

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO
TOCANTINS**

CAMPUS PALMAS

CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO EM AGRONEGÓCIO

GESSIANE FERREIRA DA SILVA

**ESTUDO DE CASO DA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DO TOCANTINS: Um
relato dos seus canais de comercialização**

Palmas – TO

2016

GESSIANE FERREIRA DA SILVA

**ESTUDO DE CASO DA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DO TOCANTINS: Um
relato dos seus canais de comercialização**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção do Título de Tecnólogo em
Agronegócio do Curso Superior
Tecnológico em Agronegócio do
Instituto Federal do Tocantins - Campus
Palmas.

Orientador: Prof. Msc. Phillipe Ferreira
Farias

**Palmas – TO
2016**

Ferreira, Gessiane da Silva

Estudo de caso da Cooperativa Agroindustrial do Tocantins: Um relato dos seus canais de comercialização / Gessiane Ferreira da Silva. – Palmas, 2016

Quantidade de folhas f.68

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo no Curso Superior Tecnológico em Agronegócio) – Instituto Federal de Educação do Tocantins, Campus Palmas, 2016.

GESSIANE FERREIRA DA SILVA

**ESTUDO DE CASO DA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DO TOCANTINS: Um
relato dos seus canais de comercialização**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção do Título de Tecnólogo em
Agronegócio do Curso Superior
Tecnológico em Agronegócio do
Instituto Federal do Tocantins - Campus
Palmas.

Orientador: Prof. Msc. Phillipe Ferreira
Farias

Aprovado em: ____/____/____

BANCA AVALIADORA

Prof. Msc. Phillipe Ferreira Farias (Orientador)
IFTO – *Campus* Palmas

Prof. Msc. Leonardo Brasil Carvalho
IFTO – *Campus* Palmas

Prof. Msc. Joseane Ribeiro de Menezes Granja Júnior
IFTO – *Campus* Palmas

Aos meus pais, Vera Lúcia de Sousa
Ferreira e Francisco Rosa da Silva, pelo
amor, incentivo, apoio e por não medirem
esforços para me ensinar que o caminho
da fé e dedicação sempre leva ao êxito.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me dar a oportunidade da vida, por renovar minhas forças sempre que foi necessário e por me proporcionar cada passo que tenho dado em direção a conclusão desse curso e ao meu futuro.

É difícil agradecer todas as pessoas que de algum modo, nos momentos serenos e ou apreensivos, fizeram ou fazem parte da minha vida, por isso primeiramente agradeço à todos de coração.

Ao Fernando, por todo apoio, dedicação, paciência e carinho que teve comigo durante o tempo que estive ao meu lado.

Ao meu orientador Phillipe Farias, por dedicar seu tempo, auxiliando e sanando todas as dúvidas em relação ao projeto e por sempre encontrar alternativas para o êxito deste trabalho.

Á minha querida amiga e irmã Renária, pela companhia nas noites em claro de estudos, pelo apoio nos momentos difíceis e por estar sempre pronta para ajudar.

Á minha família que sempre acreditou nesse sonho junto comigo.

Á professora Dr^a Vanessa David por toda a dedicação, colaboração e compreensão nas disciplinas ministradas, e por me incentivar, fazendo com que eu me encantasse pela pesquisa de uma forma que nem eu sabia que podia me encantar, através dos trabalhos realizados nos últimos dois anos.

Ao professor Vinicius Ribeiro pelo apoio e auxílio no início deste projeto.

Ao professor Clauber Rosanova pela amizade e por todo o apoio ao longo do curso.

Aos meus queridos professores doutores e mestres do CST em Agronegócio, que foram tão importantes na minha vida acadêmica e no desenvolvimento deste trabalho.

As minhas amigas gordinhas Laury Corsino e Vil Santos por me apoiarem em todos os meus projetos.

Á minha amada amiga Janaina Aires pelo apoio e atenção durante toda a minha vida acadêmica.

Aos meus colegas Eduardo, Hainnan, Marcelo e Elcyvan pelo auxílio no desenvolvimento dos primeiros artigos.

A Joildy, minha parceira de curso pela companhia nos projetos de pesquisa e no dia a dia do curso.

Aos colegas de curso que ingressaram comigo nesta jornada e aos colegas de outros períodos que se fizeram importantes.

Não posso deixar de agradecer aos meus adorados chefes Renato Cury e Marcus Moreira, pela paciência nas semanas de provas, pela compreensão nos dias em que precisei dedicar parte do meu expediente no desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu estagiário de Direito e Técnico em Agronegócio preferido Lucas Sodré, por todo o apoio e risadas durante o período desse projeto.

Aos meus colegas de curso formados e formandos: Grécia Reis, Jonathan Lira, Júlia Dara e Marcileia Teixeira que apesar de termos nos aproximado a pouco tempo tiveram grande importância no apoio a conclusão desse projeto e por darem forças nos momentos de angústia.

Ao Nelzivan gerente comercial da COAPA, por todo auxílio no desenvolvimento dos resultados deste projeto.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – *Campus Palmas*.

Os que se encantam com a prática sem a ciência são como os timoneiros que entram no navio sem timão nem bússola, nunca tendo certeza do seu destino.

Leonardo da Vinci

RESUMO

Neste estudo, procurou-se analisar se o mercado de derivativos se torna uma garantia contra preços baixos e relativamente instáveis nos canais de comercialização da Cooperativa Agroindustrial do Tocantins - COAPA. Alguns trabalhos indicam que estratégias modernas de comercialização como o Mercado Futuro, ainda são pouco conhecidas pelos produtores de soja. Políticas de divulgação e orientação aos produtores com relação a opções de comercialização disponíveis tais como: mercado a termo, mercado futuro e mercado de opções, poderiam levar a uma maior utilização desses métodos. A grande dificuldade na utilização do mercado de derivativos se dá pela falta de conhecimento e pela falta de profissionais capacitados para atender o sojicultor. O maior problema enfrentado pelo produtor rural é o de se proteger contra possíveis quedas de preço, e o mercado futuro tem como principal característica o gerenciamento de riscos de preços. O objetivo deste estudo foi identificar a dinâmica de organização-produção e o mercado apropriado para a comercialização dos produtos da COAPA, identificando o processo de implantação e evolução do setor da sojicultura na região de abrangência da COAPA; identificando o processo de estruturação e organização utilizado para a implantação nos municípios de abrangência da cooperativa; analisando os impactos, benefícios e adversidades socioeconômicas advindas da implantação desta cooperativa na região de Pedro Afonso e verificando os canais de comercialização utilizados pela COAPA. Para a coleta de dados foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado com perguntas abertas e de múltipla escolha aplicada aos gerentes e diretores da cooperativa. A pesquisa realizada é quantitativa e descritiva. Conclui-se que a COAPA trouxe desenvolvimento econômico para a região de Pedro Afonso, além de desenvolvimento social, com geração de renda, empregos e capacitação profissional para cooperados, familiares dos cooperados e sociedade em geral. Através do mercado futuro a cooperativa tem garantido uma margem mínima de lucro para o produtor, permitindo assim que o cooperado defina o melhor momento de comercialização de parte da sua produção.

Palavras – chaves: Soja, comercialização, mercado.

ABSTRACT

In this study, we sought to examine whether the derivatives market becomes a guarantee against low and relatively unstable prices in the marketing channels of the Cooperativa Agroindustrial Tocantins - COAPA. Some studies indicate that modern marketing strategies as the futures market, are still little known by soy producers. disclosure policies and guidance to producers regarding marketing options available such as the forward market, futures and options market, could lead to greater use of such methods. The major difficulty in the use of the derivatives market is by lack of knowledge and lack of skilled professionals to meet the soybean producer. The biggest problem faced by farmers is to protect against possible price falls, and the future market's main characteristic managing price risk. The aim of this study was to identify the dynamic organization of production and the appropriate market for the marketing of products COAPA, identifying the deployment process and evolution of sojicultora sector in the scope of COAPA region; identifying the process of structuring and organization used for implementation in the municipalities of the cooperative scope; analyzing the impacts, benefits and socioeconomic adversities arising from the implementation of the cooperative in Pedro Afonso region and checking the sales channels used by COAPA. For data collection we used a semistructured interview guide with open questions and multiple choice applied to managers and directors of the cooperative. The research is quantitative and descriptive. It is concluded that the COAPA brought economic development to the region Pedro Afonso, and social development, income generation, employment and job training for members, family members and the society at large. Through the futures market the cooperative has guaranteed a minimum profit margin for the producer, allowing the cooperative set the best time of sale of part of its production.

Key - words: Soybean, marketing, market.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Evolução da produção da soja no estado do Tocantins	41
Gráfico 2 - Evolução da produção de soja nos 7 principais municípios produtores de soja no Tocantins.....	42
Gráfico 3 - Evolução da produção da soja no estado do Tocantins	43
Gráfico 4 - Evolução da produção de soja no município de Pedro Afonso.....	44
Gráfico 5 - Quantidade de soja comercializa pela COAPA nas últimas 3 safras.....	45
Imagem 1 - Silo de armazenamento de grãos da COAPA.....	46
Gráfico 6 - Números de grãos recebidos e armazenados no armazém da COAPA nas safras 13/14, 14/15 e 15/16 em toneladas.....	47

LISTA DE SIGLAS

ADAPEC	Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Tocantins
COAPA	Cooperativa Agroindustrial do Tocantins
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EUA	Estados Unidos da América
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
inpEV	Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias
OCB	Organização das Cooperativas Brasileiras
PROCEDER	Programa de Cooperação - Nipo Brasileira para o Desenvolvimento do Cerrado
RURALTINS	Instituto de Desenvolvimento Rural do Estado do Tocantins
SEAGRO	Secretaria da Agricultura e Pecuária do Estado do Tocantins
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SESCOOP	Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
USDA	Departamento de Agricultura dos Estados Unidos
ACI	Associação Cooperativa Internacional

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	11
2.1	COAPA – COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DO TOCANTINS.....	11
3	JUSTIFICATIVA.....	11
4	PROBLEMA.....	13
5	OBJETIVOS.....	13
5.1	OBJETIVO GERAL	13
5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
6	REFERENCIAL TEORICO.....	14
6.1	A CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS	14
6.2	A SOJA NO MUNDO.....	15
6.2.1	No Brasil	16
6.2.2	Soja no Tocantins	17
6.3	CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	18
6.4	ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO.....	20
6.4.1	Mercado de derivativos	21
6.4.2	Venda a vista na época da colheita	22
6.4.3	Mercado a termo	23
6.4.4	Estocagem do produto para comercialização	24
6.4.5	Mercado futuro	25
7	MERCADO DE OPÇÕES.....	26
8	COOPERATIVISMO	28
8.1	PIONEIROS DE ROCHDALE.....	28
8.2	CONCEITOS DO COOPERATIVISMO	30
9	MATERIAIS E MÉTODOS	33
9.1	UNIVERSO DA PESQUISA	33
9.2	TÉCNICA DE AMOSTRAGEM	33
9.3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	33

9.4	LEVANTAMENTO DOS DADOS E ATORES ENVOLVIDOS	34
9.5	CAMPO E SUJEITO DA PESQUISA	34
10	ANÁLISE DE RESULTADOS	35
10.1	A COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DO TOCANTINS	35
10.2	A COOPERATIVA E SUA IMPORTÂNCIA PARA A REGIÃO DE ATUAÇÃO	37
10.3	EVOLUÇÃO DA SOJICULTORA NO ESTADO DO TOCANTINS.....	40
10.4	PRODUÇÃO RECEBIDA E SOJA COMERCIALIZADA PELA COAPA	44
10.5	COMERCIALIZAÇÃO DA SOJA	48
11	CONCLUSÃO	50
12	REFERÊNCIAS.....	54

1 INTRODUÇÃO

O Brasil vem ocupando posição de destaque na produção e exportação de grãos no cenário do agronegócio mundial. A produção de soja, no país, ganhou, nos últimos 20 anos, espaço no centro das decisões econômicas, não só pela ótima produção, como também pela importância conquistada por esta mercadoria nas exportações.

A comercialização dos produtos é uma das principais etapas dentre todas que são desenvolvidas na atividade agropecuária, é ela quem vai definir o sucesso ou não do empreendimento. (BRAUN e TALAMINI, 2010)

A forma de comercialização utilizada hoje pelos produtores já está defasada, temos disponíveis no mercado novas ferramentas que trazem mais segurança e um melhor poder de barganha ao sojicultor, o chamado mercado de derivativos. Derivativos são instrumentos financeiros cujo preço de mercado deriva (daí o nome) do preço de mercado de um bem ou de outro instrumento financeiro. (PINTO, E., 2007)

Há vários tipos de operações, mas três são mais conhecidas: mercado a termo, mercado futuro e mercado de opções. Assunto tratado em tópico posterior, com ênfase para o mercado futuro.

Os negócios efetuados em mercados futuros são aqueles onde compradores e vendedores de determinados ativos ou produtos fixam, hoje, um preço com vencimento para uma data futura. Os agentes que atuam neste mercado podem ser definidos como:

- Produtor: aquele que busca a garantia para o preço futuro de seu produto, que proporcione uma remuneração mínima;
- *Hedger*: o demandante, que busca proteção para o preço futuro do insumo que comprou do produtor;
- Especulador: o agente que busca tirar proveito das oscilações futuras dos preços. (SCHOUCHANA, 1957).

Os ativos negociados são taxas de câmbio, índices de bolsas, taxas de juros e commodities (soja, milho, café, boi gordo etc). Para o comprador, o negócio futuro atende à necessidade de fixar um preço de compra de seu insumo, antecipadamente, capaz de assegurar um custo compatível com uma determinada

margem de rentabilidade para a sua atividade, protegendo-se do risco de uma alta no preço dos insumos (SILVEIRA; KORBES, 2007).

Já para o vendedor, a operação a futuros atende à necessidade de fixar um preço de venda de sua mercadoria, antecipadamente, para se proteger do risco de queda no preço e garantir uma margem de rentabilidade à sua atividade produtiva.

A bolsa de futuros é uma instituição sem fins lucrativos, que desempenha o papel de “conexão” entre as partes (produtor, *hedger* e especulador), padronizando contratos e estabelecendo prazos de vencimento. A bolsa expressa e sinaliza os preços originados a partir das forças do mercado (oferta e demanda).

Conforme apontado por Schouchana (1997, p. 17) para que uma mercadoria seja negociada em bolsa de futuros, alguns requisitos são necessários:

- O produto deve ser homogêneo, ou seja, um contrato deve ser igual ao outro, podendo ser intercambiável;
- a mercadoria deve ser suscetível de padronização e classificação, para que possa ser homogênea;
- Deve haver uma grande oferta e demanda do produto, com um grande número de ofertantes e demandantes, de forma competitiva;
- o fluxo da oferta para o mercado deve ser livre, sem interferência do governo ou monopólios;
- a oferta e a demanda devem ser incertas, pois dessa forma o preço flutuará e, portanto, existe o risco;
- o produto não pode ser perecível.

O que se negocia na Bolsa de Futuros são contratos que representam uma promessa de compra ou de venda, para uma data de vencimento preestabelecida, conforme as cláusulas e especificações elaboradas pela Bolsa e aprovadas pelo Banco Central do Brasil.

