

A COMERCIALIZAÇÃO DE GRÃOS

STEDILE, Cristiano da Silva de Mello¹; ALVES, Juliano Nunes².

Palavras-Chave: Comercialização, logística, mercado, lucro.

Esse trabalho apresenta um estudo sobre a comercialização de grãos apresentando os principais conceitos através de um estudo bibliográfico. Buscando conceituar a comercialização, uma das partes mais importantes na produção agropecuária, pois uma comercialização deficiente pode levar uma atividade produtiva inviável. Nesse sentido, entregar o produto, no momento, no local e na forma adequados ao consumidor final, é o objetivo maior, o que faz com que se montem complexas estruturas de comercialização e logística, que pode ser entendida como todas as atividades de movimentação e armazenagem, que facilitam o fluxo de produtos e informação, desde o ponto de aquisição de matéria-prima até o ponto de consumo final, oferecendo serviços adequados a um custo justo aos clientes (ROHR, 2007)³. A comercialização ocorre no mercado, local onde operam as forças de oferta e demanda e são realizadas as transferências de bens e serviços, em troca de dinheiro. Para Batalha (2007)⁴, o produtor obter sucesso na comercialização de seus produtos, é necessário que conheça os fundamentos do mercado, como: a cadeia produtiva, suas inter-relações contratuais, os determinantes da oferta e da demanda dos produtos e dos demais elementos da estrutura de mercado que influenciam o comportamento dos preços, tais fundamentos são as forças que dão origem aos meios diferentes de formação de preços dos produtos agropecuários, e juntamente com o acompanhamento dos preços dos mercados futuros, fornecem as ferramentas básicas para operar nos mercados agropecuários. Existem particularidades nas transações dos produtos agroindustriais, no caso considerando que a soja é uma *commodity*, o termo inglês designa um tipo particular de mercadoria em estado bruto ou produto primário de importância comercial. Para que uma mercadoria seja considerada *commodity*, deve atender a três requisitos sendo eles: a padronização, possibilidade de entrega em datas acordada e a possibilidade de armazenagem ou venda em unidades padronizadas. A oferta e a demanda são fatores determinantes do preço do produto, sendo que a oferta é a relação entre preços e as quantidades de certo produto, durante um dado período, e demanda é a relação entre o preço e o total de produtos que os consumidores estão dispostos a comprar, num determinado período de tempo. O preço do produto é o reflexo da demanda, ou seja, quando há muita disponibilidade o preço tende a cair e vice-versa, num mercado competitivo. Ele também significa o nível de equilíbrio, em que o máximo preço que os consumidores estão dispostos a pagar coincide com o mínimo preço que os produtores se propõem a receber. Por fim observa-se que o processo de comercialização de grãos opera num mercado extremamente complexo, devendo o produtor conhecer seus mecanismos de operação, gerando uma maior lucratividade.

1 Acadêmico do Curso de Administração – Unicruz – cristiano.silvanello@hotmail.com

2 Professor Curso Administração - Unicruz - admjuliano@yahoo.com.br

3 ROHR, Paula Vanessa. Comparação entre fatores que influenciam o produtor na comercialização de arroz dos municípios de Camaquã e Viamão. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

4 BATALHA, Otávio; Gestão agroindustrial. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007