

BOLETIM TÉCNICO DE EXTENSÃO

Comercialização agrícola: entender para melhorar



Fonte: OTTATI (2020)

Ana Maria Aquino dos Anjos Ottati

Dra. em Desenvolvimento Rural, Departamento de Economia Rural/Agronomia/CCA/UEMA,
anaottati@professor.uema.br.

Fabio Pierre Fontenele Pacheco

MSc. em Agroecologia, Departamento de Economia Rural/Agronomia/CCA/UEMA.
Coordenador de Agroecologia da Associação Agroecológica Tijupá,
pachecofp@gmail.com

COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA: entender para melhorar

Quando falamos em comercialização agrícola, estamos nos referindo ao ato de levar os produtos *in natura*, semiprocessados ou processados do agricultor ao consumidor. Esse processo pode acontecer de forma direta ou indireta, o que representa a participação ou não de intermediários, o que em geral, pode representar um preço maior ou menor recebido pelo produtor familiar. Assim, neste boletim vamos apresentar alguns conteúdos importantes para a tomada de decisão dos produtores sobre a forma de comercializar os seus produtos, considerando que a comercialização deve ser pensada antes mesmo da produção mudando um o que acontece normalmente, primeiro produz para depois tenta comercializar. Esperamos contribuir com o planejamento antes mesmo de produzir e assim possibilitar maiores chances de melhorar o empreendimento familiar.

O QUE É COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA?

Podemos entender a comercialização, de forma mais geral, como um processo que envolve a transferência de bens ou serviços de quem produz e quer vender (produtores) aos que precisam comprar (consumidores).

Mas é importante entender que por trás dessa definição existem várias outras questões envolvidas que permitiram que o produto alcance um preço que possibilite o produtor continuar produzindo e, até mesmo, aumentar sua produção, mas, para isso, o foco tem que ser no atendimento do consumidor. Neste sentido, na comercialização para se conseguir **VENDER** é necessário estabelecer todo um processo de **PLANEJAMENTO** que deve ser feito por quem produz e envolve o conhecimento do ambiente onde ocorrerá a transferência dos produtos. Esse ambiente e suas relações com a venda e o consumo é que chamamos de **MERCADO**.

Sendo assim, a comercialização de fato começa com o Planejamento, em que o início de tudo é conhecer o consumidor

– **identificar para quem você pode vender o seu produto, o que ele está sentindo falta, qual a apresentação que pode tornar o produto mais atrativo** (Ex.: milho – espiga crua, cozido, assado,



<https://www.pngwing.com>

canjica, pamonha) e, **onde você pode encontrar o consumidor** (Ex.: feira livre, beira da estrada, em casa, supermercados, etc.).

A Figura abaixo apresenta as várias questões que devem ser consideradas no planejamento da produção, através de perguntas que vão traçar todos o caminho do planejamento da comercialização.

Perguntas que devem ser respondidas no planejamento da comercialização



Fonte: OTTATI (2020).