O vencimento de um contrato é definido em função dos principais meses de safra e entressafra do produto a ser negociado. Normalmente não são estabelecidos todos os meses do ano, para que haja concentração de liquidez e tempo para programar as entregas.

2 DIAGNOSTICO SITUACIONAL

2.1 COAPA – Cooperativa Agroindustrial do Tocantins

A COAPA foi fundada em 27 de junho de 1988, surgindo da necessidade de organização e desenvolvimento dos produtores integrantes do Prodecir III - Programa de Cooperação Nipo-Brasileira para o Desenvolvimento do Cerrado, logo se tornou a Cooperativa de todos os produtores da região de Pedro Afonso.

Atualmente a COAPA atende cooperados produtores de soja e da agricultura familiar, agrupados ou não em associações na região de Pedro Afonso, estendendo sua área de atuação para Bom Jesus do Tocantins, Tupirama, Rio Sono, Guaraí, Fortaleza do Tabocão, Miracema, Santa Maria, Tocantínia, Itacajá, Itupiratin, Goiatins, Recursolândia e Centenário.

A COAPA mantém parcerias com a empresa CAMPO Consultoria (promoção de negócios na atividade Integração Lavoura-Pecuária), com a Embrapa (Projeto Reniva e PIF-Abacaxi), e parcerias estratégicas em áreas de interesse de nossos cooperados, com o Ruraltins, Adapec, inPEV, Seagro, OCB/SESCOOP, Sebrae, Sindicato Rural de Pedro Afonso e Região, outros órgãos estaduais, municipais e federais, além de empresas do ramo de commodities e agrobusiness.

Pode-se dizer que a COAPA participa e promove o desenvolvimento socioeconômico e agropecuário da região onde atua além de atender da melhor forma seus cooperados.

3 JUSTIFICATIVA

O Brasil vem ocupando posição de destaque na produção e exportação de grãos no cenário do agronegócio mundial, não só pela ótima opção de cultivo como também pela importância atribuída a essa mercadoria no setor de exportações.

Segundo dados da CONAB (2015), o Brasil é o segundo maior produtor mundial de soja, com a produção de 95,070 milhões de toneladas na (safra 2014/2015), ficando atrás apenas do EUA que produziu 108,014 milhões de toneladas. O Tocantins produziu 2.441,98 mil toneladas na (safra 2014/2015) segundo a (SEAGRO, 2015).

A comercialização dos produtos é umas das mais importantes etapas, EM meio as desenvolvidas pelo agronegócio brasileiro. É nesta fase que pode ser estimado o lucro ou não do empreendimento.

Os produtores estão sujeitos a riscos como clima, crédito, operacional e preço. Tal afirmação defendida por Muhlen et al. (2013 apud SCHOUCHANA e MICELI, 2004; ABUSSAMRA 2006), a agricultura apresenta fatores de difícil previsão e controle, como clima, pragas, desempenho das tecnologias, sazonalidade da produção e preços, essa situação torna indispensável a gestão de riscos.

Os canais de distribuição podem ser considerados como uma forma de agregar valor ao produto até o consumidor final. Podendo ser agregado o fator qualidade e acima de tudo preços adequados para que todos possam ter a oportunidade de consumi-los. Essa denotação envolve toda a cadeia produtiva até o escoamento ate o consumidor final, pode ser direto ou mesmo, através de atravessadores. (Martins et al, 2012, p. 4).

De acordo com um estudo realizado no Mato Grosso do Sul por Márcia F. Silveira e Paulo J. Korbes no ano de 2007, o uso do mercado de derivativos ainda é mínimo pelos produtores rurais, dando a entender que existe a necessidade de verificar o porquê dessas ferramentas não estarem amplamente utilizadas.

O mercado futuro vem para garantir o preço ao produtor, deixando o protegido de uma possível queda de preços, um dos fatores que mais interferem no sucesso ou não do empreendimento.

O município de Pedro Afonso onde está localizada a cooperativa foco deste estudo, é o 5º colocado entre as principais cidades produtoras de soja do estado do Tocantins (CONAB 2015). Apesar de não ter grande representatividade em relação a produção dessa oleaginosa no estado, essa região é a única dentro do Tocantins em que seus produtores de soja estão organizados em uma cooperativa em busca do fortalecimento da categoria frente aos entraves da cadeia produtiva. Outro fato que merece destaque é o terminal de armazenamento de grãos da cooperativa que tem capacidade para 60.000 toneladas de grãos.

Conhecer melhor os canais de comercialização da soja tornam possível um melhor nível de entendimento acerca dos métodos utilizados pela COAPA no estado do Tocantins.

Para fazer o planejamento da comercialização é necessário conhecer bem os ambientes internos e externos envolvidos neste processo. Analisar os canais de comercialização utilizados pela COAPA, contextualizando-a no cenário brasileiro e verificando as relações entre seus agentes é um passo importante na busca desta maior compreensão destes ambientes quando se pensa na produção, industrialização e comercialização de soja.

4 PROBLEMA

Segundo o IBGE (2015), a soja é a principal cultura entre os cereais, leguminosas e oleaginosas, representa 47,4% do total nacional de grãos. Estimou-se expansão de 3,4% na área e 10,5% na produção. Todos os estados do país informaram aumento de área de produção.

A soja destaca-se como uma das principais culturas do estado, a produção na safra 2014/2015 foi de 2.441,98 mil toneladas do grão (CONAB, 2015). Segundo o IBGE (2015) o Tocantins ficou em 9ª posição na produção de soja do estado, a safra 2014 e 2015 teve variação positiva.

Pedro Afonso cidade onde está localizada a cooperativa foco deste estudo de caso teve produção de 73.500 toneladas de soja (grão), ficando atrás apenas de Campos Lindos que teve produção de 127.400 toneladas. (IBGE, 2007). Nesse contexto a problemática do trabalho é: O mercado de derivativos se torna uma garantia contra preços, baixos e relativamente instáveis nos canais de comercialização da COAPA?

5 OBJETIVOS

5.1 Objetivo Geral

Identificar a dinâmica de organização-produção e o mercado apropriado para a comercialização dos produtos da COAPA.

5.2 Objetivos Específicos

- Identificar e analisar o processo de implantação e evolução do setor da sojicultura na região de abrangência da COAPA;

- Identificar o processo de estruturação e organização utilizado para a implantação nos municípios de abrangência da COAPA;
- Analisar os impactos, benefícios e adversidades socioeconômicas advindas da implantação desta cooperativa na região de Pedro Afonso;
- Verificar os canais de comercialização utilizados pela COAPA;

6 REFERENCIAL TEORICO

6.1 A cadeia de comercialização de produtos agrícolas

Compreende-se por comercialização a troca de bens e serviços entre agentes econômicos. Segundo Sandroni (1999) a comercialização é um processo intermediário entre produtor e consumidor, no qual o produtor coloca os bens e serviços produzidos a disposição do consumidor, na forma, tempo e local em que ele esteja disposto a adquiri-los.

Essas relações de troca são influenciadas por diversos fatores, tais como os aspectos da demanda e da oferta, coordenados por mecanismos de comercialização adequados e sustentados pela infraestrutura de comercialização disponível (AZEVEDO, 2001).

Desta forma a comercialização deve ser encarada como um processo que abrange o início da cadeia produtiva e é finalizada quando o produto chega ao consumidor final.

A oferta e demanda de produtos agrícolas tem peculiaridades inelásticas a preços, e isso faz com que os preços e as quantidades dificilmente se ajustem um ao outro, gerando instabilidade no mercado. (TURA e AHLERT, 2010) A comercialização é uma das etapas mais importantes de todo o processo produtivo, nesta fase o produtor pode garantir o sucesso do empreendimento.

O objetivo principal dos agentes envolvidos na comercialização de produtos agroindustriais é, justamente, ajustar uma demanda estável em uma oferta estacional.

Mendes e Padilha Júnior (2007, p. 8) entendem que:

Em um enfoque mais atual, estes autores associam o conceito de comercialização à coordenação existente entre a produção e o consumo dos

produtos agropecuários, incluindo a transferência de direitos de propriedade, a manipulação de produtos e os arranjos institucionais que contribuem para a satisfação dos consumidores. Trata-se de um conceito amplo, em que se atribui a essa atividade a função de transferir os produtos ao consumidor final, considerando a influência de todas as atividades nesse processo (produção agrícola, industrialização, transporte dos produtos, relações com o consumidor, etc).

Seguindo o mesmo raciocínio Mende e Padilha Júnior (2007, p. 193) afirma que:

A comercialização está relacionada com a transferência de propriedade e com a agregação de valor aos produtos agrícolas, podendo o valor percebido pelos consumidores (utilidades) estar relacionado ao tempo (armazenamento), ao lugar (transporte) e à forma (processamento).

De acordo com Mendes e Padilha Junior (2007, p.193) arranjos institucionais são denominados de funcionalidades do sistema de comercialização e definidos “como as atividades desempenhadas por instituições especializadas durante as diversas fases da comercialização”.

“Os agentes fazem uso de mecanismos de comercialização apropriados para efetuar uma determinada transação, também denominados na literatura econômica por estruturas de governança” Hass et al. (201-, apud WILLINSON, 2005). São exemplos de mecanismos de comercialização o mercado spot, os contratos de suprimentos regular, os contratos de longo prazo com cláusulas de monitoramento, integração vertical, entre outros.

Mendes e Padilha (2007), afirmam que:

O papel crucial da comercialização é facilitar a responder os problemas econômicos "o que" e "quanto" produzir, "quando", "como" e "onde" distribuir os produtos, e sob que "forma". Em outras palavras, isto significa: orientar a produção, o consumo e a utilidade da produção.

6.2 A soja no mundo

A soja vem ganhando grande importância no mercado da agricultura mundial. Essa oleaginosa possui grande diversidade no seu uso, e a demanda global por alimentos tem influenciado o crescimento anual da área destinada a produção deste produto.

O mercado internacional desta *commoditie* é formado por 4 principais players, sendo três produtores: Estados Unidos, Brasil e Argentina, e um comprador (importador), a China.

De acordo com o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), na divulgação do quadro de oferta e demanda mundial, referente ao mês de agosto de 2015, estimou-se que na safra global de soja em grãos 2015/16 os EUA (33,30%), o Brasil (30,31%) e a Argentina (17,81%) foram responsáveis por 81,42% de toda a produção mundial de soja em grão, e a China, por 64,07% de todas as importações mundiais (CONAB, 2015).

Junto com o Estados Unidos, Brasil e Argentina outros 4 países sendo eles: China, Índia, Paraguai e Canadá representam cerca de 95% da produção mundial de soja (CONAB, 2015).

Ainda segundo com a CONAB (2015) a área plantada no mundo passou de 81,48 milhões de hectares na safra 2002/03 para 108,55 milhões na safra 2012/13, um crescimento de 33% na década.

Além do aumento na área plantada, o investimento em pesquisa e no desenvolvimento de cultivares mais resistentes tem melhorado o rendimento e ajudado a alavancar a produção. A produtividade estimada para a safra 2012/13 é de 2.435 quilos por hectare. Nos últimos quatro anos a produção mundial saltou de 211,64 milhões de toneladas para 264,28 milhões, um incremento de 25% (MOREIRA, 2015).

O consumo mundial da soja em grãos tem crescido sucessivamente nos últimos anos. Este aumento está ligado ao crescimento da população mundial e ao grau de poder aquisitivo das pessoas, especialmente nos países em desenvolvimento com a China, a Índia e o Brasil (TEIXEIRA & SOUTO, 2013).

Estima-se que na safra 2015/16 o Brasil será o maior exportador de soja do mundo com 54,50 milhões de toneladas de soja exportada (CONAB, 2015).

6.2.1 No Brasil

Indo de acordo com a tendência mundial, os produtores brasileiros, impulsionados pelas altas cotações das últimas safras novamente aumentaram a área de soja no próximo ciclo.

A produção de soja deverá chegar a 100,99 milhões de toneladas, se confirmado esse volume será 4,9% superior aos 96,24 milhões produzidos na safra 2014/2015, seguindo dados da CONAB.

Segundo a CONAB (2015) o estado do Mato Grosso, maior produtor de soja, deverá produzir 28,9 milhões de toneladas, em seguida vem o Paraná com previsão de produzir 18,2 milhões de toneladas, seguido dos estados do Rio Grande do Sul, Goiás, Mato Grosso do Sul, Bahia e Minas Gerais que devem produzir 14,42, 10,32, 6,97, 4,68 e 4,12 milhões de toneladas respectivamente.

Dados da CONAB (2015) estimavam que a exportação da soja na safra (2014/15) seria em torno de 48 milhões de toneladas, enquanto que na safra 2013/14 o país enviou para o exterior cerca de 46,6 milhões de toneladas. Novas pesquisas mostram que o país provavelmente terá um crescimento de 4,3% nas exportações das commodities se comparadas a safra 2013/14 e de 63,2% se comparado a safra de 2011/12.

Até outubro de 2015 o país havia exportado cerca de 52,1 milhões de toneladas de soja em grão. Deste total, 76% teve com destino a China, a Espanha foi o destino de 4% do total exportado, a Holanda e Tailândia 3% e Taiwan cerca de 2% (MOREIRA, 2015).

Cerca de 14% de toda a exportação brasileira foi do complexo soja, que inclui a soja em grão e seus derivados (farelo, e óleo de soja), ou seja US\$ 31,41 bilhões, ficando a frente de produtos de grande importância como minérios, petróleo e combustíveis.

Em seu relatório do mês de agosto de 2015 a Conab mostra que a região do Matopiba, que compreende, Maranhão, Tocantins, Pará, Piauí e Bahia, teve a produção estimada em 10,48 milhões de toneladas, tendo um aumento de 20,7% em relação a safra passada, representando 10,9% de toda a produção nacional.

A maior parte do que é produzido de soja no país ou é exportado ou é consumido.

6.2.2 Soja no Tocantins

O surgimento da exploração da soja no estado iniciou-se através de programas do governo federal para o desenvolvimento agrícola, e estabilizou-se nas regiões do cerrado, pelas condições propícias ao cultivo dessa oleaginosa.

Os programas governamentais foram introduzidos a partir da década de 1970, o que trouxe novas tecnologias e possibilidade de crescimento ao estado.

O estado tem tido uma grande procura por produtores da região sul, estes surgem interessados nas terras baratas que o estado proporciona, e também pela não necessidade de compra da terra, podendo apenas arrendá-la aumentando assim sua rentabilidade.

De acordo com a CONAB (2015) a produção de soja na safra 2015/16 no estado do Tocantins, teve uma queda de 31,8% se comparada a safra 2014/15, essa queda teve como causa principal as condições climáticas adversas, há relatos áreas em que a colheita não compensou em função de sua baixíssima produtividade, além da inferior qualidade do grão. Ainda segundo a Companhia de Abastecimento, o Tocantins no ano de 2015 exportou 1.333.898 toneladas de soja, 3,28% de toda a soja exportada no país.

