

# COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS

Autor: José Felipe Santos Fagundes\*

## RESUMO

O principal objetivo desse trabalho é detalhar a comercialização dos produtos agrícolas. Existem inúmeras possibilidades de negociar um determinado produto e que precisam ser muito bem analisadas, o mercado agrícola lida com grandes quantidades de produtos (soja, milho, trigo, algodão e até mesmo a carne de boi, frango e de suíno) do agronegócio, e estes estão sempre em volatilidade dos preços. Ainda vamos falar em empresas que são intermediárias nessas negociações. E também o que os produtores conseguem se negociar através delas.

**Palavras-chave:** Comercialização Agrícola. Produtos Agrícolas. Opções de Comercialização.

## INTRODUÇÃO

A comercialização agrícola é uma das principais atividades econômicas do país. Todos os dias diversos contratos e diversas transações são fechadas em um ritmo acelerado. Estar por dentro das notícias do agronegócio mundial é de suma importância para todo e qualquer profissional ligado a área agrícola. Diversos problemas são enfrentados diariamente pelo produtor rural na comercialização agrícola, que vão desde os problemas enfrentados na sua lavoura até mesmo na compra e venda destes produtos. As transações como negociar, vender e comprar são ações comerciais que fazem parte de qualquer atividade empresarial. O agronegócio hoje é considerado uma empresa e o agricultor por sua vez é o empreendedor. A maioria dos produtores rurais dependem da comercialização da sua safra para poder receber de volta, todos os investimentos que fez no decorrer do ano. Desde preparo da terra, até a busca por infraestrutura e logística mais adequadas para armazenar a sua safra, o produtor rural investe muito tempo e também muito dinheiro. Por isso na hora de decidir a melhor e a mais rentável forma de comercializar seus produtos agrícolas é o que talvez vai garantir o retorno que ele investiu na sua produção, e para isso, as melhores decisões só podem ser tomadas depois de muita pesquisa e estudo. Ter acesso as informações sobre o mercado (como a maneira com que os preços se estruturam) e também as diferentes tipos de comercialização, e saber se antecipar a futuros cenários para a venda dos produtos, faz toda a diferença nos momentos das negociações. O importante é ter a clareza sobre as inúmeras

---

\* Aluno Curso Superior de Tecnologia em Produção de Grãos. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Farroupilha (IFFAR), Campus Panambi; Aluno concluinte do Curso de Especialização em Comercialização de Produtos Agrícolas. Somática Educar – Cursos de Educação a Distância. E-mail para contato: felipefagundes93@hotmail.com

possibilidades de venda que existem e entender os riscos que as envolvem. Por isso auxílio dos profissionais que são capacitados nesses tipos de negociação nunca devem ser dispensados.

Sempre vai existir na comercialização agrícola, um elo entre quem está vendendo e de quem está comprando, até chegar ao consumidor final. É de obrigação do comprador exigir que o produto atenda às reais necessidades de mercado, e que venha com as características esperadas. E claro, é dever de quem está vendendo acatar essas exigências. Conhecer bem o produto que está produzindo e comercializando, bem como, a sua demanda e entregá-lo com a qualidade esperada, farão com que uma das principais atividades econômicas do Brasil, a comercialização agrícola, retorne de maneira satisfatória ao produtor. Pra isso os produtores, cerealistas, tradings e ou indústrias poderão ampliar as suas opções de venda com apoio das tecnologias disponíveis.

