

PADRONIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS — TEORIA PURA E PESQUISA APLICADA —

Engr.º Agr.º Sergio Alberto Brandt, PhD.

Engr.º Agr.º Antonio Augusto B. Junqueira, M. S.

1 — IMPORTÂNCIA E OBJETIVOS

Mais de setenta produtos agropecuários estão, atualmente, sujeitos à legislação de classificação e padronização no Brasil. (6) Presume-se que a adoção de uma política de classificação possa exercer efeitos relativamente grandes sobre a eficiência e a estrutura do sistema de comercialização. Acredita-se, também, que a intervenção governamental, neste setor, possa constituir um fator de desenvolvimento econômico.

Os objetivos específicos deste trabalho são:

- a) fazer uma descrição dos conceitos econômicos envolvidos no problema de classificação - padronização;

- b) discutir critérios gerais de avaliação dos padrões estabelecidos, sugerindo problemas para pesquisa;
- c) desenvolver as possíveis inferências para política de mercado.

De modo geral, pretendeu-se discutir problemas de classificação-padronização, sob o ângulo econômico. Para isto, recorreu-se a trabalhos tanto de autores estrangeiros como realizados neste país, os quais são citados como referência, ou ilustração das análises teóricas.

2 — CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

O interesse pela pesquisa de mercado, de modo geral, e pela classificação-padronização, de modo específico, está relacionado com a promoção da eficiência de comercialização.

Classificação é a separação de produtos em lotes de características qualitativas substancialmente homogêneas; padronização significa uniformizar as especificações das classes entre compradores e vendedores, nos diversos lugares e através do tempo (16).

Há dois tipos básicos de eficiência de comercialização. O primeiro é a eficiência operacional e o segundo se refere à eficiência de preço. O sistema é operacionalmente eficiente se minimiza os custos de cada função específica e é preço-eficiente quando a distribuição de informações exatas de preço é feito de modo rápido e preciso, a baixo custo e a todos os agentes interessados (17).

Teoricamente, a padronização tende a reduzir os custos de comercialização e, por conseguinte, a elevar os retornos totais dos produtores. Isto é alcançado através de maiores volumes de vendas. Especificamente, a padronização tende a:

- a) expandir o mercado da compra e venda por descrição;
- b) encorajar a especialização;
- c) reduzir a competição promocional;

- d) reduzir custos das operações de compra e venda;
- e) influenciar a localização da indústria de transformação;
- f) estimular a competição de preço e o desenvolvimento tecnológico (inovação).

Por si só, a padronização não constitui instrumento suficiente para alcançar êstes resultados; talvez não seja mesmo o mais efetivo, mas não há dúvida de que pode atuar neste sentido. Por outro lado, a oficialização das classes tende a elevar a eficiência de preço do sistema de comercialização, fornecendo uma linguagem universal, facilitando a coleta e a disseminação de informações de mercado.

Dêstes benefícios ou objetivos da política de padronização não se deve inferir que ela seja aceita de modo pacífico. Mudanças estruturais sempre exigem algum custo ou dispêndio. É possível que mudanças na localização industrial envolvam prejuízos consideráveis para agentes já estabelecidos, ou que, a intensificação do processo competitivo, elimine empresários marginais ou marcas tradicionais; aliás, isto parece ter ocorrido no mercado norteamericano de carne (17).

Para que a classificação-padroneização atinja aquêles objetivos, é necessário que os padrões sejam estabelecidos por um agente imparcial, que é, geralmente, o Poder Público.

E' necessário, também, que os padrões sejam revistos periódicamente, a fim de sofrerem as modificações que se fizerem necessárias.

Inicialmente, a política de padroneização deveria considerar os requisitos mínimos de saúde pública (1) e o custo de implementação da política. Estas duas considerações envolvem um compromisso: a classificação deve ser estabelecida de tal modo que a maioria dos consumidores disponha de meios para adquirir quantidade suficiente do produto e que êste seja razoavelmente garantido, dos pontos de vista de sanidade e pureza (5).

Um sistema de classificação deve ser orientado pelas preferências dos compradores. A medida destas preferências é o preço de mercado, quando exis-

tem alternativas entre padrões de qualidade.

Deve haver, assim, uma relação direta entre preço e qualidade (2). A parcela do mercado, que dispõe de maior poder aquisitivo, compra a qualidade de preço mais alto e a parcela de menor renda compra a qualidade mais barata.