O estado ocupa a 17ª posição no ranking dos estados que exportam soja no país. A soja destaca-se como uma das principais culturas do estado, a produção na safra 2014/2015 foi de 2.441,98 mil toneladas do grão. Ainda segundo o IBGE (2015) o Tocantins ficou em 9ª posição na produção de soja do Brasil, a safra 2014 e 2015 teve variação positiva.

6.3 Canais de distribuição

Canais de marketing ou de distribuição podem ser visto como “um conjunto de organizações independentes envolvidas no processo de tornar o produto ou serviço disponível para consumo e uso” Almeida (1999, apud STERN et al., 1996, p. 1). Estes não só satisfazem a demanda através de produtos e serviços no local e quantidade, qualidade e preço correto, mas também, têm papel fundamental no estímulo a demanda, através de atividades promocionais dos componentes ou equipamentos atacadistas, varejistas, e representantes ou outros. (NEVES, 1999)

Waquil et al., (2010) define canal de comercialização ou de distribuição como:

A sequência de etapas por onde passa o produto agrícola até chegar ao consumidor final, configurando a organização dos intermediários cada qual desempenhando uma ou mais funções de comercialização, e o arranjo institucional que viabiliza as relações de mercado nas cadeias produtivas agroindustriais.

Mendes (1996, apud ZIDORA, 2015, p. 17), aponta:

Canal de comercialização como o caminho percorrido pelo produto desde o produtor até o consumidor final. É a sequência de mercados pelos quais passa o produto, sob ação de diversos intermediários, passa até atingir consumidor final. A partir da análise do canal de comercialização pode se verificar como os intermediários se organizam e se agrupam no exercício de transferência da produção ao consumo.

Mendes (1996, apud ZIDORA, 2015, p. 18) apontam ainda que:

A classificação dos canais de comercialização se baseia no seu tamanho e complexidade. Os tipos mais comuns são: a) produtor vende diretamente ao consumidor; b) as operações são executadas pelos intermediários.

a) O produtor vende diretamente ao consumidor: Um exemplo é o que acontece com os feirantes que são produtores que vendem sua produção diretamente ao consumidor.

b) As operações são executadas pelos intermediários: Neste caso, o canal de comercialização pode ter uma complexidade variada, dependendo do número de operações e, portanto do número de pessoas envolvidas. A medida em que há desenvolvimento da economia e que se intensifica a especialização da actividade, o canal tende a se tornar mais complexo.

São exemplos de agentes que formam os canais de comercialização, *tradings*, atacadistas, varejistas, centrais de compra e distribuição de serviços de alimentação, transporte, armazenadores e agroindustriais processadoras.

Waquil; Miele; Schutltz (2010) apontam que:

Os participantes dos canais de comercialização os seguintes: Corretor, facilitador, representante do fabricante, comerciante, varejistas, agentes de vendas, forças de vendas atacadistas; a definição dos principais participantes é expressa na sequência:

Corretor: Intermediário cuja tarefa é aproximar compradores e vendedores. Não estoca bens, não financia, nem assume risco.

Facilitador: Intermediário que auxilia o processo de distribuição, mas não assume a propriedade dos bens e não negocia o processo de compra ou de venda.

Representante do Produtor: Empresa que representa vende os bens de vários fabricantes. É contratada pelos fabricantes, mas não faz parte de suas forças de vendas internas.

Comerciante: Intermediário que compra, assume a propriedade e revende mercadorias.

Varejista: Empresa que vende bens ou serviços diretamente ao consumidor final para uso pessoal, não empresarial.

Agente de vendas: Intermediário que procura clientes e negocia em nome de um fabricante, mas não assume a propriedade de bens.

Auxiliares de vendas (Forças de venda): Grupo de pessoas contratadas diretamente por uma empresa para vender seus produtos e serviços.

Atacadista (distribuidor): Empresa que vende bens ou serviços comprados para revenda ou uso empresarial.

As *commodities* são mais eficientemente comercializadas por meio dos mecanismos de mercado *Spot* ou de Futuros, a depender de incerteza da transação. A escolha do mecanismo de comercialização, portanto, não é aleatória. Sua escolha responde a um critério de eficiência econômica de importância crucial para eficiência global de cadeia agroindustrial e, portanto, a própria sobrevivência dos atores que a compõem (HAAS, et al., [201-]).

6.4 ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO

Segundo Mendes e Padilha (2007), por estratégia de comercialização entende-se como procedimento, mecanismo, método ou opção que o produtor usa para vender o seu produto ou exercer influência nos termos da venda. Os mecanismos de comercialização ocorreram pela razão do aumento da capacidade física do sistema de comercialização, principalmente ligado a armazenagem, e também em razão da forte tendência da redução de interferência do governo nos mercados agrícolas.

A agricultura é conhecida como uma atividade de riscos, já que o produtor está sujeito a vários fatores que podem interferir na produção e sucesso do seu projeto sendo eles: pragas, mudanças climáticas, máquinas mal reguladas, etc.

Devido a riscos de mercado do setor agropecuário é necessário a busca por opções para alternativa da comercialização do produto.

Mendes e Padilha (2007) entendem que:

As estratégias usadas na comercialização pertencem a quatro grandes grupos a indicar: 1) venda na época da colheita ou venda a vista na colheita; 2) contratos de produção antes da colheita ou venda antecipada da produção (a termo); 3) estocagem do produto para especulação e 4) estratégias de contratos futuros e derivados agropecuários (mercado futuro).

6.4.1 Mercado de derivativos

Segundo Moraes et al. (2011, p. 1):

No Brasil, o mercado de derivativos é relativamente recente. Em 1986, foi fundada a Bolsa Mercantil e de Futuros e lançados os contratos de Índice de Bolsa de Valores de São Paulo. Em 1991, houve a junção da Bolsa Mercantil e de Futuros com a Bolsa de Mercadorias de São Paulo, surgindo a Bolsa de Mercadorias e de Futuros (BM&F). Esses novos mecanismos têm sido indicados para reduzir riscos devidos à oscilação dos preços dos produtos agrícolas.

A gestão de risco na agricultura surge como uma necessidade, uma vez que está sujeita, principalmente, a dois tipos de riscos: o de produção e o de preço (MARQUES e AGUIAR, 2004; ABUSSAMRA, 2006 apud MORAIS et. Al 2011).

Ainda segundo Moraes et al. (2011, p. 1):

Os riscos de produção compreendem perdas por estiagens, geadas, enchentes, doenças, pragas e, até mesmo, por máquinas mal reguladas. Entretanto, tais riscos podem, circunstancialmente, ser amenizados por meio de bom manejo, de tecnologias adequadas e de seguro rural. Já os riscos de preços são mais difíceis de serem evitados, pois estão fora do controle do produtor e variam de acordo com o comportamento dos mercados interno e externo. Esses, muitas vezes, sofrem influência de vários fatores, como:

boatos, previsões de clima, estimativas de safras, estoques e variação cambial, dentre outros.

O mercado de derivativos, dentre eles, mercado futuro, ainda é pouco difundido entre os produtores e tem grande potencial a ser desenvolvido, apesar do volume expressivo de transações. Em síntese, os mercados futuros proporcionam a fixação do preço dos produtos, por meio da negociação de contratos que serão liquidados em data futura. Ao comprar ou vender esses contratos, nos pregões das Bolsas, os agentes envolvidos nas negociações previnem-se contra as oscilações de valores na comercialização agrícola. (MORAIS et al., 2011)

Ao se limitarem os mecanismos governamentais, é incompreensível que os agentes que atuam no agronegócio não utilizem ampla e significativamente as ferramentas dos mercados derivativos. Nesse sentido, a falta de conhecimento condiciona o uso de derivativos.

6.4.2 Venda a vista na época da colheita

O mercado à vista é também conhecido como mercado físico, disponível ou *spot*. Sendo marcado pelo relacionamento direto entre compradores e vendedores, que definem preço, espécie e data de entrega, que pode ser anterior ou após o fechamento da operação comercial (BURANELLO, 2009 apud LINK, 2011).

Segundo Azevedo (2001):

Considerável parte das transações feitas pelos consumidores finais são do tipo *spot*, enquanto o comércio entre empresas requer normalmente a adoção de mecanismos mais complexos, devido ao volume e à frequência dessas negociações. O mercado *spot* de produtos agroindustriais se caracteriza pela grande incerteza em relação ao comportamento de preços. Outra característica desse mercado é o fato de ser esporádico - mesmo que uma compra venha se repetir, isso não acarreta a obrigatoriedade de compra futura.

A palavra *spot* – ponto em inglês – é empregada em economia para qualificar um tipo de mercado cujas transações se resolvem em um único instante de

tempo. “Uma grande parte das transações que realizamos enquanto consumidores finais são dessa espécie.” (BATALHA, 2008, p.70 apud TURA e AHLERT, 2010, p,8).

Mercado físico ou disponível é aquele em que os produtos são negociados com pagamento à vista ou a prazo, mediante entrega imediata de mercadoria ou por outra Mercados onde são negociados produtos em troca de recebimento de dinheiro. Por exemplo, o mercado de boi em Araçatuba é um mercado físico, onde o produtor entrega seu produto e recebe pagamento por isto (à vista ou a prazo) (MARQUES, 2006).

A venda do produto pode ser feita para o mercado ou para o governo federal. Nesse caso, quando o preço de mercado estiver abaixo do preço mínimo estipulado pelo governo a CONAB disponibiliza recursos para compra através da política de Aquisição do Governo Federal (AGF) (LINK, 2011, p, 29).

As AGFs se constituem na obtenção direta pelo governo federal do produto com base no preço mínimo. Os produtos formam estoques que atuam como reguladores de oferta e demanda dos grãos no mercado, sendo que os custos com transporte e armazenagem ficam sob responsabilidade do Estado (FREDERICO, 2010 apud LINK, 2011).

Geralmente está não é uma boa opção para o produtor, tendo em vista que, na época da safra, os preços dos produtos agrícolas, estão em níveis baixos em relação à média anual.

Os principais fatores que levam o produtor a utilizar esta alternativa são: falta de capacidade de estocagem de seu produto, em nível de propriedade ou não; vencimento de compromissos financeiros na época da colheita sem outra fonte de recurso; expectativa de que os preços ao longo do ano não valorizem o suficiente para remunerar a estocagem.

6.4.3 Mercado a termo

Zidora (2015, p, 40) entende que:

Mercado a termo aquele em se negociam contratos a termo, especificando-se a venda ou compra antecipada da produção, mediante preço previamente combinado entre as partes, podendo ou não ocorrer adiantamento de

recursos por conta da promessa de entrega futura da mercadoria em local determinado. Os contratos não são padronizados, são intransferíveis e somente poderão ser liquidados na data acordada e com a entrega de mercadoria. Uma forma comum é o produtor acertar um preço e efetuar a venda antes mesmo de dispor do produto. Este tipo de contrato é normalmente referido como a termo e pode ou não envolver adiantamento de recursos por conta da venda antecipada da produção. O ponto fundamental é que deverá haver a entrega (e o recebimento) do produto ao preço combinado.

O contrato a termo resolve o problema básico de achar um comprador para um vendedor e vice-versa, mas não resolve o problema de variações imprevisíveis nos preços causadas por quebra de safras, armazenagem inadequada ou fatores econômicos adversos. Além disso, os contratos são muito particulares e seus termos podem não satisfazer terceiros em caso de transferência de titularidade, apresentam mais riscos e por esta razão, tendem a ser mais onerosos que os contratos futuros.

No mercado a termo existe uma grande flexibilidade na negociação, variando desde a forma de pagamento antecipado ou somente na entrega do produto, até a fixação antecipada de preços ou de sua variação.

Azevedo (2001) mostram que:

Um exemplo de contrato a termo que ganhou muito espaço na comercialização agrícola a partir dos anos 80 é o contrato de “soja verde”. Por meio desse acordo os compradores adquiriam a soja antecipadamente, e os produtores se comprometiam a fazer a entrega futura do produto que ainda estava nas lavouras.

É de extrema importância compreender as definições e características do mercado a termo, pois há um volume expressivo de contratos desse tipo sendo negociados atualmente no mercado. “No mercado a termo, as partes se obrigam a liquidar, em uma data definida entre elas, no futuro, a operação combinada no presente” (PINTO, 2007).

6.4.4 Estocagem do produto para comercialização

Segundo Romero (2014) quando um produtor rural decide armazenar seu produto na época da colheita para vender num momento futuro (no período da entressafra, por exemplo), ele espera que os preços se elevem o suficiente para recompensar guardar o produto, ou seja, ele procura armazenar quando espera que os aumentos nos preços sejam pelo menos suficientes para cobrir os custos diretos de estocagem (incluindo seguro), adicionados dos juros implícitos sobre o capital.

A palavra chave na decisão sobre armazenamento é “expectativa”. Quando um agente qualquer da cadeia resolve formar estoques ele de fato não sabe qual será o preço que vai vigorar no mercado quando for vender este estoque. Mas fica claro que o custo financeiro dos estoques tem papel fundamental tanto na decisão de armazenar quanto depois, na venda, para verificar se a decisão foi rentável ou não.

Uma informação que auxilia na decisão de estocagem é conhecer o padrão sazonal do preço do produto. A sazonalidade dos preços decorre do fato da produção agrícola ser sazonal, ou seja, de a colheita não ocorrer ao longo de todo o ano, mas se concentrar em apenas alguns meses (época da safra).

6.4.5 Mercado futuro

O mercado futuro foi desenvolvido para minimizar os riscos causados pelas oscilações de preços e para padronizar a comercialização dos principais produtos agropecuários, este evolui a partir do mercado a termo.

Tura e Ahlert (2010, p. 3.) entende que:

Nos mercados futuros geralmente os participantes não buscam ativos físicos, mas sim a transferência do risco de oscilação de seus preços. A busca da transferência de risco pode ser percebida no baixo volume de entregas físicas dos produtos agropecuários negociados quando do vencimento do contrato. A maioria dos contratos é liquidada por diferença financeira antes do seu vencimento.

LINK (2011, p. 31) afirma que:

O mercado futuro os compradores e vendedores, representados por corretores, que negociam suas posições e se comprometem a comprar e pagar, ou vender e entregar o produto negociado na data de vencimento do

contrato. Contudo, conforme o mercado oscilar, o contrato pode ser repassado ou transferido a terceiros via as operações de mercado, nos pregões da bolsa.

Um contrato futuro é compromisso de comprar ou vender determinado ativo numa data específica do futuro, por um preço previamente estabelecido”. As maiores Bolsas do mundo que negociam contratos futuros são a *Chicago Board of Trade* (CBOT) e a *Chicago Mercantile Exchange* (CME)(TURA e AHLERT, 2010, p, 3).

7 MERCADO DE OPÇÕES

Opções são contratos que asseguram o direito do exercício de uma compra ou uma venda de algum ativo. Este pode ser um ativo físico ou outro contrato. O mercado de opções se caracteriza por negociar direitos e obrigações para uma data futura.

“Para adquirir um direito, o comprador da opção paga um prêmio ao vendedor que passa a ter uma obrigação.” (SAVOIA, 2009, p.141 apud PAVESI e GOMES, 2011, p. 8).

