

PERFIL DE PÚBLICO ALVO PARA UMA EMPRESA DE ASSESSORIA NA COMERCIALIZAÇÃO DE SOJA NO RS

**OZELAME, Ângelo Luís¹; DURIGON, Marcel Angelo¹; STASINSKI, Ricardo¹;
BINI, Dienice¹; GOLDMEIER, Marco Siegmundo¹; CANEVER, Mário Duarte²**

¹Universidade Federal de Pelotas – Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel; ²Universidade Federal de Pelotas, Departamento de Ciências Sociais Agrárias. angeloozelame@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

A soja, no contexto do agronegócio, ganha lugar de destaque, com mais de 25 milhões de hectares cultivados e mais de 66 milhões de toneladas de grãos produzidos (CONAB, 2012), impulsionando o PIB agropecuário e as exportações que no ano de 2011 ultrapassaram os 24 bilhões de dólares (SECEX, 2012).

Em contrapartida ao crescimento da produção da soja no Brasil, temos uma grande diferença entre a tecnologia implantada na lavoura e a implantada na comercialização da safra. Esta última ainda usa de conceitos ultrapassados e muitas vezes novos sistemas de comercialização são negligenciados, como por exemplo, a venda futura em bolsas de valores e mercadorias, a fixação de preços através da compra ou venda de opções, entre outros. Este fato deixa clara a falta de informação e de novas estratégias de comercialização e a subutilização da BM&FBOVESPA para a fixação de preços das *commodities* agrícolas. Apenas 1% das operações de contratos de soja é com propósito de fixação futura de preço (SILVA, 2009).

Deste modo, fica clara a possibilidade de atuação de uma empresa de assessoria na comercialização agrícola, que trabalhe com diferentes mecanismos de comercialização e os disponibilize aos produtores e empresas no Brasil.

Assim, este trabalho objetivou realizar uma sondagem sobre a receptividade que teria uma empresa de assessoria na comercialização agrícola do Rio Grande do Sul, neste caso, com o foco nos produtores de soja.

2 METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

Realizaram-se entrevistas com diferentes produtores entre 20 hectares e 2.000 hectares de área cultivados com soja, procurando interpretar os mecanismos de comercialização adotados por cada um.

Procurou-se, também, entrevistar diferentes perfis de produtores (diferentes idades e estrutura da propriedade), de maneira a encontrar o melhor perfil de cliente para uma empresa de assessoria focar o trabalho.

As entrevistas foram centralizadas no município de Espumoso, localizado no centro norte do Rio Grande do Sul, há 80 km de Passo Fundo, e nos municípios vizinhos. A escolha desta região como alvo da pesquisa deveu-se ao fato do conhecimento por parte dos autores desta localidade e por ela ser importante polo de produção de soja do estado.

Um questionário foi construído, porém este serviu apenas de suporte para os autores na entrevista que tiveram com os produtores e dirigente de cooperativa, sendo que vários assuntos foram aprofundados e melhor explicados no momento da entrevista. As questões estão ilustradas na Figura 1.

Questionário Produtores

Nome produtor: _____ Idade _____

Município: _____

Quantidade Produzida: _____

1. Como você negocia sua safra? Com empresas ou cooperativas? Em “lotes”? À vista?
2. Para você, que fatores são importantes na decisão de vender a produção?
3. A comercialização é feita por quem? Por você? Através de uma corretora?
4. Você possui controle de custo de produção? Se sim, usa esta informação como tomada de decisão para a comercialização?
5. Você conversa sobre comercialização com alguém da empresa ou cooperativa que faz a negociação da sua safra? Se não, gostaria de ter? Se sim, estaria disposto a pagar por isso?
6. Possui informação sobre preços internacionais, estoques mundiais, área plantada e projeção de safra? Se sim, onde consegue essas informações? Se não, gostaria de receber essas informações periodicamente?
7. O que acha mais importante: assessoria técnica ou de comercialização? Produtividade ou preço?
8. Se você ganhasse 5% a mais na venda da safra mediante um assessor de comercialização, você estaria disposto a pagar 1% por este serviço?
9. Você estaria disposto a imobilizar cerca de R\$ 1.000,00 para cada 450 sacas para assegurar um preço X para sua produção e também ter a vantagem de se desfazer desse negócio se ele não estiver favorável? Por exemplo, foi vendido nos lotes a R\$ 50,00 saca, em setembro, com vencimento para maio, e hoje está R\$ 55,00, você estaria disposto a imobilizar este valor para conseguir sair da operação por exemplo a R\$ 50,00 e desta forma poder vender a 55 hoje?