A figura 1 ilustra curvas hipotéticas de procura de três grupos de consumidores, para três diferentes qualidades de produto, vendidas a preços progressivamente mais baixos. Se o produto agregado é dividido em três classes, é possível vendê-lo simultaneamente a três diferentes níveis de preços (1).

Verifica-se alguma superposição entre as três curvas de procura. E' que compradores de um dado estrato podem desejar, por razões diversas do preço de mercado, adquirir produto das classes desejadas pelos compradores dos outros estratos de renda.

(1) O Decreto Federal n.º 50.040, de 1961, regulamentou o emprêgo de aditivo em produtos alimentícios.

(2) Isto não quer dizer que deva existir uma relação direta entre padrões e preços. Estudiosos do problema têm recomendado sistemas de classificação que refletem diferenças em qualidade e, não, níveis de qualidade (17).

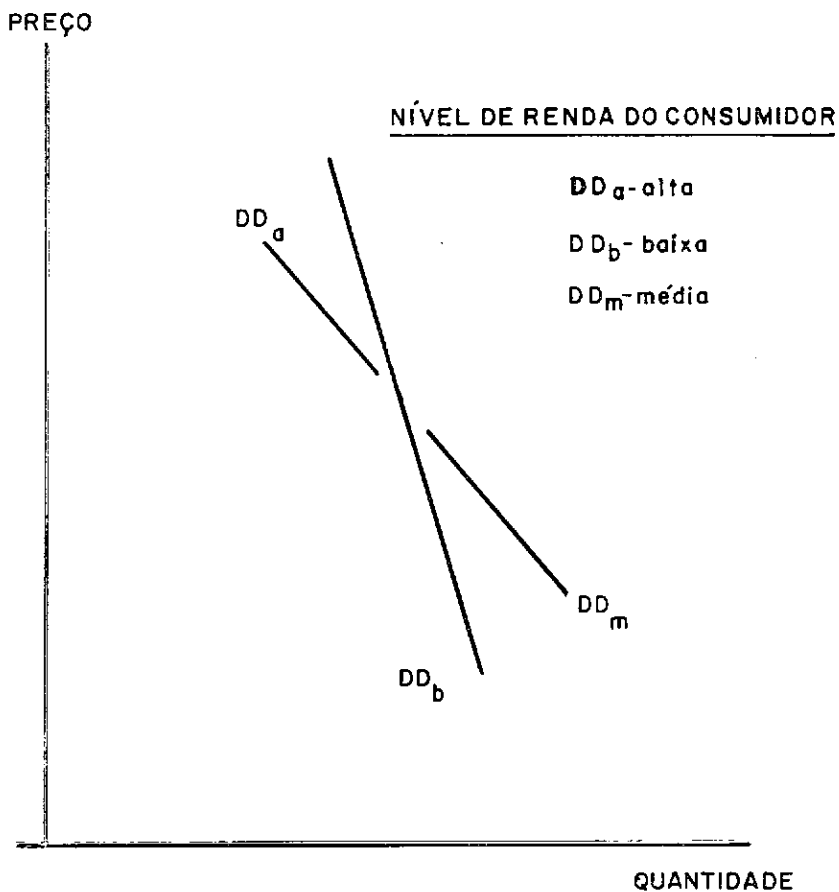


FIGURA 1. — Curvas Hipotéticas de Procura de Três Qualidades de um Produto por Três Diferentes Estratos de uma Comunidade.

Isto implica numa padronização verticalmente orientada, ou seja, uma que diz ao comprador que classe ou qualidade é superior, média e inferior, e que se baseia nas premissas de que a qualidade é uma variável contínua e crescente e de que as definições são aplicáveis na realidade.

Entretanto, se forem adotadas outras premissas, talvez se chegue a resultados mais satisfatórios. Estas premissas alternativas implicam em uma orientação horizontal, que diz aos consumidores e ao comércio que os padrões são indicadores de diferenças, e não de níveis de qualidade (3).

Pensa-se, às vezes, que a política de classificação deveria ser orientada por elementos mais concretos ou científicos. Alguns autores pensam que as classes deveriam basear-se em características nutritivas dos produtos; outros, aventam a hipótese de que as preferências dos especialistas (e não as do consumidor) deveriam orientar

a classificação. Entretanto, estas sugestões não resistem a uma análise mais profunda.

As características nutritivas são desconhecidas e, talvez irrelevantes, para grande parte dos consumidores. Estes parecem estar mais preocupados com os usos ou destinos do produto do que com seu valor nutritivo. As preferências do consumidor médio (às vezes mal educadas ou irracionais), por outro lado, podem diferir das preferências do técnico (5).