QUEM PARTICIPA DA COMERCIALIZAÇÃO

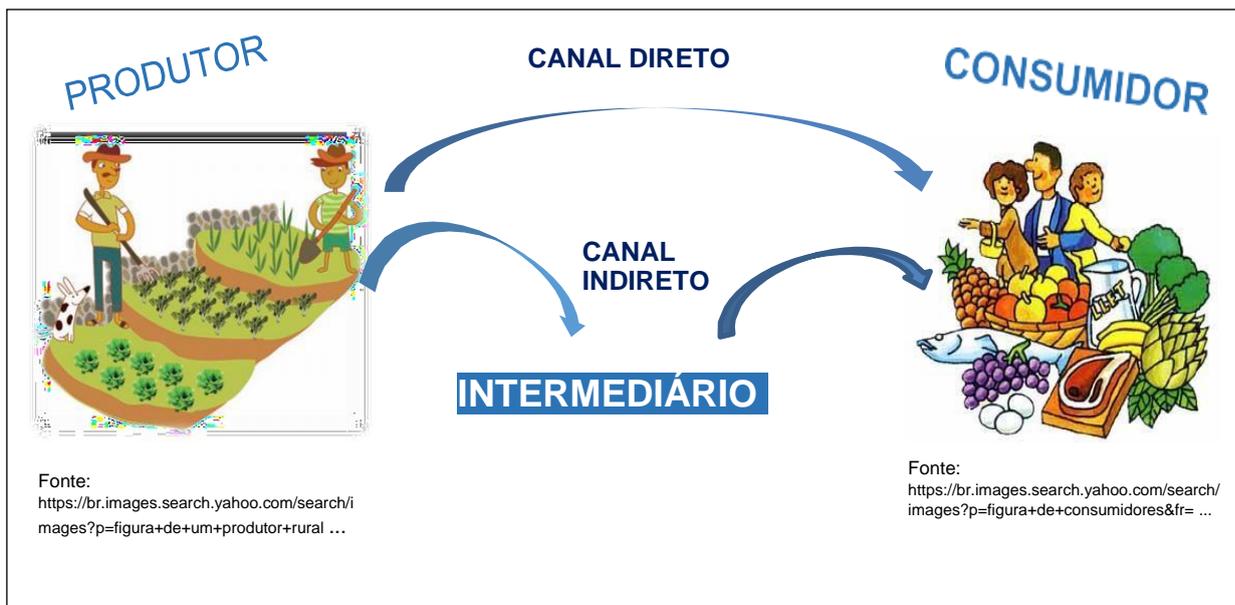
Várias pessoas ou organizações participam do processo de comercialização, como por exemplo, produtores individuais, cooperativas, associações (da parte de quem vende a produção) e atacadistas, varejistas e o consumidores (da parte de quem compra). Todo o percurso do produto entre **QUEM VENDE** ↔ **QUEM COMPRA**, formam o que chamamos de **CANAL DE COMERCIALIZAÇÃO** ou **CANAL DE DISTRIBUIÇÃO**.

Canal de comercialização é o caminho percorrido pelo produto do **PRODUTOR** (quem oferta o produto ou serviço) ao **CONSUMIDOR FINAL** (quem usará o produto ou serviço)

Neste caminho pode existir os **INTERMEDIÁRIOS** – que são pessoas ou organizações que fazem o papel de comprar de quem produz e levar a quem está interessado em revender, podendo ser o comércio atacadista e varejistas. Estes agentes intermediários são conhecidos como **ATRAVESSADORES**.

Na Figura abaixo, você observa que existem dois Canais de Comercialização: **CANAL DIRETO** e o **CANAL INDIRETO**.

Demonstração dos canais de comercialização



Fonte: OTTATI (2020).

Canal Direto (ou curto) não tem intermediários, o produtor ou seu representante (cooperativa/associação) vende diretamente para o consumidor. A principal vantagem desse canal é o **preço mais justo para o produtor**.

Exemplos: feira-livre, vendedores ambulantes, PAA, PNAE, outros.

Canal indireto é quando existe um ou mais intermediários para possibilitar a comercialização.

Exemplos: a venda para um atravessador, sacolão, supermercado, pessoas que vendem em feira livre e que não são os que produziram.

Quanto **MAIS CURTO O CANAL de comercialização, MAIS O PRODUTOR IRÁ GANHAR** pelo seu produto. Ou seja, Cada agente (atravessador) vai querer tirar o seu “lucro” em cima do valor de venda do produtor.

AGREGAÇÃO DE VALOR AOS PRODUTOS

Agregar valor a um produto está relacionado a adicionar uma característica a mais ao produto, o que o torna mais atrativo para a venda, sendo **uma forma de aumentar a sua qualidade, durabilidade, praticidade, e, assim, o seu valor ou facilitar mais a venda**. Abaixo apresentamos algumas formas de agregação de valor:

a) Processamento – transforma a forma original de um produto. O processamento requer na maioria dos casos o uso de máquinas e equipamentos manuais ou automáticos. Ex.: transformar a raiz de mandioca em farinha ou transformar a fruta em polpa etc;

b) Beneficiamento – é quando apenas melhoramos o estado natural do produto. Ex.: descascar e polir o arroz; descascar, cortar, higienizar, selecionar, fracionar e embalar frutas e verduras para ficarem prontas para o consumo; fazer molhos de pimentas etc;