O mercado de opções é comparado ao seguro de carros, que você paga o prêmio, normalmente um percentual do valor do carro – por um direito. Caso ocorra um sinistro, ele terá o direito de receber um valor em dinheiro, e o vendedor (a seguradora) a obrigação de pagá-lo.

Pavesi e Gomes, (2011) entendem que:

O mercado de opções tem a vantagem de garantir o preço antecipadamente pelo pagamento de um prêmio. Em opções não há ajustes nas contas-correntes, pois o preço futuro já foi garantido. Obviamente, sempre a opção dependerá da oscilação da cotação no mercado futuro a que está vinculado. Mas, ao comprar a opção, o agente pagará um prêmio que lhe garante o direito de negociação, garantindo o recebimento do valor negociado, se favorável.

Didaticamente e de modo simplificado, pode se afirmar que todo o processo de comercialização está dividido em níveis.

Araújo (2009 apud PAVESI e GOMES, 2011, p. 9) esclarecem os níveis de comercialização:

Nível 1: Produtores rurais; Nível 2: intermediário (primários, secundários e terciários); Nível 3: agroindústrias, mercados dos produtores e concentradores; Nível 4: representantes, distribuidores e vendedores; Nível 5: atacadistas, centrais de abastecimento, bolsas de mercadorias e outros, como Cédula de Produto Rural, Governo, internet e outros; Nível 6: supermercados, pontos-de-venda, feiras livres e outros, inclusive exportação; Nível 7: consumidores; Nível 8: Importação.

O produtor rural é o tomador de preço. O produtor individual pode vender tudo o que produz (ou mesmo nada), pois sua decisão não terá nenhuma influência sobre o preço. No Brasil, os produtores rurais são numerosos, predominantemente pequenos, desinformados e pouco organizados, ofertando produtos não classificados e não selecionados.

Mendes e Padilha Junior (2007, p. 218) falam que:

“Os intermediários são indivíduos ou organismos comerciais que se especializam na execução de diversas funções de comercialização, relacionadas com as atividades de compra e venda, na medida em que suas mercadorias se deslocam dos produtores até os consumidores.”

Agroindústrias podem beneficiar, processar ou transformar os produtos adquiridos diretamente do produtor ou de intermediários.

Os mercados de produtores oferecem infraestrutura (silos), com o objetivo de ofertá-los aos produtores, de modo a concentrá-los, e informá-los sobre a situação de mercado e oferecer-lhes outros serviços (classificação, beneficiamento e embalagem dos produtos) a fim de diminuir a força dos intermediários (PAVESI e GOMES, 2011).

Mendes e Padilha Junior (2007, p. 219) entendem que:

“Os intermediários agentes, tal como são designados, agem somente como representantes de seus clientes. Eles não têm o título e, portanto, não são os donos das mercadorias que vendem. Sua renda é representada pelas taxas de comissões sobre o volume de venda que realizam. ”

Os atacadistas, Centrais de Abastecimento Regionais, Bolsas de Mercadorias, Cédula de Produtor Rural, Governo, internet e outros estão no grupo onde estão inseridas as bolsas de mercadorias, as associações comerciais, os bancos, as companhias de seguros, órgãos responsáveis pelos serviços de informação e pesquisa de mercado

Supermercados, pontos-de-venda, feiras livres e outros, inclusive exportação, possuem o título da mercadoria, são donos do produto, e fazem comércio para seu próprio lucro, garantindo sua renda da margem entre preços de compra e de venda dos bens que comercializam. Consumidores são as pessoas mais importantes em todo o processo comercial, eles determinam todo o processo de produção.

A Importação interfere diretamente em toda a comercialização interna, percorrem caminhos similares aos produtos nacionais (nível 3), inclusive na formação de preços, o comportamento também é bastante semelhante, porém, em sentido inverso.

8 COOPERATIVISMO

8.1 Pioneiros de Rochdale

Devido as condições políticas desfavoráveis, e especialmente, pela forma como elas eram fundadas, várias iniciativas de cooperativas não alcançaram sucesso. Conforme Sales (2010, p. 28 apud REIS JÚNIOR, 2006) foi durante a Revolução Industrial que emergiram as condições socioeconômicas favoráveis ao desenvolvimento das sociedades cooperativas.

Foi em 1844 que 28 operários, dentre eles 27 homens e 1 mulher, na grande maioria tecelões, no bairro de Rochdale-Manchester na Inglaterra que foi criada a reconhecida primeira cooperativa moderna Sociedade dos Probos de Rochdale (Rochdale Quitable Pioneers Society Limited), foi a partir dela que o mundo retirou os princípios morais e de conduta que são até hoje considerados a base do cooperativismo autêntico. Estes eram embasados no sentimento de cooperação e mutualidade defendidos por Robert Owen e Fourier, dentre outros (Portal do Cooperativismo Financeiro, [200-]).

O cooperativismo progrediu e alcançou espaço próprio, definido por uma nova maneira de pensar o homem, o trabalho e o desenvolvimento social. Por sua forma democrática e social o cooperativismo é bem visto por todos os governos e reconhecido como fórmula democrática para a solução de problemas socioeconômicos.

De acordo com o Portal do Cooperativismo Financeiro [200-]:

Esses operários enxergaram o associativismo como forma de contornar, por meio da **compra e venda comum de mercadorias**, os efeitos perversos do capitalismo sobre a condição econômica dos trabalhadores assalariados – tendo alugado, com o capital inicial de 1 (uma) libra, um armazém para estocar produtos que, adquiridos em grande quantidade, poderiam ser consumidos a preços mais baratos.

Essas informações corroboram o exposto por Reisdorfer (2014) quando afirma que:

A cooperação surgiu como necessidade, como meio de sobrevivência e, principalmente, como agrupamento de pessoas que na reciprocidade de seu trabalho, no conjunto de suas ideias e no esforço continuado de suas ações, realizavam seus propósitos e seus objetivos.

A grande realização de Rochdale foi ter produzido um estatuto social que estipulava objetivos mais abrangentes para o empreendimento e deliberava normas igualitárias e democráticas para a constituição, manutenção e expansão de uma cooperativa de trabalhadores. As normas fixadas pela organização pioneira de Rochdale para orientar sua estrutura e funcionamento foram analisadas e debatidas em dois congressos internacionais promovidos pela ACI (Associação Cooperativa Internacional), em 1937 e 1966, e foram adotadas universalmente como “cooperativistas”, segundo informações do Portal do Cooperativismo Financeiro.

Em 1995, na conferência Centenária dessa mesma ACI, realizada em Manchester – Inglaterra, observando as variadas ramificações do cooperativismo surgidas e visando contemplar o maior número possível de tipos de cooperativas, foram aprovados os novos “Princípios básicos do cooperativismo”, que, mantendo-se fiéis aos valores democráticos e igualitários defendidos pelos pioneiros de Rochdale, norteiam o movimento em todos os países (Portal do Cooperativismo Financeiro).

Como pode-se observar foi em meio a um ambiente de complexidade que as ideias cooperativistas se fixaram e os progressos das técnicas industriais e decréscimo da atividade artesanal, iniciou-se a exploração da mão-de-obra, o cooperativismo aparece como uma maneira de atenuar os traumas econômicos e sociais que essas mudanças submeteram os homens na época.

8.2 Conceitos do Cooperativismo

Ainda segundo Bialoskorski Neto (2006, p.21):

Aponta que o cooperativismo e as formas de cooperação são algo de muito antigo na história da humanidade. Há registros sobre a cooperação e a associação solidária desde a Pré-História da civilização, em tribos indígenas ou em antigas civilizações como os Babilônicos.

De acordo com Santos e Ceballos (2006, p. 1145):

O sistema cooperativista é um empreendimento socioeconômico poderoso contra a exclusão social, é uma solução potencial frente ao desemprego, seja de agricultores rurais, artesões ou de qualquer pessoa que se una a outras para obter maiores benefícios na busca de uma forma de estar novamente ativa no mercado. Hoje, a atuação do sistema cooperativista pode ser verificada em vários setores da economia, como por exemplo: cooperativas de consumo, agropecuária, crédito, produção, trabalho educacional e de habitação.

O cooperativismo como conhecido atualmente, teve origem na revolução industrial, na Inglaterra no século de XVIII, tempo em que a mão de obra operária teve uma grande perda de poder de troca, neste período o salário era baixo e jornada de trabalho era longa, fora as péssimas condições de trabalho, o que acarretou grandes dificuldades econômicas da população (SALES,2010).

Diante de uma proeminente crise apareceram entre a classe operária representantes, que criaram organizações com caráter social, porém, a experiência não trouxe resultado positivo. Sempre houveram pessoas que, não se conformavam com a comunidade onde viviam, almejavam organizar uma sociedade ideal, onde a

justiça fosse mais forte, exterminando as divergências econômicas e implantando o bem-estar coletivo.

Sales (2010, p. 27) aponta alguns meios de expressão desse sentimento e os primeiros cooperativistas:

Podem ser citadas as obras de Platão “A república”, a de Tomas Morus (1470 – 1535) “Utopia”, a “Cidade do Sol”, de Tomás Campanella (1568 – 1639) e “A Nova Atlântida”, de Francis Bacon (1561 – 1626). Todos eles tiveram, com sua ideologia, influência direta ou indireta no surgimento do Cooperativismo. Os primeiros cooperativistas, Robert Owen (1772 – 1858), Charles Fourier (1772 – 1837), Philippe Joseph Benjamins Buchez (1796-1865) e Louis Blanc (1812-1882), caracterizam-se, tal como os socialistas por sua indignação diante das desigualdades sociais causadas pelo capitalismo.

Ainda segundo Sales (2010, p. 27):

O pensamento de Owen era de que o homem é resultado de seu meio social; para modificá-lo seria necessário modificar o meio social mas, de forma pacífica, gradual e moderada, a fim de que nenhuma parte do corpo político nem do indivíduo sofresse com a mudança. Suas principais ações baseavam-se em: combater o lucro e a concorrência, por considerá-las os principais responsáveis pelos males e injustiças; combater a divisão social entre operários e patrões, pois considerava que toda a produção devia ser dos trabalhadores; criou medidas de assistência social aos funcionários de sua fábrica de fios de algodão em New Lanarck na Escócia.

Os conceitos expostos por Fourier sobre a estrutura da produção e organização social do trabalho, vão de encontro com as ideias liberais mais agressivamente que Owen. Sendo assim Pinto (2009) afirma que:

O pensamento do socialismo utópico encontrado em François Marie Charles Fourier representa mais uma expressão em defesa das liberdades individuais, organização dos trabalhadores, combate ao lucro e a concorrência. Foi contemporâneo de Robert Owen, a quem critica em suas abordagens, chegando a taxar as associações owenianas de fanáticas e desprezíveis. As obras de Fourier contemporizam princípios teóricos e

doutrinários de liberdade, do associativismo universal e voluntário, chegando a criar as organizações falansteristas.

Enquanto que Philippe Joseph¹ argumenta que a associação cooperativa dos trabalhadores por classe profissional de forma pacífica e sem injustiças, para que eles se tornassem produtores livres, e com isso, conseguir empréstimos em comum, para garantir rendimentos iguais a todos.

As principais características da associação cooperativa defendida por Buchez eram: sustentação financeira sem auxílio do estado; a dupla função aos associados de empresários e empregados; retorno das sobras proporcionais ao trabalho; a indivisibilidade e inalienabilidade do capital social da cooperativa (SALES, 2010, p.28).

Louis Blanc² com maior desenvoltura, faz parte da corrente dos socialistas e defende a intervenção do estado no sistema associativista.

O modelo associativista, defendido por Blanc, apresenta traços diferentes dos propostos por Owen e Fourier. O sistema de “oficina social” possibilita o desenvolvimento dos trabalhadores, fortalecendo estruturas capazes de combater com firmeza a livre concorrência. Segundo tal modelo, a produção seria feita em oficinas especializadas e essa especialização se daria de acordo com as necessidades. Esperava-se, com isso, obter maior produtividade do trabalho mediante o uso de técnicas concentradas da produção. O resultado obtido pelo trabalho seria dividido entre os trabalhadores igualmente, independente da capacidade de que fosse dotado cada um deles (PINTO, 2009, p.67).

¹ Philippe Joseph Benjamin Buchez , nascido em 31 de março de 1796 em Matagne-la-Petite e faleceu em Novembro de agosto de 1865 em Rodez , foi um político , historiador e sociólogo de Saint - Simonian francês , promotor de cooperativas e fundador do jornal L ' Atelier.

² Louis Blanc, de batismo Louis Jean Joseph Charles Blanc (Madrid, 29 de Outubro de 1811 — Cannes, 6 de Dezembro de 1882) foi um socialista francês. Teve importante participação na Revolução de 1848, quando suas idéias foram colocadas em prática devido à associação entre liberais e socialistas, na tentativa de derrubar a monarquia.

9 MATERIAIS E MÉTODOS

9.1 Universo da pesquisa

A pesquisa foi realizada com a administração da COAPA situada na cidade de Pedro Afonso – TO.

9.2 Técnica de amostragem

O estudo foi composto pelos administradores da COAPA.

9.3 Procedimentos Metodológicos

Segundo Gil (2001) o presente trabalho se caracteriza como descritivo, qualitativo e, como estudo de casos. Estudos de casos segundo Yin (2005), é um método utilizado comumente quando se pretende responder questões do tipo “como” e “por que”, há no mínimo controle sobre os eventos por parte do pesquisador, e o foco da análise é um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto de vida real.

Segundo Brodbeck (2011, p.10) as principais vantagens da pesquisa qualitativa são: amostras reduzidas de entrevistados, coleta de dados estruturada, análise de dados analítica e que permite o desenvolvimento sobre a realidade inicial e parcial do estudo.

Primeiramente realizou-se uma revisão de literatura para fundamentar teoricamente as proposições apresentadas através da pesquisa bibliográfica, documental e trabalho de campo por meio da coleta de dados. A revisão serviu de subsídio para a elaboração de um roteiro para a entrevista que foi utilizado na coleta de dados.

Neste estudo destacou-se o desenvolvimento da cadeia de comercialização da soja e sua evolução nos aspectos econômicos e sociais ao longo do tempo na área de abrangência da COAPA, abordando a relação que o planejamento e controle da gestão tiveram com o mesmo.

A entrevista foi considerada o método de coleta de informações mais adequado aos objetivos deste estudo, pois esta técnica permite a captação imediata e corrente da informação desejada.

Constituiu-se como objeto de estudo deste trabalho a Cooperativa Agroindustrial do Tocantins – COAPA.

O estudo de caso vem sendo o procedimento metodológico mais utilizado nas publicações concretizadas. Este fato denota a preocupação dos pesquisadores com as questões costumeiras das empresas, ato que pode colaborar para o aprimoramento da teoria. Isso porque na realidade é possível que alguns conceitos e teorias sejam contextualizadas em razão da diversidade envolvidas no cenário onde estão introduzidas as organizações.