Até o momento, procurou-se analisar o problema da padronização-classificação do lado da procura. E que dizer da oferta? Esta discussão conduz diretamente ao problema de controle e melhoria da qualidade.

Seria desejável que o Poder Público limitasse a produção e a exportação de café até o tipo mínimo "seis", ou que os produtores de leite vendessem apenas leite de tipos "A" e "B"? Por exemplo, dizendo dispor de "novos argumentos técnicos", BICUDO (4), recomendou a proibição da exportação de café de

(3) Com isto cria-se a dificuldade de obter uma nomenclatura "neutra" que não implique eventualmente em níveis de qualidade. Mas isto não parece ser tarefa impossível.

tipos piores. Tanto do ponto de vista teórico como do ponto de vista empírico dos produtores e da sociedade, tais políticas são indefensáveis.

Essencialmente, elas ignoram o funcionamento do mercado, como meio de determinação de preços e retórnos (3) e isto equivale, mais ou menos, à restrição da nossa produção automobilística a carros Ford Galaxie ou similares de alto luxo; ninguém ignora que automóveis mais baratos dispõem de demanda no mercado e que, portanto, devem ser produzidos.

O princípio econômico, que orienta a produção de produtos classificados, é o princípio dos retornos marginais decrescentes. Os acréscimos, em investimentos para obtenção de produtos de melhor qualidade, devem parar no momento em que o retórnio marginal (preço diferencial), obtido na produção de uma qualidade superior, iguala o custo marginal incorrido na sua obtenção.

A principal explicação para o fato de os preços das classes mais elevadas de um produto serem consistentemente mais elevados que os das classes inferiores, não é que maior número de compradores preferem aquela, mas, sim, que seus custos de produção são relativamente

mais elevados, limitando a oferta (em relação à procura) das mesmas. Se o critério de orientação horizontal, antes mencionado, fôsse adotado, não haveria razão para que os preços diferissem, consistentemente, entre classes.

Isto, também, ilustra o fato de que a padronização não determina preços. Ela é, apenas, um meio de expressar preferências.

Ainda neste ítem referente ao esquema conceptual, podemos incluir as relações teóricas entre padronização e diferenciação dos produtos.

Entende-se por diferenciação, qualquer base, real ou imaginária, usada para distinguir os produtos ou serviços de um dado vendedor, daqueles providos por outro vendedor. Esta se baseia na ignorância ou no conhecimento imperfeito das características qualitativas por parte do consumidor. Em alguns casos, pode-se opor à classificação-padronização, e implica em competição não preço, isto é, competição de produto (em que o vendedor manipula características do produto) e competição promocional (em que o vendedor manipula a escala de preferências do comprador).

Técnicas de diferenciação podem:

a) ajudar a firma a manter e expandir mercados e b) elevar a satisfação dos consumidores, permitindo-lhes maior amplitude da escolha.

Mas podem, também, implicar em: a) maior desperdício e duplicação, e b) associação com estruturas imperfeitas e má informação de mercado.

A padronização dos produtos tende a elevar o conhecimento acêrca dos mesmos, o que, por sua vez, tende a eliminar fontes de diferenciação.

Se o sistema de comercialização fôr essencialmente dinâmico, caracterizado por firmas comerciais que procuram sobrevivência e crescimento, então, estas procurarão outros atributos, novos ou menos conhecidos, nos quais tentarão, novamente, diferenciar seus produtos dos competidores. Esta introdução de novos bens e de novas qualidades no mercado é um dos cinco casos que SCHUMPETER (15) identificou como fontes de desenvolvimento econômico.

3 — CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Às vêzes, se é tentado a considerar as classificações existentes como algo imutável ou definitivamente estabelecido.

Desde o trabalho pioneiro da CAVINA (7), quase nada parece ter sido feito no sentido de avaliar sistemas de classificação no país. Conhece-se, além dêsse, apenas os de PUPO (14) e BARBOSA (2).

Entretanto, os padrões existentes estão sempre sujeitos a melhorias e aperfeiçoamentos. E' necessário, portanto, que se disponha de critérios para avaliação daquilo que já existe ou do que se pretende implementar.