c) Limpeza/lavagem - é um processo mais simples, somente fazendo a lavagem dos produtos para ficarem com uma apresentação melhor. Ex.: tirar a terra da macaxeira, lavar as hortaliças, etc.;

d) Etiquetagem/Rotulagem – é quando colocamos informações que ajudam o consumidor a optar por um produto, passando mais confiança. Consiste em colocar o nome do produtor, data da colheita, data de validade, matéria-prima usada na fabricação, nome da comunidade, aspectos da produção (como livres de agrotóxicos) etc.;

e) Embalagem – favorece a proteção e durabilidade, além da higiene dos produtos. Cada produto tem tipos de materiais e formas de embalagens específicas. Os materiais mais comum são: sacos de papel ou de plástico, filme plástico, bandeja de isopor com envolvido com filme plástico, recipientes de vidro etc.;

f) **Deixar o produto em locais mais perto do consumidor** – tirar o produto da área de produção e colocar em locais de fácil acesso para o consumidor, como por exemplo, uma via movimentada e no período de maior fluxo, por exemplo, vender o produto na beira da estrada.

Exemplos de produtos com agregação de valor.



Fonte: [https://www.google.com/search?xsrf=ALeKk02z-](https://www.google.com/search?xsrf=ALeKk02z-5YohjObPEJVQcalnefWmHvo8Q:1593517276721&source=univ&tbm=isch&q=figuras+produtos+agroind%C3%BAstria&sa=X&ved=2a)

5YohjObPEJVQcalnefWmHvo8Q:1593517276721&source=univ&tbm=isch&q=figuras+produtos+agroind
nd%C3%BAstria&sa=X&ved=2a



Fonte: <https://www.dreamstime.com>

O processamento é algo que agrega muito o valor, durabilidade e melhor aproveitamento da produção. O ideal é conseguir fazer isso em uma **AGROINDÚSTRIA FAMILIAR**.

ATENÇÃO: Para ser considerada agroindústria familiar, deve apresentar estas características:

- Mão de obra que seja 80% familiar;
- Área útil construída de até 250 m²;
- Matéria-prima produzida pela família.

Abaixo segue um link da publicação do ISPN onde se encontram informações de como elaborar projetos para uma agroindústria comunitária/familiar:

<http://ispn.org.br/site/wp-content/uploads/2018/10/GuiaDeElabora%C3%A7%C3%A3oDeProjetoDeAgroind%C3%BAstriasComunit%C3%A1rias.pdf>



REGISTRO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

Uma forma de conseguir comercializar em vários locais, como supermercados e lojas especializadas ou mesmo vender para outros estados e, até mesmo, outros países, é obter a **habilitação** dos órgãos oficiais de controle e defesa sanitária, os quais atestarão que o estabelecimento atende aos princípios básicos de higiene e de saúde. Através da habilitação, o produtor terá o **REGISTRO** que é uma autorização para produzir e comercializar os produtos. Na página anterior disponibilizamos o link para o **Guia de elaboração de projetos de agroindústrias comunitárias**, onde podem encontrar de forma detalhada todas as informações sobre processamento e registro e, até como construir uma agroindústria familiar/comunitária.

Abaixo abordamos pontos importante sobre registro de produtos agropecuários:

- **Quem pode se registrar:** produtores individuais, associações e cooperativas;
- **Qual órgão registra:** Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Agência Estadual de Defesa Agropecuária do Maranhão (AGED) e as Prefeituras por meio do Serviço Inspeção Municipal (SIM). Veja a Tabela abaixo.



<https://www.dreamstime.com>

- Atender às exigências legais;
- Garantir a qualidade dos produtos;
- Ampliar mercados;
- Ganhar confiança dos consumidores;
- Fornecer produtos para os mercados formais (supermercados, mercearias, PAA, PNAE etc.)

Órgãos responsáveis pelo registro de produtos agropecuários no Maranhão.