9.4 Levantamento dos dados e atores envolvidos

Em relação a cooperativa estudada, a abordagem foi realizada através de pesquisa semiestruturadas, voltadas para uma amostra de gestores da cooperativa, visando compreender as estratégias adotadas para a manutenção e crescimento da cooperativa na comercialização de grãos e no desenvolvimento dos seus cooperados. Para tal, segundo Ferrão (2003), afirma que uma entrevista deve ser realizada frente a frente entre entrevistado e entrevistador, de forma sistemática e metódica, onde é possível analisar as respostas por meio do diálogo realizado e análise de gestos, reações e atitudes do entrevistado.

A análise dos resultados ocorreu de forma qualitativa.

9.5 Campo e sujeito da pesquisa

A pesquisa realizada concentrou-se no estudo dos aspectos socioeconômicos advindos da implantação da referida cooperativa e análise dos seus canais de comercialização. A referida cooperativa, hoje, é a única cooperativa agroindustrial do estado do Tocantins.

Para se estudar a situação da cooperativa, realizou-se uma entrevista com o presidente da cooperativa, com o gerente comercial, responsável pela comercialização da produção, há 14 anos na cooperativa ocupando essa função e com a agente de desenvolvimento humano e cooperativista (representante da diretoria de desenvolvimento).

10 ANÁLISE DE RESULTADOS

Para a interpretação dos resultados buscou-se embasamento na fundamentação teórica de estudos já publicados sobre o assunto estudado e em seguida, através de entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores da cooperativa, Cooperativa Agroindustrial do Tocantins – COAPA, analisou-se a COAPA, sua importância para a região onde atua, a evolução do setor da sojicultura na região de atuação e os métodos de comercialização utilizados.

Por meio dos dados coletados e analisados durante as entrevistas que foram realizadas, buscou-se alcançar ao objetivo geral e específicos deste trabalho, sendo o objetivo geral deste estudo analisar os impactos socioeconômicos da implantação da COAPA na sua região de atuação e seus principais canais de comercialização.

10.1 A Cooperativa Agroindustrial DO Tocantins

A Cooperativa Agroindustrial do Tocantins – COAPA, com sede no município de Pedro Afonso – TO, região Norte do Estado, possui 28 anos de atuação no ramo do cooperativismo, tendo sua fundação em 27 de junho de 1988, da necessidade de organização dos produtores integrantes do Programa de cooperação Nipo-Brasileira para o Desenvolvimento do Cerrado - PROCEDER III (COAPA, 2016).

De acordo com Rodrigues et al. (2009) O PROCEDER III foi criado em 1975, este beneficiou, principalmente, médios e grandes produtores, no período em que vigorou (até 1982). Neste período, foram aprovados 3.373 projetos, em um montante de recursos equivalente a 577 milhões de dólares. Dos beneficiários, 81% operavam áreas de mais de 200 hectares, que absorveram 88% do crédito oferecido.

Silva (2010) afirma que:

No Tocantins, o projeto iniciou-se em 1996 na região de Pedro Afonso, numa área de 40 mil hectares. A Jica era o agente financeiro, que cobrava juros de 2,7% ao ano aos 40 produtores selecionados para uma área de 20 mil hectares, já que a outra metade se destinava a reserva ambiental. O tamanho dos lotes correspondia mais ou menos 875 hectares. A área plantada era em torno de 480 hectares. A cooperativa responsável pelo projeto era a

COOPERSAN (Cooperativa Agropecuária Mista de São João Ltda), que passou pela avaliação da CAMPO, Ministério da Agricultura e Banco do Brasil. Todavia, as dificuldades financeiras da cooperativa levaram-na à liquidação, deixando os produtores e as instituições envolvidas no projeto em alerta. Diante deste cenário, os produtores organizaram uma associação para cuidar de seus interesses. Surge, então, a COAPA- Cooperativa Agropecuária de Pedro Afonso, em 1998. Em linhas gerais, a CAMPO coordenava o projeto, a COAPA garantia a sua execução e o Banco do Brasil viabilizava o repasse de recursos financeiros. Hoje em dia a CAMPO só realiza acompanhamento e se localiza na sede da COAPA.

Segundo o Presidente da COAPA, a Cooperativa surgiu da necessidade dos produtores de terem um armazém para receber seus produtos (soja) e comercializar.

Através de ação de campo foi conseguido apoio técnico e financeiro da Agência de Cooperação Internacional do Japão – JICA, que viabilizou a contratação da empresa ARA & Consultores Associados para executar um trabalho de estruturação organizacional da COAPA, trabalho este que se iniciou em 2000.

O Governo do Estado declarou através de um decreto a estrutura de armazenagem de grãos existente em Pedro Afonso e que atendia os produtores de grãos como sendo de utilidade pública, para fins de desapropriação. Depois de emitido o termo de posse, em abril de 2000, a COAPA passou a administrar e operacional a estrutura.

A Cooperativa conta atualmente com 204 cooperados na região de Pedro Afonso e, em 14 municípios do estado do Tocantins, sendo eles: Bom Jesus do Tocantins, Tupirama, Rio Sono, Guaraí, Fortaleza do Tabocão, Miracema, Santa Maria, Tocantínia, Itacajá, Itupiratins, Goiatins, Recursolândia e Centenário e com 60 colaboradores distribuídos nas unidades técnica, agro veterinária, operacional, comercial e administrativa, enquanto que no ano de 2009 a cooperativa contava com 87 cooperados e atendia produtores não associados, o que denota que a cooperativa vem promovendo desenvolvimento e atraindo novos sócios.

A COAPA ainda dispõe de uma série de outras atividades e serviços relacionados a cadeia do agronegócio no qual se encontra inserida, tais como: agricultura, especificamente grãos(soja, milho e sorgo), fruticultura, viveiro de mudas, laticínio, captação de leite, comercialização de defensivos agrícolas, comercialização

de sementes, comercialização de adubos e produtos agro veterinários em geral, assistência técnica, atendimento a associações do Programa Nacional de Crédito Fundiário, assistência técnica extensionista a pequenos produtores, agricultura familiar e para produtores de soja e outros grãos.

A Cooperativa mantém ainda parcerias com Campo (promoção de negócios na atividade Integração Lavoura-Pecuária), com a Embrapa (Projeto Reniva e PIF-Abacaxi), e parcerias estratégicas em áreas de interesse dos cooperados, com o Ruraltins, Adapec, inPEV, Seagro, OCB/SESCOOP, Sebrae, Sindicato Rural de Pedro Afonso e Região, outros órgãos estaduais, municipais e federais, além de empresas do ramo de commodities e agrobusiness.

A principal área de atuação da cooperativa está na comercialização e recepção das cadeias produtivas de: soja, milho e sorgo, dos seus cooperados, assim como na comercialização de insumos, defensivos e fertilizantes.

10.2 A Cooperativa e sua importância para a região de atuação

A atuação da cooperativa na região onde atua é de fundamental importância, especialmente nos pequenos, uma vez que além de contribuir de maneira relevante para a agricultura por meio dos seus produtos e serviços, em grande parte desses municípios a cooperativa é a maior geradora de empregos e pagadora de impostos aos entes públicos.

De acordo com o presidente, a cooperativa não produz, e seus cooperados abrangem uma área de 80.000 ha de produção de soja distribuído nos 14 municípios que a cooperativa abrange.

Ainda segundo o presidente, a cooperativa coopera de diversas formas para os cooperados e para a economia, sendo as principais: aumento de renda do quadro social, assistência técnica aos cooperados, disponibilidade de cursos e atualizações aos cooperados e familiares dos mesmos, parcerias com empresas e governo, arrecadação de impostos, geração de empregos, etc.

Existe um departamento de assistência técnica, complementa o presidente: O departamento é composto por 03 engenheiros agrônomos e a cooperativa é constantemente aberta para a palestras e eventos que capacitam os produtores e familiares para realização de atividades que estão enquadradas na cadeia produtiva e no desenvolvimento social (presidente).

Existe ainda a unidade agro veterinária que foi inaugurada em 2010, e atende à demanda dos cooperados oferecendo produtos necessários a viabilização do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF, o Fundo Constitucional de Financiamento do Norte- FNO, entre outros, prestando assistência técnica especializada com: veterinário, zootecnista, engenheiro agrônomo e técnicos agrícolas.

Ainda segundo dados a COAPA, a cooperativa tem investido em cursos de capacitação para jovens cooperativistas, palestras ministradas pelo próprio presidente da cooperativa, participação em exposições agropecuárias, etc.

Segundo o presidente: a COAPA tem investido em ações de pequeno e grande porte, tem atuado também no recolhimento de materiais e realizou a certificação da unidade armazenadora como armazém geral junto a CONAB.

O presidente explicou que as atividades da cooperativa têm se concentrado na armazenagem de grãos e comercialização de insumos produtivos.

Com relação a relevância econômica da COAPA no tocante das atividades iniciais de plantio de grãos no Tocantins, o gerente comercial considera que a cooperativa tem grande relevância, assim como a agente de desenvolvimento humano e cooperativista. Isso mostra que a cooperativa tem grande importância na viabilização do início da plantação.

Moreira et. al (2012) afirma que:

No Brasil as cooperativas agroindustriais possuem uma alta representatividade e participação na produção e comercialização de produtos agropecuários. Elas absorvem grande parte da produção agropecuária e influenciam decisões de produção e comercialização. As cooperativas participam com 41,53% da receita total gerada no agronegócio e os estabelecimentos que estão associados a alguma cooperativa apresentam rentabilidade maior que a média nacional: Brasil – R\$ 123/ha; não cooperados – R\$ 92/ha; cooperados – R\$ 237/ha. A participação das cooperativas na produção de alguns itens também é representativa: milho – 17%; café – 28%; soja – 30%; suínos – 32%; algodão – 39%; leite – 40%; trigo – 62% (OCB, 2007). A participação das cooperativas no agronegócio posiciona estas organizações como importantes *players* do setor e, por conta disso, as cooperativas e suas especificidades não devem ser ignoradas em

estudos que visam melhorias na gestão do agronegócio, sobretudo se o interesse for relacionado à eficiência econômica.

Já em relação a importância da cooperativa na viabilização das atividades iniciais de plantio de grãos em Pedro Afonso o gerente comercial considera que a COAPA tem grande relevância, pensamento que vai de encontro com o da agente de desenvolvimento humano e cooperativista

O cooperativismo é um tipo de entidade social que proporciona a minimização de esforços individuais para a obtenção dos objetivos comuns a uma determinada comunidade, a sua importância se caracteriza, especialmente, na capacidade de integração e formação cidadã e em seu perfil contrário a concentração de renda, já que se traduz na maior parte dos casos, na organização de grupos, que suas atividades conjuntas, procuram poder de barganha em um mercado onde as grandes organizações dominam. (DEBOÇA & OLIVEIRA, 2002).

O entrevistado considerou seu nível de influência de relacionamento com os demais cooperados no desenvolvimento de cada um como de grande influência, já que tem acompanhado todas as fases da produção, colheita e comercialização desses produtos.

Isto vai de encontro com o pensamento de Mailhiot (1976, p. 66), enfatiza que a “produtividade de um grupo e sua eficiência estão estreitamente relacionadas não somente com a competência de seus membros, mas, sobretudo com a solidariedade de suas relações interpessoais”.

Quanto a atual situação financeira da cooperativa o gerente comercial, entende que está boa, pois mesmo com a redução da produção de grãos por causa da estiagem, novos produtores vindos de outras regiões do país, como o Sul por exemplo, têm procurado investir na região abrangida pela cooperativa. Estes tem procurado a COAPA para se associar e tornar-se cooperado, com o objetivo de garantir assistência técnica de qualidade, e benefícios na hora da compra de insumos.

A agente de desenvolvimento humano e cooperativista considera que a cooperativa esteja em ótima situação financeira, essa divergência de opiniões quanto a atual realidade econômica da COAPA, pode ter acontecido pois o gerente comercial e a agente de desenvolvimento humano e cooperativista, estão em lados distintos da cooperativa, enquanto o gerente comercial atua diretamente na comercialização e recepção dos grãos na parte comercial, a agente de desenvolvimento humano

e cooperativista está ligado ao setor de desenvolvimento humano e cooperativismo e com o lado social. Desta maneira podemos entender que a agente considere que a cooperativa esteja em ótima condição financeira por estar satisfeito com a situação social da mesma.

10.3 Evolução da sojicultura no estado do Tocantins

O estado do Tocantins tem se destacado na produção de soja, a área plantada e a produtividade do grão teve grande incremento.

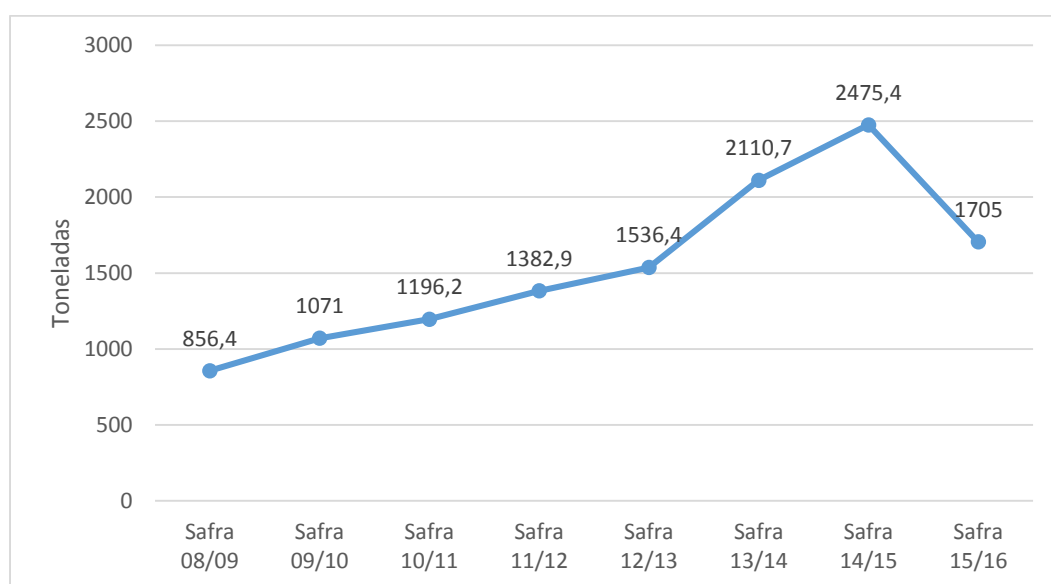
Nota-se no gráfico nº 1 que na safra 08/09 o estado produziu apenas 856,4 mil toneladas de soja, o que representou cerca de 1,48% da produção do país, pode-se observar ainda no gráfico nº 1 que gradativamente o estado tem aumentado a produção de soja.