Os requisitos mínimos, em números de três, são:

a) o sistema deve reduzir significativamente a variação em atributos qualitativos básicos dentro de pelo menos algumas classes, i. é, a variação dentro de classes deve ser menor que a variação de toda a "população";

b) mesmo que haja alguma superposição, a classificação deve refletir algumas diferenças significativas em atributos físicos importantes entre os padrões;

c) o sistema deve resultar em algum benefício social líquido, quer através de aumento da satisfação, quer através de menores custos.

Estes três critérios deveriam ser utilizados, tanto no julgamento dos sistemas em voga, como na avaliação de classificações propostas.

E' bem provável que qualquer sistema atenda ao primeiro critério.

Já, o problema de superposição de atributos de qualidade entre padrões, parece ser mais comum no caso de mercadoria agrícola.

O problema de traçados das linhas limítrofes entre padrões de produtos agrícolas foi estudado, por exemplo, por ERDMAN (8).

Se um dado sistema preenche estas exigências, pode-se dizer, com certo grau de confiança, que ele é apenas melhor do que nenhuma classificação.

Para que os sistemas existentes possam ser melhorados e, que novos sistemas possam ser delineados, é necessário que se disponha de algo mais do que requisitos mínimos. E' preciso que se tenha uma idéia das características do sistema ideal ou ótimo.

Ainda que ele não seja alcançável, serve como orientação. No sistema ótimo, a variação dentro de padrões deve redu-

zir-se a um mínimo e a variação entre padrões e os benefícios sociais deve ser maximizada. Além disso, os três critérios devem ser satisfeitos, simultaneamente: o sistema deve ser comercialmente operacional.

4 — PESQUISAS EM PADRONIZAÇÃO - CLASSIFICAÇÃO

A principal vantagem deste modelo de classificação é a de indicar rumos para pesquisa.

Tais inferências são numerosas, mas, podem ser reunidas em dois campos principais de pesquisa.

O primeiro campo de pesquisa se refere aos estudos sobre características físicas dos produtos e, o segundo diz respeito aos atributos e combinações de atributos que interessam aos consumidores.

Dentro do primeiro campo, estão os trabalhos de CARRUTTI *et alii* (10), LAZZARINI (13) e GODOY (11).

Pesquisas, abordando problemas do segundo campo, podem ser feitas através de:

- a) "surveys" entre os consumidores, usando-se alguma técnica de amostragem; entrevista direta e

análise estatística das informações obtidas;

b) experimentos controlados em lojas varejistas, fazendo-se variar os preços dos diversos padrões ou lotes de produtos e anotando-se as quantidades vendidas em cada "tratamento".

Outra técnica aplicável no segundo campo de pesquisa, que pode ser utilizada para análise de diferenciais de preço (indicador das preferências dos compradores), em relação às diversas classificações, é a de regressão multivariada. Nos mercados atacadistas, é comum a prática de preço uniforme para qualidades iguais. Faz-se, por exemplo, uma inspeção de 100 lotes diferentes de determinado produto e anotam-se preços, quantidades vendidas, tamanho, grau de maturação, e outras características de qualidade. Ajustando-se uma equação, em que preço é a variável dependente, podem-se obter estimativas dos efeitos líquidos dos diferentes fatores sobre o preço ou diferencial de preço, usando-se um modelo de regressão, que indica variáveis artificiais ou "zero-um" (5).

A pesquisa pode, então, contribuir para a solução de três importantes problemas:

a) verificar o que os compradores desejam e quanto podem pagar;

b) desenvolver medidas para estas características desejáveis;

c) permitir o desenvolvimento de novos sistemas de classificação.

O simples fato de que um dado sistema vem sendo utilizado há vários anos, não constitui argumento em favor de sua manutenção. E' possível que sejam desenvolvidos novos métodos de determinação da qualidade, ou que sejam descobertos novos fatores de qualidade. Diz-se, mesmo, neste sentido, que um bom sistema de classificação deve ser fixado a curto prazo e passível de mudanças a longo prazo.

5 — CONCLUSÕES

A classificação-padronização de produtos agropecuários é, particularmente, difícil, em virtude da alta perecibilidade, da pouca uniformidade e da grande diversificação de usos. Portanto, seria errôneo pressupor que os padrões estabelecidos são

perfeitos ou que só os produtos de alta qualidade devem ser produzidos e vendidos.

Mas, a política de comercialização não se deveria basear na esperança de que o mercado viesse a ser suprido, unicamente, com produto de primeira classe.