Figura 1. Questionário-roteiro para as entrevistas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os produtores foram divididos em 3 perfis: A divisão apresenta dois critérios idade, que tem duas categorias maior ou menor de 55, e armazenagem, que tem só uma categoria, com armazenagem.

1. Os produtores até 55 anos fazem a comercialização de sua safra dividindo-a em cooperativas e cerealistas. Geralmente fazem a comercialização de 30% de sua produção via “Lotes” (Mercado à Termo), objetivando cobrir o custo variável de produção, já o restante é comercializado à vista, sendo que a decisão de venda do produto é baseada em noticiários em geral, na necessidade de caixa da propriedade e nos patamares de preços ao longo do período de comercialização. Mostram-se interessados em organizar a gestão financeira das propriedades via a estimativa de custos de produção. Atualmente, alguns dos produtores já utilizam o controle de custos, mas de forma precária.

Este perfil de produtor costuma ter conversas com pessoas responsáveis pela comercialização de soja (corretores, diretores de cooperativas, etc.) antes de vender a sua produção. No entanto, eles sabem que estas informações, por si só, são insuficientes, e por isso estão dispostos a pagar para obter informações de mercado e assessoria na comercialização, já que os cenários dos preços são muito voláteis. Também gostariam de receber informações relevantes sobre o mercado e tudo o que pode afetar o preço da soja.

Quando questionados sobre quais das assessorias consideram a mais importante, se a técnica ou a comercial, foram unânimes em relação a comercial. Isto se deve pela dificuldade de compreensão do mercado e suas mudanças bruscas. Também preferiram produtividade a preços, entendendo que o mercado pode mudar, diferentemente da produção. Além disso, a soja é considerada uma

“moeda” pelos produtores da região e, portanto, se tivessem que fazer um trade-off entre maior produtividade e melhor preço, ficariam com a primeira.

Quando questionados se estariam dispostos a pagarem para receberem assessoria na comercialização, a resposta foi positiva. Demonstraram ter interesse em fazer operações de fixação de preços (hedge) diretas na BM&FBOVESPA. Consideraram muito interessante a possibilidade propiciada com os contratos futuros na bolsa, além de poder sair da operação a qualquer momento. Esse diferencial caracteriza uma vantagem em relação ao contrato à termo (Lotes) segundo a percepção dos produtores.

Este perfil de produtor mostra-se disposto a inovar e conseguir lucratividades maiores, imobilizando capital e correndo um pouco de risco para aumentar os lucros. Porém, isso só é realizado de forma experimental e dependendo do fluxo de caixa momentâneo da propriedade.

2. Os produtores com mais de 55 anos fazem a própria comercialização de sua safra, entregando sua produção basicamente em cooperativas. É feita a comercialização futura através dos lotes para cobrir os custos do financiamento de custeio, que fica em torno de 30 % da produção total e o restante é vendido à vista. A decisão da venda do produto é também baseada nas notícias de conjuntura de preços, nas necessidades de caixa do produtor e nos níveis atuais de preços. São produtores que não controlam custos de produção, não se mostram interessados em controlá-los, nem de usá-los como parâmetro para balizar a comercialização.

De modo similar ao grupo anterior, estes produtores também costumam ter conversas com pessoas responsáveis pela comercialização antes de venderem a produção. Entendem que este tipo de informação é importante, porém não estão dispostos a pagar para obter essas informações.