## **Comercialização dos Produtos Agrícolas**

As diversas possibilidades para vendas de um determinado produto precisam ser muito bem analisadas, pois o mercado agrícola lida ainda com um grande problema, que é a volatilidade dos preços. Os preços podem mudar de uma semana para outra, as mercadorias sofrem com grandes variações de valores que, se não forem aproveitadas, podem impactar negativamente no bolso de qualquer produtor. As estratégias para vender um determinado produto, nem sempre a será a mesma estratégia para vender outro produto. Uma das diversas possibilidades para o produtor escoar a safra da sua propriedade é por meio do Barter. O termo, em inglês, significa a troca, e é bem isso que acontece. Nesse sistema, o produtor obtém todos os insumos e sementes que precisará para a fase de plantio e o pagamento é feito apenas após a colheita, em sacas, com a entrega do grão que produziu. O número estimado de sacas a ser entregue é acordado antecipadamente, assim como os juros do empréstimo. Todos estes acordos são registrados em um contrato que recebe o nome de Cédula de Produtor Rural (CPR). A maior vantagem desta operação é que o produtor rural fica livre da oscilação de preços do mercado, já que tudo é decidido antecipadamente. Porém, no momento da negociação é exigido maior senso de antecipação das partes. Outra opção viável é por meio das Cooperativas. Como o próprio nome indica, o objetivo da formação das Cooperativas é cooperar com pequenos e médios produtores. A maior vantagem das Cooperativas é os preços mais justos, os pequenos e médios produtores sempre estão disputando com o grande produtor e também com preços extremamente mais competitivos. Dessa maneira, depois de recebida a produção ela é passada ao consumidor final com melhores preços.

Ainda falando em empresas que são intermediárias nas negociações, temos as Tradings. Os produtores conseguem negociar através delas com empresas do exterior e ainda contam com todos os processos de compra e venda facilitados. O sistema de exportação ou de importação desses produtos requerem uma atenção maior, pois envolve legislações e também burocracias dos país envolvidos. Essas empresas atuam para evitar que os mínimos erros de operações mal feitas aconteçam. As análises dos preços, fechamento de câmbio e contratação de fretes e seguros também ficam de responsabilidade destas empresas. Com o aumento da presença da internet e também das tecnologias de informações e comunicações no campo já pode ser entendido como uma das estratégias para venda de insumos e para os produtos agrícolas. As ferramentas auxiliam produtores nas trocas comerciais por serem ágeis e que possibilitam que uma ampla rede de contatos se forme. Sites de classificados de produtos do agronegócio, aplicativos de vendas para dispositivos móveis, grupos no WhatsApp e no Facebook e até mesmo Softwares de vendas são alguns exemplos de como o advento da internet no meio rural passou a facilitar a vida do produtor. Para

ter o acesso a essa ferramenta, o produtor precisa ter conhecimento de muitas questões e escolher a melhor forma de comunicação, como base a sua margem de lucro. Se a venda ocorrer de forma antecipada, por meio dos contratos de produção, ou na época da colheita, uma coisa sempre será certa: as estratégias empregadas sempre deverão contribuir para a diminuição dos riscos que a plantação está sujeita a enfrentar. A escolha da forma mais viável para a comercialização e os retornos financeiros começarem a se manifestar ao produtor, não é a única tarefa difícil do processo. Os problemas práticos enfrentados no dia a dia da lavoura também são os mais burocráticos que podem atrapalhar a escoação das atividades econômicas mais importantes do Brasil, que é a agricultura. O tempo, o ataque de pragas, as doenças ou o mal manejo podem acarretar numa redução da safra. E perder essa parte da safra significa prejuízo, não só para o produtor mais também a toda cadeia comercial que se beneficiaria com os resultados.

Por fim, a instabilidade do mercado agrícola, preços que variarem frequentemente em função da oferta e da procura, obriga os produtores que tem estrutura e condições a estocarem sua safra e esperar as melhores condições de venda. Os produtos estocados requerem cuidados e atenção em dobro, para garantir que a produção conserve suas características até que preço ou as condições sejam favoráveis para a comercialização destes produtos. No meio agrícola, produzir nunca foi uma missão fácil. A importância econômica e social exige por parte dos produtores rurais adaptações e buscas por alternativas para que os produtos sejam vendidos, valorizados e que as despesas com a produção e a colheita sejam ressarcidas.

Fontes:

CBC Agronegócios. Disponível em: <https://www.cbcagronegocios.com.br/categoria/midia>

Agronegócio Interior. Disponível em: <http://agronegociointerior.com.br/>

Alternativa ou Estratégias de Comercialização Agrícola (Érica Romero). Disponível em: <https://pt.slideshare.net/bruno280692/02-estrategias-de-comercializao>

Comercialização de produtos Agrícola. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3041970/mod\\_resource/content/3/tadeu.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3041970/mod_resource/content/3/tadeu.pdf)