Na safra 09/10 o estado produziu 1.071 mil toneladas de grãos o que representa um aumento de mais de 20% em relação à safra anterior, esse aumento se deu pelo aumento no tamanho da área de cultivo dessa *commoditie* que passou de 314,13 para 364,90 mil hectares. Já na safra 10/11 a produção foi de 1.196,20 mil toneladas de soja, um aumento de 10,45% se comparado a safra 09/10, esse aumento também ocorreu pelo aumento na área de produção da soja que foi para 404,37 mil hectares, na safra 11/12 a produção continuou em crescimento atingindo a marca de 1.382,9 mil toneladas, o que representa um aumento de 13,46% em comparação a safra do ano anterior, ainda mantendo a evolução da produção, na safra 12/13 o Tocantins produziu 1.536,4 mil toneladas de soja, um crescimento de pouco mais de 10% quando comparado a safra 11/12, a safra 13/14 apresenta uma taxa de crescimento 2 vezes maior que a taxa de crescimento da safra anterior, passando de 10 para 27,20%, nesta safra o estado produziu 2.110,7 mil toneladas de soja, este aumento está relacionado ao tamanho da área de produção que constantemente tem aumentado, apresentado uma taxa de crescimento de 26,67% em relação ao tamanho da área de produção da safra anterior, na safra 14/15 a produção foi de 2.475,4 mil toneladas de soja, o que representa um aumento de 14,74% em relação ao ano anterior, apesar das chuvas irregulares terem afetado a produção, o estado conseguiu manter crescimento, já na safra 2015/2016 o estado teve um decréscimo de 45,16% em relação à safra anterior tanto na produção quanto na produtividade, fato este que está diretamente relacionado às condições climáticas durante o período de produção,

já que o período foi de escassez de chuvas e de temperaturas mais altas do que o normal para a região. Alguns produtores não conseguiram se quer fazer a colheita e os prejuízos foram grandes já que muitos produtores tinham contratos de comercialização, mas não conseguiram entregar o produto.

Diante dos fatos pode-se afirmar que o estado tem tido um grande crescimento em relação a produção de soja, apostando em tecnologia, e atraindo produtores de outras regiões.

Gráfico 1. Evolução da produção da soja no estado do Tocantins

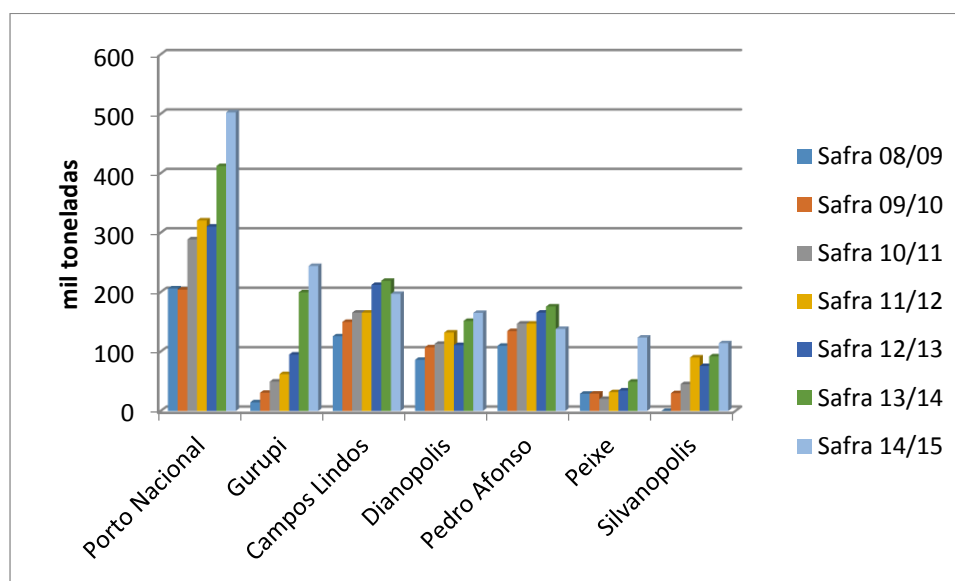


Fonte: Elaborado pelo autor (2016) dados CONAB

O município de Pedro Afonso está na 5ª posição entre os 7 principais municípios produtores de soja do estado do Tocantins.

Na safra 14/15 o município produziu 138.000 mil toneladas de soja, ficando atrás de Porto Nacional que ocupa a 1ª posição, Gurupi 2ª, Campos Lindos 3ª e Dianópolis 4ª, com produção de 502,35, 243,88, 197,10 e 165 mil toneladas de soja respectivamente (Gráfico 2).

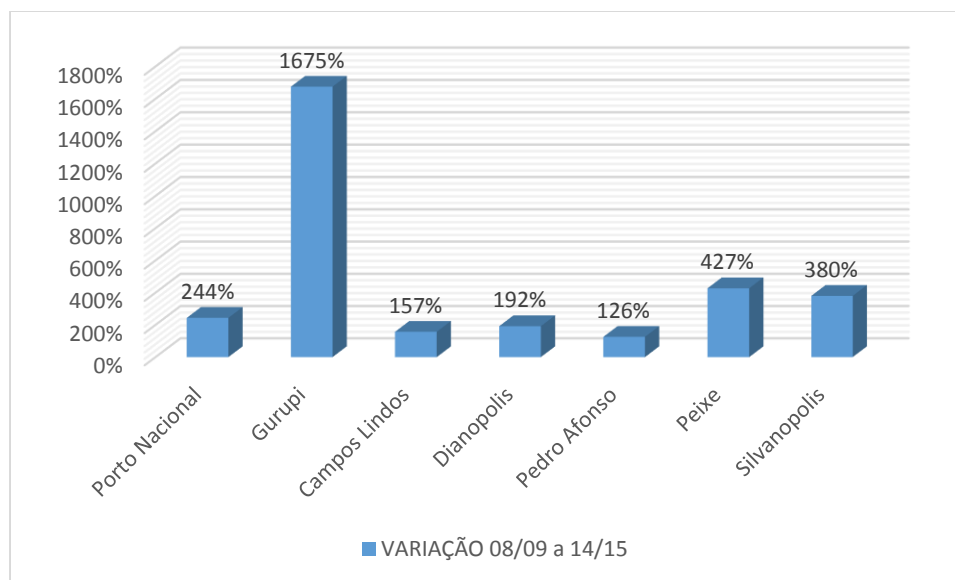
Gráfico 2. Evolução da produção de soja nos 7 principais municípios produtores de soja no Tocantins



Fonte: elaborado pelo autor. Dados CONAB (2016)

Analisou-se a taxa de variação da produção dos principais municípios produtores de soja do estado (gráfico 3), verificou-se que o município que apresentou maior variação entre as safras de 08/09 a 14/15 foi Gurupi, que apresentou crescimento de 1675%, percentual este devido ao aumento da área de produção que passou de 5,20 para 75,04 mil hectares de soja.

Em segundo lugar aparece o município de Peixe com variação de 427%, seguido de Silvanópolis (380%), Porto Nacional (244%), Dianópolis (192%), Campos Lindos (157%) e em última posição aparece Pedro Afonso com o crescimento de 126% na produção desse grão. Todos estes municípios apresentaram crescimento no tamanho da área de produção, isso explica a variação encontrada.

Gráfico 3. Evolução da produção da soja no estado do Tocantins

Fonte: elaborado pelo autor. Dados CONAB (2016)

Acompanhando a evolução da produção da soja no estado do Tocantins, o município de Pedro Afonso tem apresentado um índice positivo na produção de soja (Gráfico 4).

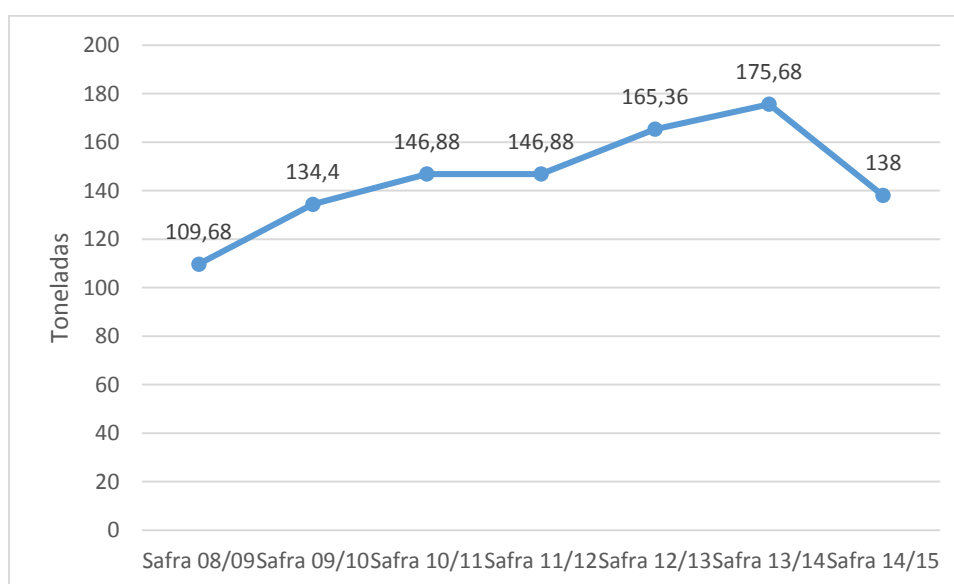
Na safra de 08/09 o município produziu 109,68 mil toneladas de soja, o que representava 12,74% da produção total do estado do Tocantins, na safra 09/10 Pedro Afonso apresentou um crescimento de 18,3%, essa taxa de crescimento é próxima a taxa de crescimento do estado que foi de 20% na mesma época, se comparado a safra anterior. A safra 10/11 foi de 146,88 mil toneladas do grão, crescimento de 8,24% em relação à safra 09/10, ficando bem próximo do crescimento do estado na mesma época.

A safra 11/12 não apresentou evolução apresentando a mesma quantidade de soja produzida na safra anterior de 146,88 mil toneladas. A produção da safra 12/13 voltou a apresentar evolução, com uma taxa de crescimento de 11,48% em relação à safra passado que não havia apresentado avanço, enquanto que a produção do estado no mesmo período teve aumento de 10%, o que mostra que a região de Pedro Afonso conseguiu acompanhar e melhorar a produção em relação ao estado, a produção foi de 165,36 mil toneladas.

Na safra 13/14 a cidade apresentou evolução de apenas 5,73%, produção de 175,68 mil toneladas, este crescimento se comparado a taxa de crescimento do estado é pequeno, já que na mesma época o estado aumentou em 27,20%, mais do

que o dobro em relação à safra anterior e na safra 14/15 a produção sofreu uma queda de 21,17% em relação à safra anterior, o que explica essa queda é o tamanho da área de produção de soja que na safra 13/14 era de 61 mil hectares e passou para 46 mil, a estiagem também pode ter influenciado já que muitos produtores começaram a ficar receosos em investir na produção dessa oleaginosa, ocupando o espaço que antes era ocupado pela soja por sorgo que requer menos tecnologias e tem menor custo de produção.

Gráfico 4. Evolução da produção de soja no município de Pedro Afonso



Fonte: Elaborado pelo autor. Dados CONAB (2016)

10.4 Produção recebida e soja comercializada pela COAPA

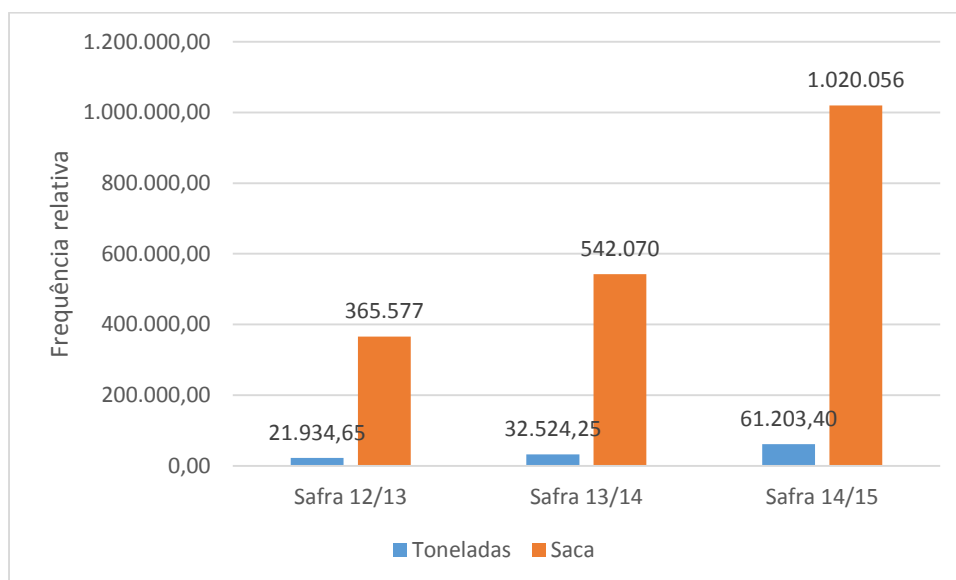
Ainda de acordo com o gerente comercial, a cooperativa tem concentrado suas atividades na armazenagem e comercialização de grãos.

A agente de desenvolvimento humano e cooperativista aponta que nos últimos 15 anos a cooperativa comercializou 739.770 toneladas de soja. Segundo o gerente comercial, a cooperativa comercializou um total de 115.662,299 toneladas de soja, sendo que em sacas de 60 kg esse número é de 1.927.704, dividido em 3 safras, 12/13, 13/14 e 14/15 conforme mostra o gráfico 5. Observou-se que a quantidade de soja comercializada pela COAPA teve um aumento de 48,27% na safra 13/14 se relacionada com a safra 12/13 e ao analisar-se o crescimento da safra 14/15 deparou-se com um crescimento de 72,28%, estes dados denotam que a cooperativa tem

conseguido influenciar no crescimento da produção e produtividade dos seus cooperados, através dos serviços prestados como: assistência técnica especializada, comercialização de insumos entre outros e também tem conseguido captar e comercializar essa produção.

Considerando como base o desenvolvimento regional para avaliar as potencialidades da região de atuação da cooperativa, Moraes (2008) salienta que do ponto de vista econômico, as ações desenvolvidas pelas cooperativas devem ter como objetivo a implantação de estratégias de integração competitiva no mercado mundial.

Gráfico 5. Quantidade de soja comercializada pela COAPA nas últimas 3 safras.



Fonte: elaborado pelo autor (2016)

O gerente comercial informou que a capacidade estática do silo da cooperativa é de 60.000 toneladas de grãos a granel (imagem 1), porém é comum que a cooperativa comercialize mais do que a capacidade de armazenamento, já que está sempre recebendo e despachando os grãos recebidos no armazém.

