bem a situação das classificações existentes, comercial e oficial, e apesar de ser difícil a escolha de padrões corretos, é uma medida que se impõe, pois os produtores seriam beneficiados tendo mais uma orientação e um estímulo para bem conduzir os seus trabalhos. Os consumidores igualmente seriam beneficiados, pois teriam a oportunidade de adquirir produtos com os indispensáveis e desejados índices de qualidade.

Outros itens poderiam influir na redução dos custos de comercialização, porém estes que foram enumerados pelo autor, são de fato os pontos-chaves da comercialização.

Terminando este breve comentário, congratulo-me com o autor pelo excelente trabalho apresentado, onde tão bem soube reforçar os principais problemas da comercialização no Brasil.

## DEBATES:

*Dr. Otto Vergara Filho*

Acredito que as questões referentes à comercialização devam ser atacadas prioritariamente sob o ângulo quantitativo, como por exemplo, determinação das margens de comercialização para os diferentes produtos agrícolas. Outro ponto importante reside no desenvolvimento de uma metodologia adequada aos problemas de comercialização em países em estágio de desenvolvimento.

Gostaria ainda de dar maior ênfase a dois pontos importantes dentro da comercialização e que foram lembrados apenas parcialmente pelo autor: 1.º — Transportes. — Devo acrescentar que a importância que esta função física desempenha, não apenas na comercialização mas no desenvolvimento de um modo geral, é das mais significativas, o que aliás foi consubstanciado pelo relatório do BIRD, que condicionou qualquer financiamento ao Brasil à execução de um plano decenal de integração econômica dos transportes. A título de comunicação devo acrescentar que se está realizando no Rio a I Semana de Transportes, que busca o equacionamento dos problemas de transportes em plano nacional, mediante o estudo metodológico da questão. 2.º — Sistema cooperativo. — Adaptar o sistema cooperativo às condições de comercialização brasileiras, de modo a elevar sua eficiência, a exemplo do que vem ocorrendo com as cooperativas sob a orientação da ACARES no Espírito Santo, que tem obtido sucesso com as cooperativas de leite e café. Neste último caso pude verificar através de uma pesquisa local, que o preço pago aos agricultores pela cooperativa por um saco de café era 23% superior ao pago pelos canais tradicionais de comercialização.