

VOLUME 13

N. 1
2024



REVISTA
agro em questão

**Estratégias de
Comercialização
para o Agronegócios:
As operações
financeiras no mercado
de commodities**

Estratégias de Comercialização para o Agronegócios: as operações financeiras no mercado de *Commodities*

Marcia Carneiro¹

Luane Sousa Aguiar²

RESUMO:

Em meio a comercialização e o crescimento do Agronegócio, em meio a produtividade das propriedades rurais e o ganho de conhecimento técnico científico, as *Commodities* agrícolas ganharam espaço. Sendo definidas como produtos padronizados sendo que muitos deles possuem já tem um preço definido em Bolsa de Mercadorias sendo que o produtor ocupa uma posição fraca durante esses negócios em que o comprador opta pelo menor preço. Nesse mercado, surge então as estratégias de comercialização, na qual existem várias formas utilizadas pelo produtor rural no Agronegócio. Inerente as estratégias, as comercializações podem ser via Mercado Físico, Venda do Disponível e Venda Balcão. Diante dessas operações, o presente trabalho, tem como objetivo realizar uma breve análise das operações financeiras, em especial, sobre os Certificados de Recebíveis do Agronegócio – CRA, em como as operações vem ocorrendo ao longo dos anos. Para tanto, utilizou-se como metodologia, a pesquisa documental e entrevistas com produtores rurais e especialistas para compreender as nuances envolvidas neste processo e os regimentos. Os resultados, por parte das entrevistas com os especialistas em Mercado Futuro, evidenciam as dificuldades e oportunidades dessa operação financeiras de venda e os produtores rurais ressaltam a dificuldade de entendimento dos processos para operar a sua comercialização via CRA. Contudo, os especialistas destacam a importância da comercialização via Mercado Futuro

¹ Graduada em Gestão do Agronegócio.

² Docente da Faculdade CNA. E-mail: Luane.aguiar7@gmail.com



pela possibilidade de comercialização e garantia antecipada de preços. Sendo uma operação importante para os produtores rurais no âmbito da comercialização de *commodities* de grãos no Agronegócio.

Palavras-chave: Mercado Futuro. Estratégias de Comercialização. Certificados Recebíveis do Agronegócio.

ABSTRACT:

Amid the commercialization and growth of agribusiness, the productivity of rural properties, and the increase in scientific and technical knowledge, agricultural commodities have gained ground. Defined as standardized products, many of them already have a defined price on the Commodity Exchange, placing the producer in a weak position during these transactions, where the buyer opts for the lowest price. This market then gives rise to marketing strategies, with various approaches used by rural producers in agribusiness. Inherent within these strategies, sales can be via the physical market, cash-on-hand sales, and over-the-counter sales. Given these operations, this paper aims to conduct a brief analysis of financial transactions, particularly regarding Agribusiness Receivables Certificates (CRA), and how these transactions have been conducted over the years. To this end, documentary research and interviews with rural producers and experts were used as methodology to understand the nuances involved in this process and its regulations. The results of interviews with Futures Market experts highlight the challenges and opportunities of this financial sales operation, and rural producers emphasize the difficulty in understanding the processes for trading through CRA. However, the experts emphasize the importance of trading through the Futures Market due to the opportunity for early sale and price guarantees. This is an important operation for rural producers in the agribusiness grain commodity trade.

Keywords: *Futures Market. Marketing Strategies. Agribusiness Receivables Certificates.*

1. INTRODUÇÃO

O agronegócio tem se consolidado como um dos principais pilares da economia brasileira, representando parcela significativa do Produto Interno Bruto (PIB), das



exportações e da geração de empregos. No centro dessa engrenagem econômica estão os produtos agrícolas — as chamadas *commodities* — que, por sua natureza padronizada e volume de produção, são amplamente comercializados em escala nacional e internacional. Grãos como soja, milho, café e trigo são alguns exemplos desses produtos que possuem cotação estabelecida em bolsas de mercadorias, como a Bolsa de Chicago e a B3 (Brasil, Bolsa, Balcão).

No entanto, o ambiente de comercialização dessas *commodities* é complexo, volátil e muitas vezes desigual. Os produtores rurais, especialmente os de pequeno e médio porte, enfrentam desafios significativos para garantir uma remuneração justa e previsível por seus produtos. Muitos acabam se submetendo às condições impostas por compradores com maior poder de negociação, tornando-se, muitas vezes, meros “tomadores de preço”.

Diante disso, o domínio de estratégias de comercialização torna-se um fator fundamental para a sustentabilidade financeira das propriedades rurais. Operações como Mercado Futuro, Contrato a Termo, Barter, Hedge e Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA) surgem como alternativas viáveis para mitigar riscos e assegurar estabilidade de receita.