Imagem 1. Silo de armazenamento de grãos da COAPA

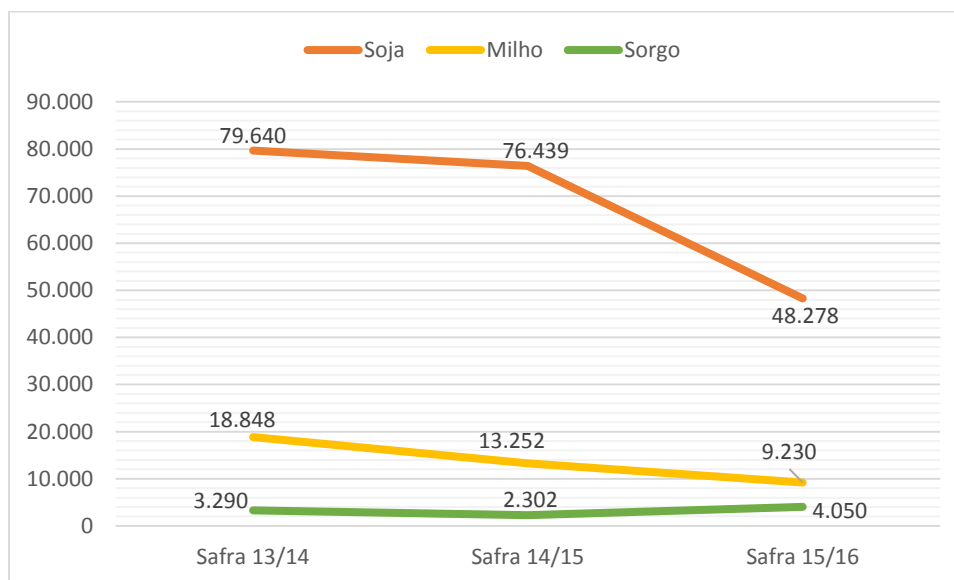


Fonte: Ascom COAPA (2014)

Pode-se verificar que a quantidade de soja que é recebida e armazenada no armazém da COAPA tem tido uma constante queda desde a safra 14/15 se comparada a safra anterior 12/13, a queda foi pequena de apenas 4,02%, já na safra 15/16 verifica-se que a queda teve um aumento significativo de 36,84% em relação à safra anterior conforme mostra o gráfico 6, esta queda ocorreu pelo fato de que a partir do início do ano de 2015 a COAPA parou de receber soja de produtores não cooperados, passando a atender exclusivamente os produtores associados a cooperativa, há também o fato de que a estiagem desse ano na região abrangida pela COAPA foi muito grande, afetando a produção de grãos principalmente a de soja, já que em algumas regiões os produtores não conseguiram nem pagar o custo da produção.

Geralmente os produtores tem problema com excesso de chuva, no entanto este ano a produção de soja foi prejudicada pela falta da mesma.

Gráfico 6. Números de grãos recebidos e armazenados no armazém da COAPA nas safras 13/14, 14/15 e 15/16 em toneladas.



Fonte: elaborado pelo autor (2016)

Ainda conforme o gráfico 6, verifica-se também que o recebimento da cultura do milho tem diminuído ao longo das 3 últimas safras, tendo uma queda de 29,69% na safra 14/15 quando comparada a safra 13/14, e 30,35% se comparada a safra 15/16 com a 14/15, essa redução de recebimento do milho no armazém da cooperativa se deu pelo medo dos produtores em relação a estiagem, para não ter prejuízos maiores, grande parte dos produtores diminuiu a área plantada de milho e aumentou a de sorgo, já que o mesmo não necessita de tantas tecnologias e não tem o custo grande que o milho tem no início da produção, a estiagem também prejudicou a safra de milho.

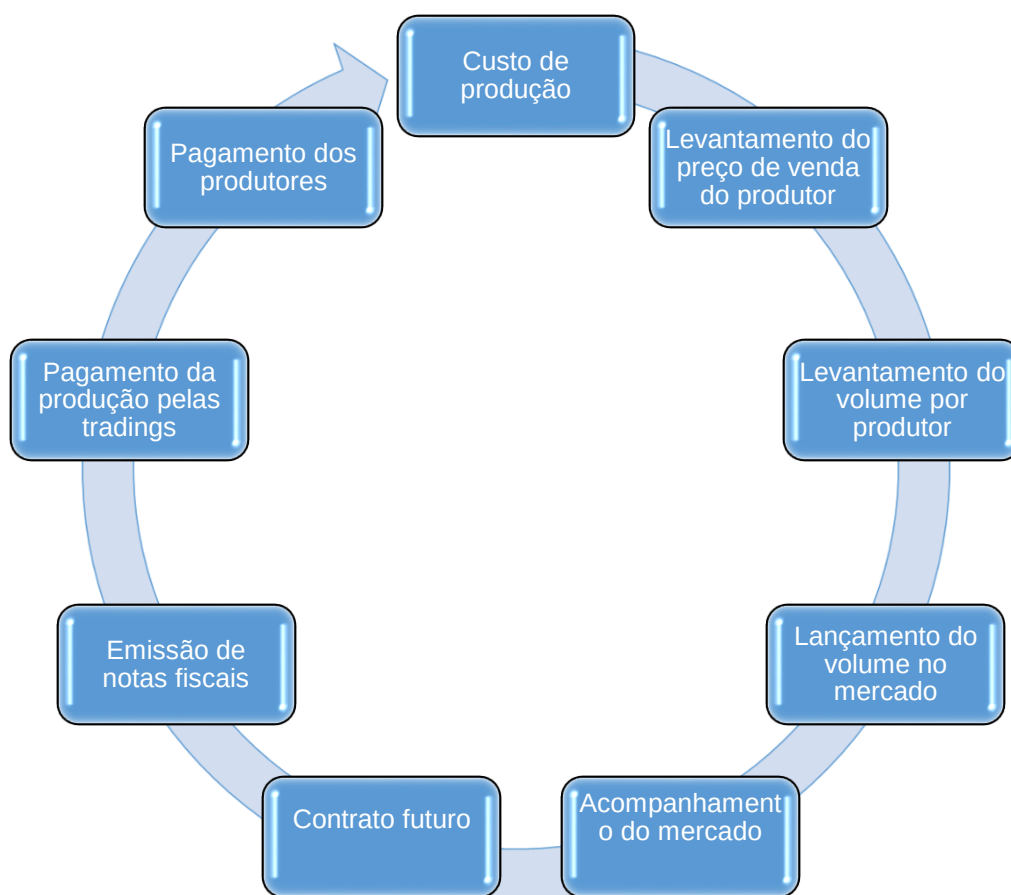
O sorgo apresentou uma queda da produção e consequentemente no armazenamento na cooperativa, na safra 13/14 a cooperativa recebeu 3.290 toneladas de sorgo enquanto que na safra 14/15 foram recebidos 2.302 toneladas de sorgo, uma queda de 30,03% no recebimento deste grão, já na safra 15/16 a cooperativa recebeu 4.050 toneladas, um crescimento de 75,93% em relação à safra anterior, este aumento ocorreu pelo aumento da área de produção do sorgo que ocupou uma parte da área que antes era utilizada na produção de milho e soja, pelo risco da estiagem e por ser uma cultura que não tem altos custos para produzir e não exigir alta tecnologia.

Observou-se nos gráficos 5 e 6 a grande diferença entre o número de soja recepcionados pela cooperativa e o número comercializado, essa gritante diferença resulta do fato de que o cooperado tem livre escolha de como irá comercializar sua produção, podendo vender diretamente para as tradings, no mercado a vista.

Quanto ao uso do armazém o produtor cooperado paga uma taxa de R\$ 25,00 reais por tonelada de soja enquanto que o produtor não cooperado paga R\$ 29,00 reais, essa taxa custa em torno de 15% a mais para o produtor (gerente comercial).

O armazém da COAPA é certificado como armazém geral pela CONAB .

10.5 Comercialização da Soja



Fonte: Elaborado pelo autor

Segundo o gerente comercial a comercialização da soja ocorre em etapas, sendo elas:

Custo de produção: nesta etapa o responsável pela comercialização junto com o produtor faz o levantamento de todo o custo que o produtor teve para produzir a soja por hectare, esse custo é calculado usando como base uso de defensivos agrícolas, fertilizantes e insumo básicos. O custo de produção da safra 14/15 foi de R\$ 1.600,00 reais aproximadamente de acordo com o entrevistado B.

Levantamento do volume de soja por produtor: o setor responsável realiza o levantamento da intenção de venda do produtor, ou seja, qual o preço que o produtor tem interesse em vender a produção;

Levantamento do volume por produtor: a cooperativa faz o levantamento da quantidade de soja que cada produtor tem disponível para comercialização;

Lançamento do volume no mercado: o volume é lançado no mercado;

Acompanhamento do mercado: o acompanhamento do mercado é feito até a fixação do melhor preço para o produtor, esse acompanhamento em outras regiões geralmente é feito por corretoras especializadas em acompanhamento de mercado, porém a COAPA faz o acompanhamento através do seu gerente comercial.

Contrato futuro: os contratos futuros são firmados;

Emissão de nota fiscal: a cooperativa emite as notas fiscais para repassar para as tradings.

Pagamento da produção pelas tradings: o pagamento da produção é realizado pelas tradings para a cooperativa.

Pagamento dos cooperados: o pagamento é feito para os cooperados de acordo com a produção de cada cooperado.

Ainda de acordo com o gerente comercial a cooperativa tem comercializado a produção para as tradings que atuam na região, atualmente as 4 principais tradings são: Bunge, Cargill, Algar e Multigrain, quando a venda é realizada para estas empresas as mesmas são responsáveis por buscar a soja no armazém da COAPA. Geralmente a cooperativa escalona cerca de 10 a 15% da produção para fixação de preço, na safra 15/16 cerca de 30% da safra foi vendida no mercado futuro trazendo um maior percentual de lucro para os produtores. No dia 28 de junho a cooperativa conseguiu fixar o preço de R\$ 75,00 reais por saca (60kg), enquanto que no dia da entrevista 10 de agosto o preço da saca (60kg) estava de R\$ 68,00 reais.

A agente de desenvolvimento humano e cooperativista afirma que os produtores fecham pacotes com a cooperativa para que quando a cooperativa conseguir o melhor preço venda seu produto.

Ao serem questionados sobre quais os principais problemas que afligem o negócio da soja o gerente comercial e a agente de desenvolvimento humano e cooperativista concordaram que a expectativa futura de mercado, o crédito de pré-custeio, o excesso e a falta de chuva são os problemas mais recorrentes.

Segundo o gerente comercial a expectativa futura de mercado tem sido um dos grandes problemas que atinge o mercado da soja já que o mesmo tem passado por grandes oscilações deixando os produtores receosos. Os bancos por causa da crise do país reduziram em 70% a liberação de crédito de custeio, o que tem prejudicado diretamente os produtores que necessitam do mesmo para a aquisição de insumos para o início do plantio do grão.

O excesso de chuva foi problema para a produção da soja nas últimas safras, porém na safra 15/16 o grande problema foi a estiagem que prejudicou enormemente a produção dessa *commoditie*.

O gerente comercial apontou ainda o câmbio como fator que tem atrapalhado a produção, já que a soja é uma *commoditie* e sofre influencia diretamente da variação do câmbio.

Ao ser questionados se para se prevenir dos riscos de elevação nos preços dos insumos faz-se alguma operação de cobertura em bolsa ou em contratos a termo (tais como hedge) gerente comercial e a agente de desenvolvimento humano e cooperativista afirmaram que não, não utilizam nenhum desses tipos de contrato para proteção de preços.

11 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como desafio identificar a dinâmica de organização-produção e o mercado apropriado para a comercialização dos produto da COAPA.

Identificar e analisar o processo de implantação e evolução do setor da sojicultora na região de abrangência da COAPA: após a implantação do programa PROCEDER III, iniciou-se o processo de colonização de Pedro Afonso, onde os produtores haviam se organizado em uma associação. A cooperativa que havia sido selecionada para executar o processo a COOPERSAN – Cooperativa Agropecuária Mista de São João Ltda. passou por sérias dificuldades financeiras

durante o projeto entrando em fase de liquidação, o que deixou os produtores e as instituições financeiras envolvidas com sérias dificuldades.

A partir daí os produtores que estavam organizados em uma associação se uniram e formaram a Cooperativa Agroindustrial do Tocantins – COAPA. A estruturação organizacional da COAPA foi feita por uma empresa de consultores associados, com início em 2010.

Desde a implantação da COAPA no ano de 2010 até o ano de 2014, a região de Pedro Afonso tem apresentado evolução no tamanho da área de produção que na safra 09/10 anterior a implantação da cooperativa era de 48 mil hectares passando pros 61 mil hectares na safra 13/14, a produção na safra 09/10 foi de 134,4 mil toneladas de grãos enquanto que na safra 13/14 foi de 175,68 mil toneladas um aumento de 23,43%. A cooperativa tem influenciado diretamente nesse crescimento, já que tem investido em capacitação para os produtores, fomentado pesquisas e atraindo novos produtores para a região.

Identificar o processo de estruturação e organização utilizado para a implantação nos municípios de abrangência da COAPA;

Uma vez que a rede armazenadora brasileira é inadequada, a comercialização de grãos principalmente por médios e pequenos produtores é realizada no momento da colheita, resultando em perdas na colheita e na lucratividade.

A COAPA possui armazém com capacidade estática para 60.000 mil toneladas de soja a granel, o que possibilita ao produtor associado aguardar o melhor momento para comercializar sua produção.

Após o plantio finalizado, a cooperativa junto com sua equipe técnica e com o produtor realiza o levantamento de custo de produção de cada associado, já que os cooperados utilizam níveis de tecnologias diferentes na sua produção.

O setor comercial da cooperativa faz a sondagem de intenção de venda do produtor, já que cada cooperado tem livre escolha de como e para quem irá realizar a comercialização, logo após é realizado o levantamento do volume de cada produtor para comercialização, assim a cooperativa coloca o volume no mercado e realiza o acompanhamento de mercado até a fixação de preço que seja benéfica aos cooperados.

Com a fixação do preço o é feito o contrato futuro, emissão de notas fiscais, recebimento das tradings e repasse aos cooperados.

O acompanhamento do mercado é realizado pela cooperativa, diminuindo custo aos produtores que teriam que contratar uma corretora especializada nesse ramo para fazer o acompanhamento.

Com a disponibilidade do armazém da cooperativa o produtor tem maior poder de barganha já que pode negociar sua produção e comercializa-la apenas no momento em que considerar oportuno, deixando de ter perdas na produção e na rentabilidade.

Quando a produção é comercializada para as tradings o produtor reduz custos com frete, já que os contratos são fechados já garantindo ao produtor que as tradings farão o recebimento dos grãos diretamente no armazém da cooperativa.

Analisar os impactos, benefícios e adversidades socioeconômicas advindas da implantação desta cooperativa na região de Pedro Afonso;

A produção e comercialização de soja na região de Pedro Afonso tem apresentado crescimento desde a safra 2010/2011 após a implantação da cooperativa, o que trouxe benefícios econômico, como o desenvolvimento econômico da cidade que está entre os 5 maiores produtores de soja do estado, onde a soja é o principal pilar econômico da região, gerando renda e emprego aos envolvidos direta ou indiretamente na produção, e também no recolhimento de impostos ao governo.

A cooperativa alcançou ainda benefícios sociais já que tem investido e promovido cursos de capacitação para as esposas e filhos dos cooperados, gerando renda e ocupação as mulheres que antes apenas eram donas de casa e hoje auxiliam no complemento a renda da família através da produção de artesanatos entre outros.

Verificar os canais de comercialização utilizados pela COAPA

A Cooperativa Agroindustrial do Tocantins tem grande relevância na produção e comercialização de soja no estado e na região onde atua.

Para garantir a lucratividade da produção se faz necessário a análise da escolha do canal de comercialização de acordo com as especificidades da produção.

A princípio a comercialização ocorre durante todo o ano. Esta estratégia busca garantir um preço médio aos produtores já que o mercado agrícola é muito volátil.