Categoria de Registros	Produtos	Abrangência da comercialização
SIF (MAPA)	Produtos de origem vegetal (Polpa de fruta e sucos até 80 kg ou litros)	Território nacional e exportação
SIE (AGED)	Produtos de origem animal (Ovos, carne e derivados, leite e derivados e mel)	Somente Maranhão
SIM (Prefeituras)	Produtos de origem animal (Ovos, carne e derivados, leite e derivados e mel)	Somente no município

Fonte: MAPA e AGED (2020).

ONDE COMERCIALIZAR?

Abaixo destacamos algumas alternativas onde os produtos da agricultura familiar podem ser comercializados, destacando a característica e alguns destaques de cada opção:

Comercialização no local da produção – é o mais cômodo, mas é importante atentar para alguns riscos: venda em pouca quantidade, incerteza de preço e quantidade vendida, preço baixo. Aqui, a figura do atravessador aproveita para determinar o preço do produto;

Feira livre – organizada pela prefeitura, ONGs, Universidades, secretarias estaduais ou por **grupos de produtores** (associações, cooperativas, grupos informais). Terão regras para utilização do espaço e possivelmente algumas contribuições para manutenção de barracas e da limpeza do local;

Mercado público municipal – acesso difícil para os produtores, em geral mais direcionado a comerciantes. A venda, em geral, ocorre para atravessadores presentes nos mercados;

Mercado da agricultura familiar – raramente existe nos municípios, mas é uma boa oportunidade de comercialização, pois possibilita o produtor vender direto ao consumidor;

Venda pela internet – modalidade crescente, mais bastante limitante no Maranhão pela falta de acesso às tecnologias e organização formal dos agricultores (associação/cooperativa);

Mercados Institucionais:

Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) – garante que no mínimo, 30% dos recursos destinados a alimentação escolar seja comprada da agricultura familiar ou de suas organizações por meio de contratos;

Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) – acesso por meio de editais da CONAB e dos governos estaduais e destinado a agricultores familiares e suas organizações. Estabelece compras para destinar a pessoas em situação de fome e insegurança alimentar e nutricional e na regulação de estoques.

Programa de Compras da Agricultura Familiar (Procaf) – executado pelo Governo do Maranhão através do Sistema da Agricultura Familiar, tem a mesma finalidade do PAA, mas em menor volume de recursos.

Mais informações sobre:

- **PNAE** - <https://www.fnde.gov.br/programas/pnae>
- **PAA** - <https://www.conab.gov.br/agricultura-familiar/execucao-do-paa>
- **PROCAF** - <http://saf.ma.gov.br/>

Sempre tenha várias alternativas de comercialização, assim é possível ter várias fontes de receita, é mais segurança na renda do produtor.



DICAS & CURIOSIDADES

- Na agricultura familiar o ideal é a venda direta, mas se não conseguir, escolha sempre um canal de comercialização com o menor número de intermediários.
 - O produtor deve ter frequência na produção.
 - Procure ter e manter a qualidade dos seus produtos.
 - Faça a opção por produzir de forma agroecológica, protege a sua saúde e dos seus consumidores.
 - Junte-se com outros produtores para criar uma associação ou cooperativa para facilitar a comercialização dos produtos e obter um preço melhor, eliminando assim a venda para o atravessador. **Juntos, vocês terão volume/quantidade, qualidade e regularidade na produção.**
 - Se a opção for a venda em feira livre, é importante que só participe **PRODUTORES**, não pode ter **INTERMEDIÁRIOS**, só assim se consegue manter um preço competitivo com as outras formas de varejo.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Secretaria Especial de Desenvolvimento Social. **Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)**. 2020. Disponível em: <<http://mds.gov.br/assuntos/seguranca-alimentar/programa-de-aquisicao-de-alimentos-paa>>. Acesso em: 28 abr. 2020.

_____. Ministério da Educação. **Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE)**. Disponível em: <<https://www.fnde.gov.br/programas/pnae>>. Disponível em: 10 jul. 2020.

LIMA, Sandra Aparecida Kitakawa; VILLAS-BÔAS Jerônimo. Guia de elaboração de projetos de agroindústrias comunitárias. 2 Ed. Brasília-DF: Instituto Sociedade/População e Natureza (ISPN), 2018.