Mesmo que haja excedentes de determinado produto e os preços sejam relativamente baixos, não será de bom augúrio limitar, unicamente, os suprimentos dos padrões inferiores. Tal política seria prejudicial, tanto aos interesses dos produtores, como dos consumidores. Se o produto fôr vendido no mercado externo, esta política também se torna prejudicial aos programas governamentais de desenvolvimento.

A política governamental de classificação-padronização deveria prover recursos para pesquisa e informação no setor. A pesquisa deveria ser orientada, principalmente, para a avaliação e a melhoria dos sistemas existentes e para a ampliação das vantagens da classificação metódica a outros produtos.

Além disto, o público deveria ser informado acêrca do significado dos padrões existentes, de modo que o pleno efeito da classificação fôsse alcançado, em têrmos de maior eficiência operacional e de preço.

Como se disse, a manutenção de padrões mínimos de pureza e sanidade, é recomendável.

E' necessário, também, que a legislação existente seja acompanhada de um serviço permanente e eficaz de inspeção. Entretanto, o espírito da política de inspeção não deve ser o de caça e punição aos comerciantes desonestos, mas o de promoção da indústria. Caça e punição constituem problemas de esfera legal e a promoção se enquadra na esfera econômica.

Um programa efetivo de inspeção de produtos agropecuários beneficia, tanto produtores e intermediários, como consumidores, elevando o grau de confiança nas instituições comerciais. E esta maior confiança é que permite e promove a expansão ou desenvolvimento do mercado.

LITERATURA CITADA

1. BAKER, R. L. et alii. Economics of location in grading and cartoning eggs. University Park, Pa., Pennsylvania State College, 1953. 25p. (Bulletin No. 571)
2. BARBOSA, L. F. Classificação do café brasileiro. Boletim da Superintendência dos Serviços do Café 36(416):16-20; (417):9-12; (418).10-13. 1961.
3. BAUER, P. T. & YAMEY, B. C. The economics of marketing reform. Journal of Political Economy 62(3):210-235. 1954.
4. BICUDO, B. A. A. Café brasileiro no Exterior: melhoria de tipos. Boletim da Superintendência dos Serviços do Café 36(418).8-9. 1961.
5. BOWRING, J. R., SOUTHWORTH, H. M. & WAUGH, F. V. Mercadotécnica agrícola; traduzido por Imanol Uriarte. Mexico, Editorial Continental, 1962. 298p.
6. CARVALHO, L. P. Relação de decretos referentes à padronização de produtos agrícolas, pecuários e matérias primas do país. In Curso de Padronização e Classificação de Produtos Horti-Grangeiros, 1.º, São Paulo, 1962. p.1-31.
7. CAVINA, R. A. Padronização de produtos agropecuários. Boletim da Sociedade Brasileira de Agronomia 4(2):179-194. 1941.
8. ERDMAN, H. E. Problems in establishing grades for farm products. Journal of Farm Economics 32(1):15-29. 1950.
9. FARRIS, P. L. Uniform grades and standards, product differentiation and product development. Journal of Farm Economics 42(4):854-863. 1960.
10. GARRUTI, R. S. & CONAGIN, A. Escala de valores para a avaliação da qualidade da bebida do café. Bragantia 20(18): 557-562. 1961.
11. GODOY, O. P. Rendimento em grãos inteiros no beneficiamento do arroz. Revista de Agricultura 38(1):39-46. 1963.
12. GOMES, F. G. Pesquisa sobre a prova de xícara na classificação de café mole. Boletim da Superintendência dos Serviços do Café 37(422):6-7. 1962.
13. LAZZARINI, W. & MORAES, F. R. P. de. Influência dos grãos deteriorados ("TIPO") sobre a qualidade da "BEBIDA" de café. Bragantia 17(7):109-118. 1958.

14. PUPO, J. P. Organization and operation of grading facilities for cotton, coffee and cereals in the State of São Paulo. In Report of Latin American Seminar on the Marketing, Storage and Processing of Agricultural Products, 2.º, Rio/São Paulo, 1962. p.135-142.
15. SCHUMPETER, Joseph A. The theory of economic development; an inquiry into profits, capital credit, interest and the business cycle; translated from german by Redvers Opie. Cambridge, Harvard University, 1951. 255p.
16. THOMSEN, F. L. Agricultural marketing. New York, McGraw-Hill, 1951. 483p.
17. WILLIAMS, Willard F. The role of grade standards and grading in live-stock and meat marketing. Stillwater, Oklahoma Agr. Exp. Sta., 1962. 90p. (Oklahoma Agr. Exp. Sta. Series P-419)