A COAPA realiza a comercialização da produção dos cooperados para tradings que atendem a região de Pedro Afonso, esta comercialização é feita através de vários meios, dentre eles o mercado futuro.

Através do mercado futuro onde os custos de transação são inferiores aos demais tipos de contratos, e tem como objetivo principal a redução de risco de preços que é recorrente nesta cadeia produtiva. Cerca de 30% da produção da última safra foi comercializada no mercado futuro, garantindo assim a margem de lucratividade do produtor, que tendo essa garantia pode se arriscar em outros mercados para comercializar sua produção. O que se pratica nesta comercialização a futuro é o gerenciamento de risco de preços, mediante um conjunto de ações, que abrangem o acompanhamento de custos e desembolsos, com a finalidade de maximizar as margens de comercialização agrícola.

Existe ainda o método de estocagem para especulação onde o produtor armazena sua produção à espera de melhores preços.

A maior parte da produção ainda é realizado através do mercado a vista, onde o a liquidação (pagamento, recebimento financeiro e físico) é realizado no momento da negociação. Preço, qualidade do produto e entrega são definidos imediatamente pelo produtor e comprador. Neste mercado o risco de oscilação de preço está sempre presente. Esta forma de comercialização apresenta grande desvantagem ao produtor, já que com a oscilação de preços o risco de a taxa de lucro da comercialização ser mínimo é grande.

Diante de todos os aspectos abordados podemos afirmar que sim, o mercado de derivativos tem garantido o preço mínimo para o produtor, com essa garantia de lucratividade o sojicultor pode esperar o melhor momento para comercializar o restante da produção.

12 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. M. P. Sistemas de Canais de Distribuição: Um estudo de caso na indústria alimentícia mineira. **Caderno de Pesquisa em Administração**, São Paulo, v.1, n. 8, 1999.

AZEVEDO, P. F. Comercialização de Produtos Agroindustriais. In: BATALHA, M. Otávio (Coordenador). **Gestão Agroindustrial**, São Paulo: Atlas 2. ed. , vol 1, 2001.

BIALOSKORSKI, N. S. **Aspectos Econômicos das Cooperativas**. Belo Horizonte: Mandamentos, 2006. 222 p. v.7.

BRAUN, É.; TALAMINI, E. ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO DA SOJA: UMA ANÁLISE DAS. **48º Congresso SOBER - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL**, Campo Grande - MS, 25 a 28 JULHO 2010.

BRODBECK, A. Método estudo de caso. In. **Gestão de negócios financeiros: trabalho de conclusão monografia. Apostila**, 2011. Porto Alegre: UFRGS.

COAPA. Cooperativa Agroindustrial do Tocantins. Pedro Afonso: Cooperativa Agroindustrial do Tocantins - COAPA. Disponível em: <<http://www.coapa.coop.br/site/pagina.asp?pagina=Hist%F3ria>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

CONAB. **Perspectivas para a agropecuária - Produtos de verão - Safra 2015/2016**. Companhia Nacional de Abastecimento. Brasília. V 3, p. 1-130. 2015. (ISSN 2318-3241).

DEBOÇÃ, L.P.; OLIVEIRA, A.P. **Cooperativismo de crédito no Brasil**: uma abordagem geral. In: V Congresso de Ciências Humanas, Letras e Artes. Minas Gerais. UFMG, p.31-40.2002.

FERRÃO, R. G. **Metodologia Científica para iniciantes em pesquisa**. Linhares-ES: Unilinhares/Incaper, 2003. 246 p.

GIL, A. C. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

HAAS, J. M.; SARMENTO, M. B.; NUNES, O. M.; BEURON, T. A. **Comercialização da Produção Animal**. Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA. Uruguaiana, p. 1-26. [201-].

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2007. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?codmun=171650&idtema=18>>. Acesso em: 05 jun. 2016.

IBGE. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola - Pesquisa mensal de previsão e acompanhamento das safras agrícolas no ano civil**. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. [S.l.], p. 1-25. 2015.

LINK, D. J. FUNDAMENTOS E ESTRATÉGIAS PARA COMERCIALIZAÇÃO DE SOJA E MILHO E PRODUÇÃO DE SEMENTE DE SOJA. **Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal de Santa Catarina**, Florianópolis - SC, p. 47, JUNHO 2011.

MAILHIOT, G. B. **Dinâmica e Gênese dos Grupos**. 3. ed. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1976.

MARQUES, P. V.; MELLO, P. C.; FO, J. G. M. **Mercados Futuros e de Opções Agropecuárias**. Piracicaba - SP: Departamento de Economia , Administração e Sociologia da Esalq, v. Série didática nº D-129, 2006..

MARTINS, W. R. M.; COSTA, R. M.; LIMA, A. F. A.; MATTOS, A. L. ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO NA COMUNIDADE VALE DO SOL II, TANGARÁ DA SERRA - MT. In: **XXXII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social: As Contribuições da Engenharia de Produção, Bento Gonçalves - RS, 15 a 18 OUTUBRO 2012.

MENDES, J. T. G; PADILHA JUNIOR, J.B. **Agronegócio**: Uma Abordagem Econômica. 1. ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007. 372 p.

MORAES, J. L. A. Capital e Social e Políticas Públicas para o Desenvolvimento RegionaI Sustentável. **Revista Ciências Administrativas**, v. 14, n. 2, 2008.

MORAIS, L. C.; CEZAR, I. M.; SOUZA, C. C. Uso de Derivativos Agropecuários Como Mecanismo de Comercialização de Soja, no Município de Rio Verde, Goiás. **Revista Ceres**, Viçosa, v. 58, n. 5, p. 567-575, Setembro e Outubro 2011. ISSN 0034-737x.

MOREIRA, M. G. Soja – Análise da Conjuntura Agropecuária. **DERAL - Departamento de Economia Rural - Acesso em 05 de abril de 2016. Disponível em:** , outubro 2012.

MOREIRA, M. G. DERAL - DEPARTAMENTO DE ECONOMIA RURAL. **SOJA - ANÁLISE DA CONJUNTURA ECONÔMICA**, 2015. Disponível em: <http://www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/deral/Prognosticos/2016/Soja_2015_16.pdf>. Acesso em: 20 MARÇO 2016.

MUHLEN, A. S. R. W.; CEZAR, I. M.; COSTA, F. P. Risco de preço na comercialização da soja: uso de derivativos pelos produtores rurais de Maracaju-MS. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 03, p. 05, maio 2013. ISSN 0103-8478.

NEVES, M. F. Um Modelo Para Planejamento de Canais de Distribuição no Setor de Alimentos. **Tese de Doutorado - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo**, São Paulo, p. 297, 1999.

OLIVEIRA JUNIOR, A. P. A CADEIA PRODUTIVA DA SOJA NA FRONTEIRA AGRÍCOLA OESTE: O Caso da Fazenda Tucano no município de Vilhena - RO.

DISSERTAÇÃO (MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO) Fundação Universidade Federal de Rondonia, Porto Velho - RO, 30 OUTUBRO 2013. 111.

PAVESI, D. S.; GOMES, S. A. COMERCIALIZAÇÃO GLOBALIZADA NO AGRONEGÓCIO, UM ESTUDO DE CASO DA FAZENDA ITAMBÉ II. **CEPPG**, Catalão - Goiás, n. 25, p. 9 a 26, fev. 2011. ISSN 1517-8471.

PINTO, E. Mercados Derivativos. **Folheto introdutório - BM&F Brasil**, julho 2007. 64.

PINTO, F. C. Uma História do Cooperativismo sob a Perspectiva Utópica. **ReAC - Revista de Administração e Contabilidade - Faculdade Anísio Teixeira - FAT**, Feira de Santana - BA, v. 1, n. 1, p. 61-75, junho/dezembro 2009.

PORTAL do Cooperativismo Financeiro, [200-]. Disponível em: <<http://cooperativismodecredito.coop.br/cooperativismo/historia-do-cooperativismo/os-pioneiros-de-rochdale/>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

REISDORFER, V. K. **Introdução ao Cooperativismo**. Universidade Federal de Santa Maria - Colégio Politécnico - Rede e-Tec Brasil. Santa Maria, p. 106. 2014. (ISBN 978-85-63573-72-8).

RODRIGUES, W.; VASCONCELOS, S. J.; BARBIERO, A. K. Análise de Efetividade Socioeconômica do PROCEDER III no Município de Pedro Afonso, Tocantins. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, Pedro Afonso, p. 301-306, 2009.

ROMERO, E. A. Mercado de Comercialização Agrícola: Alternativas ou estratégias de comercialização. 2014. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/bruno280692/02-estrategias-de-comercializacao>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

SALES, J. E. Cooperativismo: Origens e Evolução. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia**, São Gotardo - Minas Gerais, v. 1, p. 23-34, Janeiro-Junho 2010. ISSN 2237-1664.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo dicionário de economia**. São Paulo: Best Seller, 1999.

SANTOS, C. C. M.; CEBALLOS, Z. H. M. A Importância do Cooperativismo. **X Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e VI Encontro Latino Americano de Pós-Graduação - Universidade do Vale do Paraíba**, Paraíba - SP, 2006. 1144 - 1147.

SEAGRO. Secretaria da Agricultura e Pecuária do estado do Tocantins, Junho 2015. Disponível em: <<http://seagro.to.gov.br/agronegocios/agricultura/>>. Acesso em: 28 jul. 2016.

SCHOUCHANA, F. **Introdução ao Mercado Futuros e de Opções Agropecuárias**. São Paulo: Bolsa de Mercadorias & Futuros, 1997. 70 p.

SILVA, C. A. F. A Rede Política Territorial da Soja em Pedro Afonso (TO). **ACTA Geográfica**, Boa Vista, v. 4, n. 7, p. 91-107, jan/jul 2010. ISSN 1980-5772.

SILVEIRA, M. F.; KORBES, P. J. O MERCADO FUTURO COMO ALTERNATIVA PARA MINIMIZAR OS RISCOS DE PREÇOS DOS PRODUTORES DE SOJA DO MÉDIO-NORTE DE MATO GROSSO. **I CICLO DE PALESTRAS DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS: Desenvolvimento Regional**, SINOP - MT, 07 a 11 Outubro 2007.

TEIXEIRA, W. S.; SOUTO, G. L. **Perspectivas para a agropecuária**. CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. Brasília, p. 1-154. 2013. (ISSN 2318-3241).

TEIXEIRA, W. S.; SOUTO, G. L. **Perspectivas para a agropecuária - SAFRA 2015/2016 - Produtos de Verão**. CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. Brasília, p. 1-130. v 3. 2015. (ISSN 2318-3241).

TURA, R.; AHLERT, L. ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE RISCOS DE PREÇOS DA SOJA. **DESTAQUES ACADÊMICOS**, Lajeado - RS, v. 1, p. 14, 2010.

WAQUIL, P. D.; MIELE, M.; SCHULTZ, G. **MERCADOS E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS**. 1. ed. Rio Grande do Sul: Editora da UFRGS, v. I, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 3 ed, 2005.

ZIDORA, C. B. M. ESTRATÉGIAS DE GERENCIAMENTO DO RISCO DE PREÇOS NA COMERCIALIZAÇÃO DO MILHO EM GRÃO NAS ZONAS RURAIS DE MOÇAMBIQUE. **DISSERTAÇÃO - MESTRADO EM AGRONEGÓCIO DA ESCOLA DE AGRONOMIA E ENGENHARIA DE ALIMENTOS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIAS**, GOIANIA - GO, p. 102, 2015.

APÊNDICE A

Roteiro para coleta de dados aplicada aos gestores da COAPA – Cooperativa Agroindustrial do Tocantins – Presidente

Dados de identificação do entrevistado

Nome:

Cargo:

1. Ano de fundação da cooperativa:
2. Objetivo da criação da cooperativa:
3. Quantidade de cooperados atualmente?
4. A direção da cooperativa é composta por?
5. Tamanho da área em hectares de produção da cooperativa?
6. Destaca-se algum setor de referência dentro da Cooperativa?
7. Existe acompanhamento e capacitação técnica aos cooperados? Se sim, exemplifique!! Se não, porque?
8. As atividades da cooperativa se concentram em:
☐ Produção ☐ armazenagem
☐ industrialização ☐ comercialização de insumos produtivos
9. Quais os tipos de investimento que a cooperativa tem feito e está fazendo:
☐ ações de pequeno a grande porte ☐ projetos de modernização ambiental equipamentos ☐ recolhimento de materiais ☐ instalação de redutores de poeira, ruído e a coleta seletiva ☐ outros

APÊNDICE B

Roteiro para coleta de dados aplicada aos gestores da COAPA – Cooperativa Agroindustrial do Tocantins – Gerentes e Diretores

Dados de identificação do entrevistado

Nome:

Cargo:

1. Relevância econômica da Cooperativa XXXXX no tocante das atividades iniciais de plantio de grãos no Tocantins.

() Grande relevância () Pouca relevância () Mediana () Sem relevância

2. Nível de influência do relacionamento com os demais cooperados no desenvolvimento do trabalho de cada um.

() Grande influencia () Pouca influência () Mediana () Sem influencia

3. Situação financeira atual da Cooperativa.

() ótima () Boa () Regular

4. Importância da Cooperativa Agroindustrial do Tocantins na viabilização das atividades iniciais de plantio de grãos em Pedro Afonso-TO

() Grande relevância () Pouca relevância () Mediana () Sem relevância

5. A classificação dos produtores que compõe a cooperativa:

() Pequeno () Médio () Grande

6. Quantidades comercializadas de soja nos últimos anos?

7. Como é feita o passo a passo da comercialização da soja iniciada desde o produtor?

8. Quais os principais problemas que afligem o negócio da soja e a comercialização?

() Preço de Mercado	() INFORMAÇÃO de
() Expectativa	Mercado
Futura de Mercado	() Conhecimento
() Crédito de Pre-	de Mercado
Custeio	() Ausência
() Falta de Semente	institucional
() Falta de Chuva	

() Excesso de Chuva	() Desconhecimento de instrumentos
() A taxa de juros	() Câmbio
() Serviços de armazenagem	() Segurança sobre informação, mecanismos e instrumentos
() Outras (Especificar)	() transporte até o armazém
_____	() Outras (Especificar)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

9. Para se prevenir dos riscos de elevação nos preços dos insumos FAZ-SE ALGUMA OPERAÇÃO DE COBERTURA EM BOLSA OU EM CONTRATOS A TERMO (TAIS COMO HEDGE)? QUAIS E COMO?

() Sim () Não

() vendendo contratos futuros Hedge normal na BM&F

() Hedge cruzado

() Aquisição de derivativos – opções

() conforme a melhor opção que possibilite reduzir os riscos do negócio

10. Dentre as informações consideradas estratégicas ou mais importantes para o agronegócio estão:

a). Os recursos e créditos em geral para produção e investimentos (conhecidas as condições e taxas de juros);

b). As técnicas de financiamento, plantio e de comercialização;

c). As técnicas de financiamento, plantio e de comercialização, inclusive os cenários de preços futuros, considerando-se os custos de carregamento, e os instrumentos e mecanismos de 169 operações financeiras de mercado em bolsas;

d). Apenas a taxa de juros.

11. Comentários: