Defeitos de comercialização

A ABBA defende a exigência do uso de rótulo nas sacarias de batata, com informações sobre peso líquido do produto, classe e aptidão culinária da variedade, para reduzir as fraudes no comércio dos tubérculos e garantir os direitos de consumidores, produtores e comerciantes idôneos

Um saco de batata tradicionalmente tem 50 quilos de peso líquido, porém, ultimamente vem aumentando a "fraude" dos 48 quilos. Esta "metodologia" é usada por "comerciantes espertos", que compram de produtores que aceitam colocar menos batata no saco. Apesar de o produtor receber o mesmo preço por quilo o resultado prático deste pacto é desastroso.

- A cada caminhão (15 toneladas – 300 sacos) o produtor gasta 12 sacos a mais e paga o mesmo valor de frete por 600 quilos a menos de peso.
- O "coitado" do cliente do "comerciante esperto" que comprar um caminhão de batata vai receber menos 600 quilos de batata... É só fazer as contas do que isso significa em dinheiro.
- Somente o "comerciante esperto" ganha.
- A mesma "fraude" é utilizada em diversos outros produtos.

A solução para este problema é simples. Basta exigir o uso de rótulo que informe o peso líquido de produto na embalagem.

Outras situações de manobra ocorrem quando os preços estão muito baixos ou muito altos. Quando os valores estão baixos, a classificação geralmente é bem feita, pois a competição é grande. Normalmente as batatas são maiores, aumenta a uniformidade de tamanho, os tubérculos não apresentam problemas mecânicos ou fitossanitários, os sacos contêm 50 quilos de batata etc.

Quando os preços estão altos, a classificação piora, afinal, há que se aproveitar o máximo possível a oportunidade. Geralmente os diâmetros dos tubérculos diminuem, aumenta a mistura de tamanhos, a seleção é menos rigorosa e os sacos de batata passam a pesar menos de 50 quilos.

Nestes momentos de preços altos aparecem novos conceitos. A classificação passa a ter novas classes: especial (diversas), primeirinha de segunda, especialzinha etc. Então, surgem os "compradores espertos", que buscam comprar a produção "na roça" ou solicitar ao produtor a classificação "bica corrida".

O resultado prático destas "artimanhas" geralmente proporciona ganhos espetaculares aos "comerciantes espertos" e enormes prejuízos aos clientes.

A solução para esta situação é, também, exigir a obrigatoriedade de rótulo informando a classe a que pertence o produto, ou seja, batata sem padrão. Geralmente o "esperto" vende como batata especial.

Há 20 anos as principais variedades de batata no Brasil eram bintje (popularmente conhecida como lisa ou holandesa e de formato alongado) e achat (chamada de comum e de formato arredondado). Os consumidores não precisavam de muito conhecimento para escolher a variedade correta e geralmente sentiam-se satisfeitos com os pratos que preparavam.

A lisa e a comum desapareceram e foram substituídas basicamente por ágata, cupido e asterix. Algumas outras variedades são produzidas em menor escala e, geralmente, os produtores vendem-nas aos atacadistas com os mesmos nomes das demais, por conta do risco de terem suas batatas recusadas.

A substituição das variedades deve-se basicamente ao fato da maior produtividade das variedades atuais e da prática de se vender batata pela aparência. Os "comerciantes espertos" mais uma vez são uns dos grandes responsáveis por estas mudanças, ou seja, priorizam a venda pela aparência ao invés das características culinárias que satisfazem os consumidores.

A ágata é uma excelente variedade quando destinada a saladas, cozimento, picles, assadas. Entre os produtores, faz sucesso em regiões de clima favorável (frio e seco), pois produz excelentes tubérculos e a produtividade supera 50 toneladas por hectare.

A solução para esta situação é também exigir a rotulagem obrigatória, informando a aptidão culinária da variedade.

Fica clara a importância da modernização das legislações de classificação da batata, pois sem dúvida estas regras devem reger a comercialização e jamais permitir que "comerciantes e produtores espertos" continuem a dominar o mercado, através de suas artimanhas, ideias e fraudes que proporcionam benefícios exclusivos e prejudicam toda a cadeia produtiva desta cultura.

Os comerciantes e os produtores, em sua maioria, são profissionais idôneos e, por isso, devem se unir para resolver em definitivo os defeitos da comercialização de batata in natura *no país*.

Os "espertos" devem se alinhar ou serem excluídos para a sustentabilidade e o crescimento da Cadeia Brasileira da Batata.

Natalino Shimoyama,
Gerente-geral da ABBA