O presente trabalho tem como objetivo analisar as principais estratégias de comercialização de *commodities* no contexto do agronegócio brasileiro, com especial atenção às operações financeiras mais utilizadas, como o CRA. A pesquisa busca compreender o funcionamento dessas estratégias, seus desafios práticos e a percepção dos produtores rurais e especialistas sobre a eficácia das mesmas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O agronegócio no contexto brasileiro

O agronegócio é um dos pilares da economia brasileira e se caracteriza pela integração das cadeias produtivas que envolvem insumos, produção, industrialização e distribuição de produtos agrícolas. Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA, 2022), o setor corresponde a cerca de 27% do PIB nacional, além de ser responsável por mais de 40% das exportações do país.

Conforme Zylbersztajn (2005), o agronegócio pode ser entendido como um sistema composto por diferentes agentes econômicos que se organizam em torno de uma lógica



produtiva e comercial. Nesse sistema, destacam-se desde os produtores rurais até as grandes empresas processadoras e exportadoras. A competitividade do setor está diretamente relacionada à adoção de tecnologias, à eficiência produtiva e às estratégias de comercialização adotadas.

Com o aumento da produtividade agrícola, resultado da modernização do campo e do avanço da biotecnologia, houve também uma crescente inserção do Brasil no mercado internacional de commodities, tornando a comercialização um processo cada vez mais complexo e estratégico.

2.2. *Commodities* e o mercado global

As commodities agrícolas são mercadorias padronizadas e amplamente negociadas, cuja principal característica é a fungibilidade — ou seja, são homogêneas independentemente de quem as produz. Entre os principais exemplos estão soja, milho, trigo, café, açúcar e algodão.

Segundo Vasconcelos e Figueiredo (2016), as commodities têm seus preços definidos em bolsas internacionais, como a Bolsa de Mercadorias de Chicago (CBOT) e a B3 (Brasil, Bolsa, Balcão), sendo fortemente influenciados por fatores externos como clima, taxas de câmbio, política monetária, geopolítica e demanda global. Essas variações representam riscos significativos para o produtor rural, que, muitas vezes, colhe e vende sua produção sem controle sobre os preços praticados no mercado.

A volatilidade dos preços das commodities é um dos principais desafios do setor agropecuário. De acordo com Lopes (2012), o preço de uma commodity pode oscilar em até 40% durante um único ano-safra, o que evidencia a importância de estratégias de proteção e comercialização.



2.3. Comercialização agrícola: conceitos e desafios

A comercialização agrícola pode ser entendida como o conjunto de atividades que envolvem a saída do produto do campo até o consumidor final, incluindo negociação, logística, armazenamento, contratos, meios de pagamento e garantias.

Historicamente, a comercialização era feita por meio da **venda direta**, geralmente logo após a colheita, quando o produtor estava mais pressionado por necessidades financeiras. Essa prática, no entanto, muitas vezes resultava em perda de valor, já que o excesso de oferta pressionava os preços para baixo.

O aprimoramento das estratégias de comercialização, portanto, é essencial para reduzir a exposição a riscos e melhorar a rentabilidade das atividades agropecuárias. Como destaca Buainain et al. (2014), os mecanismos de comercialização são tão importantes quanto os de produção, pois determinam a capacidade do produtor de permanecer competitivo no setor.

2.4. Estratégias de comercialização no agronegócio

2.4.1 Mercado físico

O mercado físico é a modalidade mais tradicional de comercialização. Envolve a venda direta do produto in natura ou beneficiado, geralmente no momento da colheita. As formas mais comuns incluem a venda do disponível (com pagamento à vista) ou a venda balcão (com pagamento posterior, normalmente informal).

Embora simples, essa modalidade expõe o produtor ao chamado "risco de mercado", já que os preços costumam estar mais baixos no período da colheita devido à alta oferta. Segundo Silva (2020), os produtores que dependem exclusivamente do mercado físico estão mais vulneráveis à sazonalidade e às oscilações de preço.

2.4.2 Contrato a termo

O contrato a termo é um acordo entre produtor e comprador em que se estabelece, no presente, um preço fixo para entrega futura de uma quantidade determinada de produto. É



uma forma de proteção contra as oscilações do mercado e garante previsibilidade de receita para o produtor e de custo para o comprador.

Essa modalidade exige disciplina no cumprimento dos prazos e quantidades acordadas, além de confiança entre as partes. Segundo Lazzarini (2008), o contrato a termo é um dos principais instrumentos de governança nas cadeias agroindustriais, contribuindo para a coordenação e o equilíbrio entre oferta e demanda.

2.4.3 Barter

O Barter, ou troca, é uma operação na qual o produtor adquire insumos (sementes, fertilizantes, defensivos) com pagamento diferido em sacas de grãos que serão entregues no futuro. Embora remeta à prática antiga do escambo, trata-se de uma operação complexa, formalizada por contrato e geralmente intermediada por uma trading ou cooperativa.

Segundo Costa e Lopes (2021), o Barter permite ao produtor financiar sua lavoura sem recorrer a crédito bancário, o que é especialmente vantajoso em contextos de juros altos. Por outro lado, o produtor compromete parte de sua produção a um preço fixo, o que pode ser desvantajoso se os preços de mercado subirem posteriormente.

2.4.4 Mercado futuro

O mercado futuro é uma das ferramentas mais sofisticadas de comercialização. Nele, os produtores podem vender contratos futuros de seus produtos nas bolsas de mercadorias, fixando o preço de venda antes mesmo da colheita. É uma forma de Hedge, ou seja, proteção contra variações de preços.

De acordo com Santos et al. (2019), o mercado futuro funciona como uma espécie de seguro de preço. Mesmo que o valor da commodity caia no mercado físico, o produtor receberá o valor previamente acordado no contrato. No entanto, operar no mercado futuro exige conhecimento técnico e acesso a corretoras e plataformas de negociação, o que limita seu uso entre pequenos produtores.



2.4.5 Mercado de opções

O mercado de opções oferece ainda mais flexibilidade ao produtor. Através de contratos do tipo Call (direito de compra) e Put (direito de venda), é possível assegurar um preço mínimo ou máximo para determinado volume de produto, pagando-se uma espécie de "prêmio" ou seguro para isso.

Segundo Garcia (2015), apesar da sofisticação, o mercado de opções é pouco utilizado no Brasil, principalmente por causa dos custos operacionais e da complexidade envolvida. No entanto, quando bem aplicado, pode garantir margem de lucro mesmo em cenários adversos.

2.5. Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA)

Os Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA) são títulos de crédito emitidos por companhias securitizadoras com base em direitos creditórios originados de negócios realizados entre produtores rurais e terceiros. Através da securitização desses recebíveis, é possível atrair investidores e financiar as atividades agropecuárias.

Segundo a Lei nº 11.076/2004, que regulamenta os CRA, esses títulos são instrumentos de captação de recursos de longo prazo para o setor, permitindo que produtores e cooperativas tenham acesso ao mercado de capitais.

Conforme estudos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES, 2020), o uso de CRA tem crescido no Brasil, especialmente entre grandes grupos agroindustriais. No entanto, sua adoção entre os pequenos e médios produtores ainda é limitada devido à complexidade da estruturação e à necessidade de garantias robustas.

Segundo Amaral e Silva (2021), a expansão do uso dos CRA depende da disseminação de informação, da simplificação dos processos de emissão e do fortalecimento das instituições financeiras voltadas ao setor rural.



3. METODOLOGIA

A pesquisa adotou abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, com base em duas frentes principais: A primeira, com a pesquisa documental, com análise de artigos, legislações e publicações técnicas sobre estratégias de comercialização e instrumentos financeiros voltados ao agronegócio. A segunda com entrevistas semiestruturadas com dois públicos, dois produtores rurais e dois especialistas do mercado financeiro e de *commodities*. As entrevistas foram conduzidas com o objetivo de compreender tanto a vivência prática quanto a visão técnica sobre as operações analisadas.

A entrevista semiestruturada, teve três perguntas norteadoras:

- Qual a importância da comercialização antecipada e qual o momento ideal para o produtor negociar?
- Com as variações dos últimos 5 anos nos preços das *commodities*, você acredita que o mercado vem se fortalecendo e mudando o parâmetro para as negociações?
- Você acredita que teremos uma nova sucessão de produtores mais preparados para o mercado “pós porteira? Aceitando a ajuda de especialistas e procurando entendendo como o mercado funciona?

A triangulação dos dados obtidos a partir dos documentos e dos depoimentos contribuiu para uma análise mais robusta das oportunidades e desafios enfrentados pelos agentes do agronegócio na adoção das estratégias de comercialização.

4. DISCUSSÃO

Os Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA) são emitidos por companhias securitizadoras com base em direitos creditórios originados de operações entre produtores e compradores. Em termos práticos, o produtor realiza um contrato de fornecimento futuro com uma empresa (trading, indústria ou varejista), e esse contrato se torna um título financeiro que é transformado em CRA.

O CRA oferece liquidez e previsibilidade de receita tanto para o produtor quanto para a empresa financiadora. No entanto, a operação exige rigor jurídico, avaliação de risco de crédito e conhecimento técnico que a maioria dos produtores não domina.

As operações com CRA envolvem diversos agentes, como:

- Produtor rural ou cooperativa agrícola, que origina os recebíveis.



- Companhia securitizadora, que estrutura o CRA e o oferece ao mercado.
- Investidores institucionais, como fundos e bancos, que compram os títulos.
- Consultorias e escritórios de advocacia, que oferecem suporte jurídico e financeiro.

