

# A SAZONALIDADE DA PRODUÇÃO AGRÍCOLA E SEUS IMPACTOS NA COMERCIALIZAÇÃO DE INSUMOS

Danillo Guerreiro Caetano Bento<sup>1</sup>  
Fabio Luis Teles<sup>2</sup>

## RESUMO

A produção agrícola possui características intrínsecas com dependência de questões climáticas, biológicas e físicas que influenciam toda a cadeia produtiva. A sazonalidade é reflexo direto desta dependência que limita a produção em períodos específicos, assim como todos os segmentos do agronegócio. O objetivo deste trabalho foi analisar como as sazonalidades dos produtos agrícolas afetam o agronegócio de insumos. Para tanto, foi realizada uma pesquisa biográfica, buscando identificar esses períodos críticos de baixa comercialização de insumos, em bases digitais que disponibilizam periódicos e artigos que analisam a temática. Percebe-se que mesmo inserido num contexto oligopolista a comercialização dos insumos agrícola sofrem influência de fatores internos e externos, que levam as empresas a quedas em seu faturamento. Uma reestruturação destas organizações faz-se necessário, buscando estratégias que, além de fatores comerciais, levem em consideração todo os aspectos da cadeia produtiva na qual estão envolvidas.

**Palavras-chave:** Insumos agrícolas. Comercialização. Agronegócio.

## 1. INTRODUÇÃO

A produção agrícola é intimamente dependente de fatores climáticos e edáficos que limitam ou oneram o custo de produção de grande parte dos produtos de exploração econômica. O regime chuvoso, a luminosidade, temperatura e condicionantes biológicos (pragas e doenças) são entraves que limitam ou impedem a produção de determinadas culturas.

Esta sazonalidade da produção afeta diretamente as empresas de venda de insumos agrícolas. A busca por adubos,

inseticidas, fungicidas, sementes dentre outros, apresentam uma queda no período de entressafra, o que afetará diretamente o fluxo de caixa das organizações do ramo e, conseqüentemente, a receita. Modelos, técnicas e estratégias para contornar esse período devem ser analisados e adotados pelos empresários de insumos para minimizar as perdas durante este período.

Saber como lidar com essa queda na comercialização dos insumos é o objeto de estudo deste trabalho, em se que buscou métodos e técnicas que tendem a minimizar as baixas demandas destes produtos dado aos fatores externos que envolvem a produção. Conhecer quais as principais culturas exploradas em cada região e, principalmente os clientes, assim como a cadeia produtiva, no enfoque da produção torna-se o primeiro passo para que se possa propor as estratégias apresentadas neste projeto.

O problema investigado foram quais os impactos que a sazonalidade da produção agrícola provoca na comercialização dos insumos agrícolas? Assim, as hipóteses levantadas foram: A demanda dos insumos agrícolas tende a diminuir nos períodos de entressafra, afetando as empresas do ramo; a queda da venda de insumos nos períodos de entressafra provoca uma diminuição na receita das organizações do agronegócio; a antecipação e conhecimento da cadeia produtiva dos produtos agrícolas podem auxiliar as empresas a enfrentarem os períodos de quedas nas vendas, minimizando o impacto na sua arrecadação.

Portanto, o objetivo deste trabalho foi analisar como as sazonalidades dos produtos agrícolas afetam o agronegócio de insumos. Para tanto, foi realizada, uma pesquisa bibliográfica buscando identificar esses períodos críticos de baixa comercialização de insumos, em bases digitais que disponibilizam periódicos e artigos que analisam a temática.

## 2. SAZONALIDADE NO AGRONEGÓCIO

A produção agrícola apresenta especificidades devido a forte dependência de fatores climáticos, luminosidade e temperatura. De acordo com Ribemboin (2006), a perecibilidade, homogeneidade, sazonalidade de oferta, riscos climáticos, baixa elasticidade da demanda e rigidez de oferta são características intrínsecas à produção agrícola e seus produtos.

Esses fatores fazem com que as produções apresentem limitações e inviabilização tanto econômica como cultural em determinada época do ano. Este fato é facilmente perceptível

<sup>1</sup> Acadêmico do 5º Período de Tecnologia em gestão do agronegócio; email: danillorv@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor, orientador da Faculdade Almeida Rodrigues; Mestre em Agronomia. Email: fabio.teles@faculdadefar.com.br

quando se observa no meio agrícola os termos safra e entressafra.

Santos et. al (2007) afirmam que a safra corresponde ao período produtivo, em que se possui as condições ideais (ou necessariamente mínimas) para a produção e a entressafra é o período ocioso entre uma safra e outra, considerando o chamado "ano agrícola".

Ou seja, o período em que as condições climáticas são ideais para o cultivo em um determinado ano é considerado o período agrícola (no Brasil, compreende o início de outubro até final de março), em que se tem o período da safra principal. O período de julho a setembro, é tido como entressafra, para as condições do país.

Este cenário é o que provoca a sazonalidade na produção agrícola no país. Para Santos et al (2007, p.3), a sazonalidade é provocada por vários motivos e tem várias consequências no meio agrícola:

- a variação dos padrões climáticos que se verifica ao longo de um ano em qualquer região do mundo (mais marcada nas regiões temperadas e menos nas regiões tropicais) faz com que a generalidade das produções agrícolas seja marcadamente sazonal, produzindo-se em cada estação do ano os produtos que melhor aproveitam as características climáticas que nesse período vigoram;
- os avanços verificados nas tecnologias de produção, nos domínios da rega, da drenagem, das estufas, do aparecimento de variedades tolerantes ou resistentes a certos fenômenos (traduzidas em alterações nas respectivas funções de produção), que aumentam o controle do agricultor sobre algumas das variáveis do clima e solo, têm vindo a permitir diminuir alguma desta sazonalidade.
- é igualmente esta sazonalidade que torna muito elevado o custo de oportunidade de muitas operações técnicas, o que condiciona, muitas vezes, a opção por certos investimentos.

Observa-se então que a sazonalidade da produção agrícola envolve vários fatores, que induzem a busca de alternativas para contornar esses períodos sejam eles técnicos, estratégico, inovação e investimentos.

É fato que os insumos agrícolas possuem quedas frequentes em sua comercialização. Os fatores que levam a isso são preços elevados (em função da exportação), períodos de

entressafra e redução do uso na agricultura.

Fabre (2011) relata que as culturas que mais usam os produtos fitossanitários são soja, cana-de-açúcar e milho, representando 67% do mercado de insumos no País. Somente em produtos para soja, foram comercializados US\$ 3,3 bilhões em 2009. Em relação ao segmento, os herbicidas, fungicidas e inseticidas respondem por 95% do mercado. Em reais, o setor que apresentou a maior redução foi o de herbicidas (-10%), em contraposição, o único segmento que apresentou aumento de vendas foi o de fungicidas (5%).

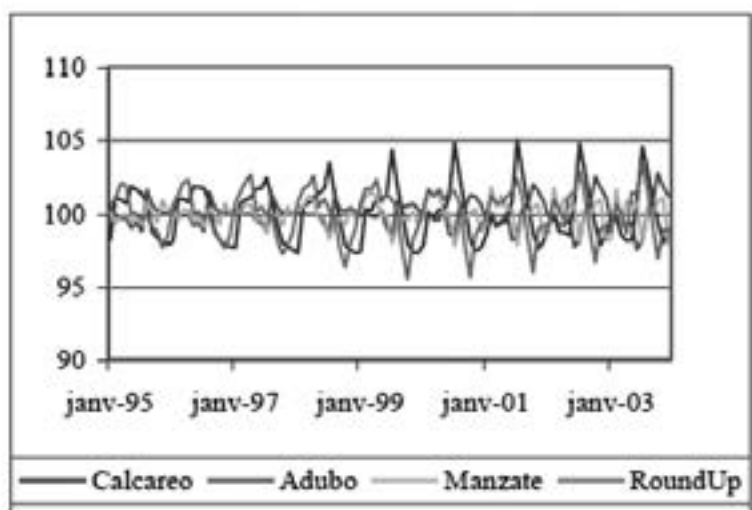
Assim, conhecendo os ciclos destas culturas sabe-se que, com exceção da cana de açúcar, todas são culturas anuais, exploradas na safra agrícola. Os períodos de entressafra destas culturas provocam uma queda na demanda dos defensivos empregados nos tratamentos culturais.

Trombeta (2011) afirma que a sazonalidade não ocorre somente no mercado de produtos agrícolas, mas também no mercado de insumos. Em sua análise, observou que mesmo a cultura do milho, sendo cultivada em dois ciclos por ano, safra e safrinha, os insumos necessários para os tratamentos culturais (defensivos, adubos, entre outros) apresentam uma queda de 12%. Essa é refletida, muitas vezes, no caixa das empresas do ramo de insumos agrícolas.

Assim, observa-se que o mercado de insumos apresenta oscilações inerente à atividade agrícola. Métodos e estratégias para contornar esse problema é um dos desafios dos gestores atuantes na comercialização destes produtos.

## 2.1. Sazonalidade: Influencia no mercado agrícola de insumos

Amaral e Antoniazzi (2005) apontam em seu estudo que o preço dos insumos agrícolas não apresenta grande variação ao longo do ano. Realizando uma análise de janeiro a dezembro de 1995-2033, em que buscou quatro representantes de cada categoria de insumo (defensivo, fertilizante, corretivo e herbicida), observou-se pouca variação no preço destes produtos (Figura 01).



Fonte: Amaral e Antoniazzi (2005)

FIGURA 1 – Perfil da oscilação no preço de insumos agrícola no período de 1995-2003

Entretanto, como é passível observar na figura com exceção do defensivo agrícola (Manzate), todos os outros apresentam quedas no período de entressafra na comercialização, período que, no gráfico, sugere os meses de maio a setembro.

Esta pouca variação observada no preço e no mercado de insumos agrícolas vão de encontro a características destes produtos. Segundo Marques, Melo e Martines (2006), a estrutura do mercado de insumos agrícolas no país possui característica oligopolista, em que o setor de comercialização destes produtos (indústrias, revendas), possui poucos fornecedores em relação ao tamanho de compradores.

Frenkel e Silveira (1996, p.27) caracterizam esse oligopólio existente como um diferenciado em que:

[...]o setor de defensivos poderia ser caracterizado como um oligopólio diferenciado. Este tipo de oligopólio caracteriza-se por apresentar um número de empresas, em termos absolutos, significativo, mas, no entanto, um pequeno número destas detém uma parcela relativamente grande da produção/vendas da indústria. Além disso, os produtos, para os compradores, são identificados ou pelas suas características físicas e/ou químicas, e/ou são associados por estes às empresas produtoras por alguma mensagem/imagem do produtor e/ou do produto, como marcas, estilo de propaganda, embalagem, qualidade superior, etc. A contraposição a um número significativo de empresas seria uma concentração relativa da produção/venda menor e com participações variadas, fatos que por sua vez implicam, como corolário, a existência de empresas com diferenças de tamanho.

Esta concentração de mercado ameniza os revendedores e a própria indústria dos efeitos sazonais da produção agrícola em relação à demanda de seus produtos e sua rentabilidade. Varejão Neto (2008) afirma que as sazonalidades dos insumos agrícolas afetam os custos de produção, gerando aumento nos preços devido à baixa quantidade ofertada que é refletida nos preços dos insumos.

### 3. PERSPECTIVAS E MÉTODOS PARA CONTORNAR A SAZONALIDADE NA COMERCIALIZAÇÃO DE INSUMOS

Nos últimos 25 anos, observa-se que a indústria de insumos agrícolas, destacando-se os defensivos, no Brasil, não só apresentou um aumento expressivo, contando com subsídios das principais multinacionais do segmento, que produz e vende uma grande diversidade de produtos (FRENKEL e SILVEIRA, 1996).

Entretanto, Marino (2010) relata que este aumento não está sendo acompanhado pelas revendas que necessitam passar por mudanças em suas estruturas. Relata ainda que existe uma “redução contínua da rentabilidade operacional verificada nos últimos anos nos Demonstrativos de Resultados Financeiros (DRs) de grande parte das revendas”.

A necessidade de reestruturação é constatada no estudo de Valmorbida e Schvirck (2009), realizado com 14 empresas de insumos no estado do Mato Grosso, em que observaram quedas significativas na comercialização. Os autores relatam, que a queda nas vendas era proveniente da reestruturação de sua política comercial em relação à comercialização (vendas a prazo, por exemplo), e as empresas não acompanharam essas modificações.

Corroborando com as afirmações de Marinho (2010) e Valmorbida e Schvirck (2009), Mesquita (2006) complementa: a fragilidade das revendas e também as questões ligadas diretamente ao campo de produção, como queda da produtividade, questões climáticas afetam diretamente a comercialização dos insumos.

Marinho (2010, p.1) descreve as características das revendas hoje como sendo:

No modelo tradicional de revendas a comercialização de insumos agrícolas focada em volume de faturamento juntamente com a assistência técnica de campo sempre foi o ponto “chave” para o sucesso do negócio. Nesse modelo não há preocupação com os ganhos de sinergia

que a revenda pode ter com o crescimento vertical ao longo da cadeia de produção agrícola.

Ou seja, as revendas têm que se estruturar e se planejar tomando por base todas as peculiaridades da cadeia produtiva agrícola, em que a sazonalidade é um fator de grande relevância, não visando somente ao volume de venda, mas sim, considerando todos os fatores internos e externos que podem dificultar seu desempenho.

Frenkel e Silveira (1996) afirmam que as empresas ligadas ao setor produtivo devem conter uma diversidade de produtos em seus estoques, sendo que um mix de produtos antigos e novos seja disponibilizado, oferecendo aos produtores opções que venham satisfazer suas necessidades, oferecendo opções de marcas e preços (mesmo num contexto oligopolista) aos seus consumidores.

Isso se dá devido às constantes inovações, que a indústria de insumos apresenta. Nota-se que as novas fórmulas tendem a terem preços mais altos. Assim sendo, a diversificação defendida pelo autor justifica um método de não afetar seu faturamento.

Portanto, a evolução e a estrutura do setor de defensivos no país, nas últimas três décadas, são resultantes de três componentes: a expansão mundial das empresas da indústria química, o aumento e a modernização da produção agrícola, e um conjunto de políticas para os segmentos demandantes e ofertantes, nem sempre devidamente coordenadas, mas que influenciaram a formação estrutural existente.

Marinho (2010, p.2) recomenda que a reestruturação das revendas de insumos agrícolas procure contemplar os seguintes itens:

- Entrada de produtos agroquímicos genéricos no mercado;
- Redução de preços/margens operacionais dos agroquímicos;
- Margem operacional marginal dos fertilizantes;
- Competição com revendas cada vez mais preparadas;
- Concentração de compras (Ex.: pools de compras, aumento de grandes produtores, entre outros);
- Alta de profissionais qualificados;
- Gerenciamento de informação (sistemas de TI).

A análise do cenário, é defendido também por Frenkel e Silveira (1996) que afirmam que é importante analisar o mer-

cado em sua volta, com a finalidade de traçar ações e medidas que vão, quando necessário, de encontro às mudanças envolvidas, sendo possível, assim, traçar estratégias para contornar as possíveis quedas de faturamento que estão ligadas mais às questões internas (sazonalidade da produção, fatores climático e comportamento do mercado). Ressalta em que a utilização de relatórios contábeis apresenta-se insuficiente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi demonstrada, a sazonalidade da produção agrícola apresenta uma influência na demanda e preços dos insumos agrícolas. Mesmo se inserida num contexto oligopólico, a comercialização destes produtos sofrem influências de fatores como: clima, precipitação pluviométrica, mercado interno e a sazonalidade da produção.

As empresas ligadas ao ramo pouco têm se preocupado em inserir no seu planejamento esses fatores, fixando somente nas questões de faturamento o que tem provocado quedas significativas na sua rentabilidade.

Uma reestruturação no perfil destas empresas pode amenizar essa problemática, uma vez que todo o contexto da cadeia produtiva, no qual estão inseridas, seja analisada e conhecida.

Estudos, nesta área, analisam as realidades regional e local das revendas de insumos agrícolas e, dessa maneira, podem nortear os empresários do ramo, permitindo-lhes conhecer o comportamento dos fatores internos e externos da produção agrícola e saber como se dá a atuação deles na prática.

## ABSTRACT

Agricultural production possessed intrinsic characteristics with dependence on climate issues, biological and physical characteristics that influence the entire production chain. Seasonality is a direct consequence of this dependence which limits the production of specific periods, as well as all segments of agribusiness. The objective of this study was to analyze how the seasonality of agricultural inputs affect agribusiness. For both a biographical research was conducted in order to identify these critical periods of low sales of inputs in digital databases that provide journals and articles that analyze the issue. It is noticed that even inserted in a context of oligopolistic marketing agricultural inputs suffer influence of internal and external

factors that lead companies to fall on your bill. A restructuring of these organizations it is necessary in addition to pursuing strategies that take into account commercial factors all aspects of the production chain in which they are involved.

**Keywords:** agricultural inputs. Marketing. Agribusiness.

## REFERÊNCIAS

AMARAL Ana M.P, ANTONIAZZI L. **Agricultura: cenário econômico, relação de troca de produtos e insumos e consumo de água.** São Paulo: EA/APTA. PROJECT NEGOWAT. 2005. Disponível em: [www.negowat.org/Docs4Web/Brazil\\_pdf/16\\_Brazil.pdf](http://www.negowat.org/Docs4Web/Brazil_pdf/16_Brazil.pdf). Acesso em: 01 mar. 2012

FABRE, Mariana. **Venda de insumos teve redução de 3% em 2010.** Disponível em: [http://www.agrolink.com.br/agrolinkfito/artigo/venda-de-insumos-teve-reducao-de-3--em-2010\\_125850.html](http://www.agrolink.com.br/agrolinkfito/artigo/venda-de-insumos-teve-reducao-de-3--em-2010_125850.html). Acesso em: 29 set. 2011

FRENKEL Jacob; SILVEIRA, José Maria. **Tarifas, Preços e a Estrutura Industrial dos Insumos Agrícolas: O Caso dos Defensivos (Relatório Final).** Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA - **Texto para discussão Nº. 412.** 1996. Disponível em: [www.ipea.gov.br/pub/td/td\\_412.pdf](http://www.ipea.gov.br/pub/td/td_412.pdf). Acesso em: 20 abr. 2012

MARINO, Lauro A. K. **Mudanças no mercado de distribuição de insumos agrícolas. DOC Informativo Uni.Business – EDIÇÃO Nº 007 / Agosto 2010.** Disponível em: [www.unibusiness.org/site/download/Arquivo/execute.action?...129](http://www.unibusiness.org/site/download/Arquivo/execute.action?...129). Acesso em 20 abr. 2012

MARQUES, P.V.; MELLO P. C.; MARTINES, J.G. **Fo. Mercados Futuros e de Opções Agropecuárias.** Piracicaba, S.P., Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq/USP **Série Didática nº D-129.**, 2006.

RIBEMBOIN, Jacques Alberto. **Produtos Agrícolas e mercados no agronegócio.** In: CALLADO, Antonio André Cunha (org). **Agronegócio.** São Paulo: Ed. Atlas, 2006. p.29-43

SANTOS, Célio Corrêa ; TOLEDO FILHO, Jorge Ribeiro; KNUTH, Valdecir; CARDOSO, Amilton Fernando ; SOUZA, Valmor. **A gestão contábil nas atividades do agronegócio e agropecuário como ferramenta gerencial para tomada de decisões nos períodos de sazonalidade.** In: Londrina, 22 a 25 de julho de 2007, Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/6/34.pdf>. Acesso em: 29 set. 2011.

TROMBETA, Natália. **Sazonalidade do preços e da demanda.** Disponível em: [www.agroanalysis.com.br/materia\\_detalle.php?idMateria=949](http://www.agroanalysis.com.br/materia_detalle.php?idMateria=949). Acesso em: 01 out. 2011.

VALMORBIDA, Sandra Mara lesbik; SCHVIRCK, Eliandro. **Influência das Oscilações Econômicas no Contexto das Empresas do Ramo de Agronegócios. Revista TECAP. N. 03 - Ano 3 – Vol. 3 – 2009.** Disponível em: <http://revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/CAP/article/viewFile/934/545>. Acesso em: 15 abr. 2012.