Quando questionados sobre uma possível assessoria na comercialização através do pagamento para uma empresa, estes produtores mostraram-se desconfiados e não pretendem pagar para obter a assessoria. Preferem ter um pouco menos de rentabilidade e fazerem a comercialização para as empresas de sua confiança. Estes produtores também não estão dispostos a imobilizar capital para saírem de uma operação futura, alegando não entenderem deste mercado. Por outro lado, possuem confiança nos lotes oferecidos pelas cooperativas e cerealistas e alegam dificuldades em disponibilizarem dinheiro para imobilizar com a comercialização em bolsa.

Este perfil de produtor mostra-se mais conservador, sem muitas pretensões e, por isso, contrário ao risco da comercialização em bolsas. Preferem ganhar um pouco menos, mas fazer o que é de costume na região e o que para eles é o mais correto.

3. O produtor entrevistado que possui silo é diferenciado dos demais, pois negocia a soja direto com empresas maiores como Bunge, Cargil, Marasca, Bianchini, entre outras. Como trabalha com grandes quantidades, utiliza corretora para fazer a comercialização, ou seja, para intermediar sua oferta com a demanda no mercado.

Utiliza a corretora para fazer a comercialização à vista (em torno de 70%) e à termo (30%), sempre com as empresas maiores, fixando o preço acima do repassado aos produtores nas cerealistas e cooperativas.

O produtor possui e utiliza o custo de produção para tomar decisão na hora da comercialização, fazendo com que tome decisões mais corretas e obtenha mais lucro, além de possuir assessoria na comercialização, que vem embutida no serviço prestado pela corretora.

Quando questionado sobre a assessoria na comercialização, o produtor respondeu que estaria disposto a pagar para obter maiores rendimentos na comercialização. Embora já contrate uma corretora com assessoria embutida, acha de suma importância a assessoria na comercialização, pois proporciona mais tranquilidade para fazer outros negócios e até mesmo para ficar com a família, além de obter maiores lucros com vendas na hora certa.

Quando questionado sobre a possibilidade de operar na BM&FBOVESPA para fazer a fixação de preço e poder sair da operação antes do vencimento do contrato, achou muito interessante. Contudo, deixou claro que não tem conhecimento sobre o assunto, mas estaria disposto a fazer a experiência, pois é sempre bom estar aprendendo.

Ao término das entrevistas, observou-se que as oportunidades de trabalho com os produtores mostraram-se promissoras. Há um grupo de produtores mais jovens que possivelmente poderão ser clientes da empresa. Estes são produtores mais abertos, mais jovens e aptos a trabalharem com a informação digital. A limitação é a organização contábil das propriedades.

Os produtores mostraram-se interessados em conhecer melhor como ocorre à formação dos preços, e os fatores que influenciam a oferta e a demanda da soja. Também mostraram interesse em aprender como fixar o preço na bolsa de valores, sem precisar entregar o produto fisicamente.

4 CONCLUSÃO

A empresa de assessoria na comercialização agrícola deve focar seus trabalhos em produtores abaixo de 55 anos, além de produtores que possuem armazém próprio ou que negociam sua safra com corretoras.

Para alcançar estes produtores, pode-se ministrar cursos e palestras, com foco na comercialização agrícola de soja, além de visitas às propriedades, buscando explicar melhor como funcionam os diferentes mecanismos existentes para comercializar a soja.

Através destas ferramentas, pode-se criar um desejo dos produtores em utilizar o serviço da empresa de assessoria e, conseqüentemente, pagar por isto.

5 REFERÊNCIAS

CONAB. **Levantamentos de safra (ABRIL de 2012)**. 2012. Acesso em 13 de Abril de 2012, disponível em Companhia Nacional de Abastecimento: <http://www.conab.gov.br/conteudos.php?a=1253&t=>

SECEX. **Exportações de commodities**. 2012. Acesso em 27 de Abril de 2012, disponível em Secretária Comércio Exterior: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1955&ref r=608>

SILVA, R. d. **Estudo Coparado dos Custo de Transação da Comercialização Antecipada e do Mercado de Futuros de Soja**. 2009. Brasília.