Os produtores rurais entrevistados demonstraram interesse na adoção de estratégias mais modernas, mas também revelaram insegurança e dificuldade de compreensão sobre como funcionam as operações estruturadas. A maioria sente-se despreparada para lidar com os trâmites burocráticos, terminologias técnicas e riscos embutidos em cada modalidade.

Além disso, há uma resistência cultural à contratação de seguros de preços (como Hedge), devido ao custo envolvido e à crença de que o mercado sempre oferecerá melhores oportunidades no futuro.

4.1 Visão dos especialistas

Por outro lado, os especialistas em mercado futuro e operações estruturadas ressaltam a importância da profissionalização da gestão comercial no agronegócio. Segundo os entrevistados, produtores que dominam estratégias como o Hedge têm mais chances de manter estabilidade financeira, mesmo em safras adversas.

Eles destacam também o crescimento do uso do CRA como alternativa de financiamento de médio prazo, sobretudo entre grandes grupos agrícolas e cooperativas com suporte técnico adequado.

4.2 Como o produtor pode se preparar

A preparação do produtor rural passa pela capacitação técnica e pelo acesso a serviços de assessoria especializada. É necessário investir em formação continuada, buscar parcerias com cooperativas e consultorias e utilizar tecnologias que auxiliem na análise de mercado.

A utilização de ferramentas digitais, como plataformas de gestão agrícola e simuladores de contratos, pode auxiliar na tomada de decisão. Além disso, políticas públicas e privadas de educação financeira voltadas ao campo são fundamentais para reduzir a assimetria de informações e democratizar o acesso às operações financeiras.

5. CONCLUSÃO

As estratégias de comercialização são componentes essenciais para o sucesso do agronegócio brasileiro. Em um mercado globalizado, com alta volatilidade e competitividade,



depende unicamente da venda direta no mercado físico coloca o produtor rural em posição vulnerável.

Instrumentos como Mercado Futuro, Contrato a Termo, Barter, Hedge e os Certificados de Recebíveis do Agronegócio oferecem alternativas eficazes para planejamento financeiro, mitigação de riscos e acesso a capital. No entanto, essas operações exigem conhecimento técnico, segurança jurídica e apoio institucional.

O presente trabalho demonstrou que, embora existam diversas oportunidades de ganho e proteção via operações financeiras, o desconhecimento e a insegurança ainda são barreiras significativas para muitos produtores. A superação desses obstáculos passa por uma mudança de mentalidade, investimento em capacitação e fortalecimento de redes de apoio técnico.

Portanto, conclui-se que a profissionalização da gestão comercial no campo é um caminho sem volta para a sustentabilidade do agronegócio. Mais do que produzir, é necessário saber vender — e vender bem. As estratégias de comercialização, quando bem planejadas, podem garantir ao produtor rural não apenas lucro, mas permanência e protagonismo no mercado global de commodities.

Referências

ALVES, E. R. A. et al. **O agronegócio e a pesquisa agropecuária no Brasil**. Brasília: Embrapa, 2008.

ARAÚJO, J. L. **Mercado agrícola e comercialização**. São Paulo: Atlas, 2017.

AMARAL, G. & SILVA, M. L. **Financiamento do agronegócio: evolução e perspectivas dos CRA**. Revista de Economia e Política Agrícola, v. 38, n. 1, 2021.

BNDES. **Estudos sobre o uso de instrumentos financeiros no setor agropecuário**. Brasília: BNDES, 2020.

BUAINAIN, A. M. et al. **O mundo rural no Brasil do século 21**. Brasília: Embrapa, 2014.

COSTA, C. & LOPES, J. C. **Estratégias de barter no agronegócio brasileiro**. Revista Brasileira de Economia do Agronegócio, v. 8, n. 2, 2021.

GARCIA, J. R. **Mercado de derivativos agropecuários**. São Paulo: FGV, 2015.

LAZZARINI, S. G. **Organizações e Mercados: uma introdução à Economia das Organizações**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.



LOPES, M. A. **Gestão estratégica da produção agrícola.** Piracicaba: FEALQ, 2012.

SANTOS, M. R. et al. **Instrumentos de hedge e o mercado futuro de grãos no Brasil.** Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 57, n. 4, 2019.

SILVA, E. M. **Comercialização de grãos e estratégias de preço.** Cuiabá: UFMT, 2020.

VASCONCELOS, F. C. & FIGUEIREDO, F. J. **Commodities agrícolas e estratégias de comercialização no Brasil.** Revista de Agronegócios, v. 5, n. 1, 2016.

ZYLBERSZTAJN, D. **Governança e coordenação de sistemas agroindustriais: Estado da arte e avanços recentes.** Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 43, n. 3, 2005.

