

e-Tec Brasil/CEMF/Unimontes
Escola Técnica Aberta do Brasil

Agronegócio

Economia Rural

Françoise de Fátima Barbosa



e-Tec Brasil/CEMF/Unimontes
Escola Técnica Aberta do Brasil

Agronegócio

Economia Rural

Françoise de Fátima Barbosa



Unimontes
Universidade Estadual de Montes Claros

Montes Claros - MG
2011

Presidência da República Federativa do Brasil
Ministério da Educação
Secretaria de Educação a Distância

Ministro da Educação
Fernando Haddad

Secretário de Educação a Distância
Carlos Eduardo Bielschowsky

Coordenadora Geral do e-Tec Brasil
Iraci de Almeida Gallo Ritzmann

Governador do Estado de Minas Gerais
Antônio Augusto Junho Anastasia

Secretário de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior
Alberto Duque Portugal



Reitor
João dos Reis Canela

Vice-Reitora
Maria Ivete Soares de Almeida

Pró-Reitora de Ensino
Anette Marília Pereira

Diretor de Documentação e Informações
Huangner Cardoso da Silva

Coordenador do Ensino Profissionalizante
Edson Crisóstomo dos Santos

Diretor do Centro de Educação Profissional e Tecnológica - CEPT
Juventino Ruas de Abreu Júnior

Diretor do Centro de Educação à Distância - CEAD
Jânio Marques Dias

Coordenadora do e-Tec Brasil/Unimontes
Rita Tavares de Mello

Coordenadora Adjunta do e-Tec Brasil/CEMF/Unimontes
Eliana Soares Barbosa Santos

Coordenadores de Cursos:

Coordenador do Curso Técnico em Agronegócio
Augusto Guilherme Dias

Coordenador do Curso Técnico em Comércio
Carlos Alberto Meira

Coordenador do Curso Técnico em Meio Ambiente
Edna Helenice Almeida

Coordenador do Curso Técnico em Informática
Frederico Bida de Oliveira

Coordenador do Curso Técnico em Vigilância em Saúde
Simária de Jesus Soares

Coordenador do Curso Técnico em Gestão em Saúde
Záida Ângela Marinho de Paiva Crispim

ECONOMIA RURAL
e-Tec Brasil/CEMF/Unimontes

Elaboração
Françoise de Fátima Barbosa

Projeto Gráfico
e-Tec/MEC

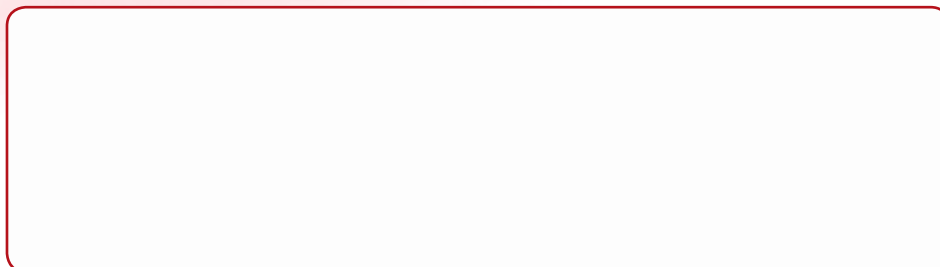
Supervisão
Wendell Brito Mineiro

Diagramação
Hugo Daniel Duarte Silva
Marcos Aurélio de Almeida e Maia

Impressão
Gráfica RB Digital

Designer Instrucional
Angélica de Souza Coimbra Franco
Kátia Vanelli Leonardo Guedes Oliveira

Revisão
Maria Ieda Almeida Muniz
Patrícia Goulart Tondineli
Rita de Cássia Silva Dionísio



Apresentação e-Tec Brasil/Unimontes

Prezado estudante,

Bem-vindo ao e-Tec Brasil/Unimontes!

Você faz parte de uma rede nacional pública de ensino, a Escola Técnica Aberta do Brasil, instituída pelo Decreto nº 6.301, de 12 de dezembro 2007, com o objetivo de democratizar o acesso ao ensino técnico público, na modalidade a distância. O programa é resultado de uma parceria entre o Ministério da Educação, por meio das Secretarias de Educação a Distância (SEED) e de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), as universidades e escolas técnicas estaduais e federais.

A educação a distância no nosso país, de dimensões continentais e grande diversidade regional e cultural, longe de distanciar, aproxima as pessoas ao garantir acesso à educação de qualidade, e promover o fortalecimento da formação de jovens moradores de regiões distantes, geograficamente ou economicamente, dos grandes centros.

O e-Tec Brasil/Unimontes leva os cursos técnicos a locais distantes das instituições de ensino e para a periferia das grandes cidades, incentivando os jovens a concluir o ensino médio. Os cursos são ofertados pelas instituições públicas de ensino e o atendimento ao estudante é realizado em escolas-polo integrantes das redes públicas municipais e estaduais.

O Ministério da Educação, as instituições públicas de ensino técnico, seus servidores técnicos e professores acreditam que uma educação profissional qualificada - integradora do ensino médio e educação técnica, - é capaz de promover o cidadão com capacidades para produzir, mas também com autonomia diante das diferentes dimensões da realidade: cultural, social, familiar, esportiva, política e ética.

Nós acreditamos em você!

Desejamos sucesso na sua formação profissional!

Ministério da Educação
Janeiro de 2010

Indicação de ícones

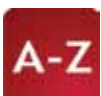
Os ícones são elementos gráficos utilizados para ampliar as formas de linguagem e facilitar a organização e a leitura hipertextual.



Atenção: indica pontos de maior relevância no texto.



Saiba mais: oferece novas informações que enriquecem o assunto ou “curiosidades” e notícias recentes relacionadas ao tema estudado.



Glossário: indica a definição de um termo, palavra ou expressão utilizada no texto.



Mídias integradas: possibilita que os estudantes desenvolvam atividades empregando diferentes mídias: vídeos, filmes, jornais, ambiente AVEA e outras.



Atividades de aprendizagem: apresenta atividades em diferentes níveis de aprendizagem para que o estudante possa realizá-las e conferir o seu domínio do tema estudado.

Sumário

Palavra do professor conteudista	11
Projeto instrucional	13
Aula 1 - Economia como Ciência Social	15
1.1 A Economia	15
1.2 Problemas econômicos fundamentais.....	15
1.3 Conceitos básicos ligados a Economia	16
1.4 Recursos Produtivos	19
1.5 Agentes Econômicos.....	20
Resumo	20
Atividades de aprendizagem	21
Aula 2 - Estruturas de mercado	23
2.1 Mercado	23
2.2 Estruturas de mercado	24
2.3 Principais estruturas de mercado	24
Resumo	29
Atividades de aprendizagem	30
Aula 3 - Teoria do consumidor	31
3.1 A Demanda	31
3.2 Oferta de mercado	34
Resumo	36
Atividades de aprendizagem	36
Aula 4 - Equilíbrio de mercado	37
4.1 Entendendo o equilíbrio da oferta e da demanda	37
Resumo	40
Atividades de aprendizagem	40
Aula 5 - Elasticidade	41
5.1 Elasticidade-preço da demanda	41
5.2 Elasticidade-preço no ponto médio.....	44
5.3 Elasticidade-preço cruzada da demanda.....	44
Resumo	45
Atividades de aprendizagem	45
Aula 6 - Elasticidade-preço da oferta	47
6.1 Elasticidade-preço da oferta	47
Resumo	50
Atividades de aprendizagem	50
Aula 7 - Teoria da firma e da produção	51
7.1 Conceitos fundamentais.....	51
7.2 Receita, custo e lucro.....	52
7.3 Produto total, médio e marginal	53
7.4 Custo total, médio e marginal	54
7.5 Custo total, custo fixo e custo variável, custos médios e custo marginal.....	54

7.6	Comportamento dos custos de produção no curto prazo	55
7.7	Os custos no longo prazo	56
7.8	Lucro máximo e lucro mínimo - O Break-Even-Point	58
	Resumo	61
	Atividades de aprendizagem	62
Aula 8	- Mercado, comercialização e abastecimento agrícola	63
8.1	Mercado agrícola.....	63
8.2	Comercialização e abastecimento agrícola	64
	Resumo	67
	Atividades de aprendizagem	67
Aula 9	- Margem de comercialização	69
9.1	Margem de comercialização.....	69
	Resumo	72
	Atividades de aprendizagem	72
Aula 10	- Análise estrutural do sistema de comercialização agrícola	73
10.1	Análise Estrutural.....	73
10.2	Conduta de mercado e a organização de comercialização	75
	Resumo	78
	Atividades de aprendizagem	79
Aula 11	- Alternativas ou estratégias de comercialização	81
11.1	Alternativas ou estratégias de comercialização	81
11.2	Relações contratuais na agropecuária.....	83
11.3	Fontes de financiamentos da agropecuária.....	83
11.4	Formas de negociação dos estoques.....	85
11.5	“HEDGE” (Seguro de Preço)	87
	Resumo	87
	Atividades de aprendizagem	88
Aula 12	- Preços Agrícolas.....	89
12.1	Mercado.....	89
12.2	A Contabilidade rural	89
12.3	Preços agrícolas e sua instabilidade	90
12.4	A dimensão espacial dos preços agrícolas	92
	Resumo	94
	Atividades de aprendizagem	94
Aula 13	- Preços Agrícolas, preços nominais e preços reais	95
13.1	Inflação	95
	Resumo	100
	Atividades de aprendizagem	101
Aula 14	- Políticas de suporte e de estabilização de preço e renda	103
14.1	Política de Garantia de Preços Mínimos - PGPM.....	103
14.2	Política de Controle da Produção (Oferta).....	105
14.3	Política de Estoques Reguladores	106
	Resumo	108
	Atividades de aprendizagem	108
Aula 15	- Contabilidade Rural.....	109
15.1	Atividade rural: conceitos básicos	109
15.2	A Contabilidade Rural.....	110
15.3	A contabilidade na pecuária	114
15.4	Pessoa Física e Pessoa Jurídica na atividade rural	115

Resumo	117
Atividades de aprendizagem	117
Aula 16 - Contabilidade Rural: a depreciação, a exaustão e a amortização dos recursos produtivos	119
16.1 O Ativo Permanente: depreciação, exaustão e amortização...	119
16.2 A Contabilidade Rural.....	120
16.3 Demonstrações Contábeis.....	122
Resumo	128
Atividades de aprendizagem	128
Aula 17 - Agronegócios e desenvolvimento econômico no Brasil	129
17.1 A importância agronegócio para a economia brasileira.....	129
17.2 O desenvolvimento econômico e a comercialização de produtos agrícolas.....	132
17.3 O agronegócio brasileiro para o futuro.....	133
Resumo	135
Atividades de aprendizagem	135
Aula 18 - A Comercialização agrícola e o desenvolvimento econômico ..	137
18.1 Introdução.....	137
18.2 Objetivos básicos da comercialização	138
Resumo	140
Atividades de aprendizagem	140
Aula 19 - Introdução aos mercados futuros de <i>commodities</i> agropecuárias	141
19.1 Introdução	141
19.2 O que é um mercado futuro?	141
19.3 O que é a BM&F?	142
19.4 Como funciona o mercado de futuro?	142
19.5 Como são estas operações?	143
Resumo	146
Atividades de aprendizagem	147
Aula 20 - Agronegócio no Brasil: Perspectivas e limitações.....	149
Resumo	154
Atividades de aprendizagem	155
Referências.....	156
Currículo do professor conteudista	158

Palavra do professor conteudista

Caros Alunos,

É com grande prazer que iniciamos hoje o estudo da disciplina Economia Rural, que é formada por um conjunto de conhecimentos que dizem respeito às relações de produção de elementos rurais. É importante dizer que a disciplina é de grande relevância para os mais diversos profissionais da área agrícola porque se aplica a uma das mais antigas e nobres atividades do homem: ao estudo das matérias primas e da produção de alimentos, sem as quais não poderia haver progresso em nenhuma sociedade. Qualquer que seja a estrutura social e política de um país, sempre haverá dependência da Economia rural, ou seja, da capacidade de obter e utilizar produtos agrícolas e, assim, conseguir os meios necessários à subsistência, desenvolvimento e enriquecimento de uma nação. Sendo assim, esse material não esgota o assunto sobre Economia rural, mas servirá de itinerário para estimulá-los a buscar mais conhecimento e entender melhor como a teoria econômica é aplicada à atividade agrícola e quais os efeitos que ela provoca no Agronegócio. Boa sorte!!!

Obrigada,

Professora Françoise de Fátima Barbosa

Projeto instrucional

Disciplina: Economia Rural (carga horária: 108h).

Ementa: Economia como ciência social. Teoria de preços Teoria da firma. Mercado, comercialização e abastecimento agrícola. Preços agrícolas. Agronegócios e desenvolvimento econômico no Brasil. Contabilidade Rural.

Aula	Objetivos de Aprendizagem	Materiais	Carga Horária
Aula 1. Economia como Ciência Social	Introduzir os conceitos fundamentais da economia.	Caderno didático	5h
Aula 2. Estruturas de Mercado	Conhecer as principais estruturas de mercado.	Caderno didático	5h
Aula 3. Teoria do Consumidor	Conhecer como funciona o mercado sob a ótica da teoria do consumidor.	Caderno didático	5h
Aula 4. Equilíbrio de Mercado	Entender o equilíbrio e desequilíbrio entre a oferta e demanda.	Caderno didático	5h
Aula 5. Elasticidade	Entender o conceito de elasticidade e como calcular elasticidade.	Caderno didático	5h
Aula 6. Elasticidade-preço da Oferta	Entender e calcular a elasticidade-preço da oferta	Caderno didático	5h
Aula 7. Teoria da Firma e da Produção	Conhecer e compreender o funcionamento da teoria da firma e da produção.	Caderno didático	5h
Aula 8. Mercado, comercialização e abastecimento agrícola	Verificar como a comercialização permite, por meio do mercado, a interação social entre produtores e consumidores.	Caderno didático	5h
Aula 9. Margem de comercialização	Aprender sobre o cálculo da Margem de Comercialização.	Caderno didático	5h
Aula 10. Análise Estrutural do Sistema de Comercialização Agrícola	Aprender sobre a análise estrutural do sistema de comercialização agrícola.	Caderno didático	5h

Aula 11. Alternativas ou Estratégias de Comercialização	Aprender os principais conceitos e alternativas de Estratégias de Comercialização.	Caderno didático	5h
Aula 12. Preços Agrícolas	Aprender sobre o funcionamento dos Preços agrícolas.	Caderno didático	5h
Aula 13. Preços Agrícolas, preços nominais e preços reais	Aprender a importância de se considerar preços reais e preços nominais.	Caderno didático	5h
Aula 14. Políticas de Suporte e de Estabilização de Preço e Renda	Compreender as principais políticas de suporte e de estabilização de preço e renda e os principais conceitos envolvidos nesses processos.	Caderno didático	6h
Aula 15. Contabilidade Rural	Capacitar o aluno para o conhecimento contábil e gerencial das empresas rurais.	Caderno didático	6h
Aula 16. Contabilidade Rural: a depreciação, a exaustão e a amortização dos recursos produtivos	Aprender como considerar a depreciação, exaustão e a amortização no balanço patrimonial da atividade rural.	Caderno didático	6h
Aula 17. Agronegócios e desenvolvimento econômico no Brasil	Compreender a importância do agronegócio para a economia brasileira desde finais do século XIX aos dias atuais.	Caderno didático	6h
Aula 18. A Comercialização Agrícola e o Desenvolvimento Econômico	Compreender a importância do desenvolvimento econômico para a comercialização agrícola.	Caderno didático	6h
Aula 19. Introdução aos mercados futuros de commodities agropecuárias	Entender sobre o funcionamento do mercado de futuros agropecuários.	Caderno didático	6h
Aula 20. Agronegócio no Brasil: perspectivas e limitações	Conhecer as perspectivas e limitações do agronegócio e suas implicações para a economia brasileira.	Caderno didático	6h

Aula 1 - Economia como Ciência Social

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá o que a Economia estuda. Serão apresentados diversos conceitos básicos, além de esclarecer quais são os problemas econômicos fundamentais e como a economia responde aos mesmos.

1.1 A Economia

A economia é considerada uma ciência social porque estuda a organização e o funcionamento das sociedades. Assim, pode-se dizer que a Economia ocupa-se do comportamento humano e estuda como as pessoas e as organizações na sociedade se empenham na produção, troca e consumo dos bens e serviços, ou seja, estuda as interações entre as atividades e decisões individuais (de empresas e de pessoas) e seu impacto para a sociedade em seu conjunto, ou para os diversos grupos que a compõem. Por isso, ela interage com outras ciências sociais, como o direito, a sociologia, a história, ciência política, etc.

A-Z

O termo **economia** vem do grego oikos (casa) e nomos (costume ou lei), daí “regras da casa (lar)” ou administrar a casa.

1.2 Problemas econômicos fundamentais

A economia estuda a relação que os homens têm entre si na produção dos bens e serviços necessários à satisfação dos seus desejos e aspirações. Acontece que nossas necessidades são infinitas e ilimitadas.

Isto ocorre porque, de acordo com a nossa natureza humana, nunca estamos satisfeitos com o que possuímos e sempre queremos ter mais. Por outro lado, os recursos produtivos que a sociedade conta para realizar a fabricação de bens e serviços possuem o caráter finito ou limitado.

Sendo assim, estamos diante de uma contradição: os desejos e necessidade da sociedade são ilimitados e os recursos para realizar a produção dos bens e serviços são limitados. Isso nos leva a um questionamento: mesmo que a sociedade ou uma pessoa seja rica, os fatores de produção serão sempre escassos para realizar a fabricação de todos os bens e serviços que a mesma deseja. Diante disso, a sociedade terá que efetuar escolhas sobre quais os bens e serviços deverão ser produzidos, assim como o homem, que de acordo com o seu salário, não pode consumir todos os bens e serviços que deseja, devendo, portanto, fazer uma escolha entre quais bens ou serviços poderá adquirir e que estejam ao alcance de sua renda.

Portanto, a ciência econômica é aquela que estuda a escassez ou que estuda o uso dos recursos escassos na produção de bens alternativos.

Uma vez que a Economia estuda como se combinam recursos escassos para produzir bens e serviços que satisfaçam as necessidades humanas e como estes serão distribuídos, surgem imediatamente três perguntas que qualquer organização social precisa que responder:

- **O que produzir?** Ou seja, quais bens e serviços deverão ser prioridade, dado que a escassez de recursos impossibilita produzir tudo o que a sociedade deseja;
- **Como produzir?** Isto é, quais técnicas serão utilizadas, que proporção de cada fator de produção será adotada na produção de cada bem e serviço;
- **Para quem produzir?** Quer dizer, ao final de tudo, quem irá adquirir e consumir os bens e serviços produzidos - esta questão diz respeito à distribuição de renda na sociedade.

1.3 Conceitos básicos ligados a Economia

1.3.1 Necessidade Humana

O que é a necessidade humana? Podemos dizer que necessidade humana é a sensação de falta de alguma coisa reunida ao desejo de satisfazê-la. Não podemos deixar de dizer que nós possuímos necessidades biológicas e essas se renovam dia a dia, o que exige da sociedade a produção contínua de bens com a finalidade de atendê-las.

Com o avanço da tecnologia e a perspectiva de aumento do padrão de vida, “novas” necessidades surgem, o que confirma que as necessidades humanas são ilimitadas, mas nem todas podem ser satisfeitas. E é esse fato que explica a existência da economia, que auxilia a sociedade no estudo do modo de satisfazer, sempre que possível, tais necessidades.

1.3.2 Bens e Serviços

De modo geral, pode-se dizer que bem é tudo aquilo que permite satisfazer uma ou diversas necessidades humanas. Os bens podem ser classificados em:

Bens Econômicos: São relativamente escassos e necessitam de esforço humano na sua obtenção. Tais bens apresentam como característica básica o fato de terem um preço. Quanto à natureza, os Bens Econômicos são classificados em dois grupos: Bens Materiais e Bens Imateriais ou Serviços. Quanto ao destino, os Bens Materiais classificam-se em Bens de Consumo e Bens de Capital.

Bens de Consumo: São aqueles diretamente utilizados para a satisfação das necessidades humanas. Podem ser de uso não-durável, ou seja,

que desaparecem uma vez utilizados (alimentos, cosméticos, gasolina etc.) ou de uso durável, que têm como característica o fato de que podem ser usados por muito tempo (móveis, eletrodomésticos, automóveis, etc.).



Figura 1: Bens de consumo não-durável: alimentos.

Fonte: Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI89552-16357,00CONSUMO+DE+BENS+NAO+DURAVEIS+TEM+ALTA+DE+NO+PRIMEIRO+SEMESTRE.html>> Acesso em 05 de fev. 2011.



Figura 2: Bens de consumo durável: trator.

Fonte: Disponível em: <<http://www.agrosoft.org.br/agropag/101088.htm>> Acesso em: 05 de Fev. 2011.

Bens de Capital (ou Bens de Produção): São aqueles que permitem produzir outros bens. São exemplos de Bens de Capital as máquinas, computadores, equipamentos, instalações, edifícios, etc.

Tanto os Bens de Consumo quanto os Bens de Capital são classificados como **Bens Finais**, uma vez que, tendo passado por todos os processos de transformação, encontram-se acabados.

1.3.3 Serviços

Os serviços não têm existência física: um avião é físico (portanto, é um bem), mas o transporte que ele realiza (deslocar as pessoas para diversas localidades) não é algo físico, não pode ser tocado, sentido ou visto.

1.4 Recursos Produtivos

Os Recursos Produtivos (também chamados de fatores de produção) são elementos utilizados no processo de fabricação dos mais variados tipos de mercadorias que serão utilizadas para satisfazer necessidades. Os Recursos Produtivos podem ser classificados em quatro grandes grupos: Terra, Trabalho, Capital e Capacidade Empresarial.

1.4.1 Terra (ou Recursos Naturais)

É o nome dado para mencionar os recursos naturais existentes tais como florestas, recursos minerais, recursos hídricos etc. Compreende não só o solo utilizado para agricultura, como também o solo utilizado na construção de estradas, casas etc.

1.4.2 Trabalho

É o nome dado a todo esforço humano, físico ou mental, que se gasta na produção de bens e serviços.

1.4.3 Capital (ou Bens de Capital)

É definido como o conjunto de bens fabricados pelo homem e que não se destinam à satisfação das necessidades através do consumo, mas que são utilizados no processo de produção de outros bens. O capital inclui todos os edifícios, todos os tipos de equipamentos e todos os estoques de materiais dos produtores, incluindo bens que estão em acabamento ou completamente acabados, e que podem ser utilizados na produção de bens.

1.4.4 Capacidade Empresarial

Alguns economistas consideram a Capacidade empresarial um fator de produção. Por quê? Isto acontece porque o empresário exerce funções fundamentais para o processo produtivo.

1.5 Agentes Econômicos

Agentes econômicos são pessoas de natureza física ou jurídica que, através de suas ações, contribuem para o funcionamento do sistema econômico. São eles: as Famílias (ou unidades familiares); as Empresas (ou unidades produtivas) e Governo.



Podemos agora resumir o objeto de estudo da Economia em: Como os homens alocam (distribuem) seus recursos escassos para atender necessidades sempre ilimitadas. Assim, a economia busca estudar como as sociedades se organizam para realizar a produção e como os produtos criados são repartidos ou distribuídos entre os membros da mesma. Produção, distribuição e consumo estão no foco da Ciência Econômica. Portanto, várias decisões são tomadas a partir desses três processos. De um lado, temos os Produtores, que buscam decidir como combinar os fatores de produção (terra, capital, trabalho, etc.); de outro lado, estão os consumidores, que decidem quanto de cada bem ou serviço irão comprar. Produtores e consumidores sofrem uma restrição orçamentária: os recursos financeiros de que dispõem são limitados. Portanto, cada escolha significa uma renúncia a um uso alternativo desses recursos. Comprar mais de um bem ou serviço pode reduzir ou anular as compras de outro(s). Sendo assim, muitos economistas dizem que a Economia é a “ciência das escolhas”.

1.5.1 Famílias

Incluem todos os indivíduos e unidades familiares da economia, que, como consumidores, adquirem os mais diversos tipos de bens e serviços com o objetivo de atender necessidades de consumo. Por outro lado, as famílias, no papel de proprietárias dos recursos produtivos, é que vão fornecer às empresas os diversos fatores de produção: Trabalho, Terra, Capital, e Capacidade Empresarial.

1.5.2 Empresas

As Empresas são unidades encarregadas de produzir e/ou comercializar bens e serviços. A produção é realizada através da combinação dos fatores produtivos adquiridos juntos às famílias.

1.5.3 Governo

O Governo inclui todas as organizações que, direta ou indiretamente, estão sob o controle do Estado, nas suas esferas federais, estaduais e municipais. Muitas vezes o governo intervém no sistema econômico atuando como empresário e produzindo bens e serviços através de suas empresas estatais (saúde, educação, energia, etc.).

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- Os problemas econômicos fundamentais;
- O porquê de a Economia ser classificada como uma “ciência social” e foi apresentado a alguns conceitos econômicos fundamentais: escassez, produção de bens e serviços, fatores de produção e agentes econômicos;
- Observar que a razão essencial da existência da Ciência Econômica é a escassez.

Atividades de aprendizagem

1. O problema fundamental com o qual a Economia se preocupa é:

- a. Pobreza
- b. Escassez
- c. O controle dos bens produzidos
- d. A redistribuição da renda

2. São considerados Recursos de produção, exceto:

- a. Terra
- b. Trabalho
- c. Empresa
- d. Capital

Aula 2 - Estruturas de mercado

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá que os mercados de bens e serviços estão estruturados de diversas formas diferentes e são o resultado da influência de alguns fatores que, combinados, definem as mesmas.

2.1 Mercado

Mercado é o local onde produtores e consumidores se encontram para realizar a compra e venda das mercadorias. O mercado existe desde os primórdios da humanidade. Os mercados evoluem de acordo com o desenvolvimento da sociedade, mas mantêm as mesmas características comuns: é o local onde se realizam as transações entre compradores e vendedores. Mas, o conceito de mercado, na visão econômica mais ampla, está bem distante dessa tradição.

No mercado, por trás das decisões individuais de produtores e consumidores, emerge a alocação de recursos na economia. O sistema de preços é o mecanismo pelo qual são tomadas decisões com referência à alocação de recursos, objetivando satisfazer simultaneamente produtores e consumidores. Em consequência, afirmam Pinho e Vasconcellos (1998), as decisões do produtor, relacionadas com o preço, produção e a estrutura de mercado, determinam conjuntamente a alocação dos recursos escassos da coletividade. Dado que os preços se determinam no mercado, a análise do equilíbrio do mercado pretende descrever a determinação dos respectivos preços e quantidades de equilíbrio.

No mercado, a regulação é feita pela lei da oferta e da procura. Mais adiante, vamos descrever essas variáveis (oferta e demanda). Quando há mais produtos que as necessidades da população, os preços tendem a baixar. Quando há menos produtos que a procura, os preços tendem a subir.

O mercado regula os interesses de produtores e consumidores: os produtores querem ganhar o máximo possível; enquanto os consumidores querem pagar o mínimo possível. O resultado desse processo são os preços de equilíbrio, ou seja, é o patamar no qual consumidores e produtores realizam seus interesses sem que nenhum seja prejudicado. Os mercados crescem quando há desenvolvimento econômico, crescimento da economia.

Os mercados entram em retração quando há desaceleração do desenvolvimento econômico (MANKIW, 1999).

2.2 Estruturas de mercado

Os mercados de bens e serviços estão estruturados de formas diferentes. As várias estruturas são resultado da influência de alguns fatores que, combinados, definem as mesmas. Dentre os fatores que determinam as estruturas de mercado, destacam-se:

- I. o número de firmas (ou empresas);
- II. o tamanho ou dimensão das firmas;
- III. a extensão da interdependência entre as firmas;
- IV. a homogeneidade (produtos com características semelhantes) ou o grau de heterogeneidade (diferenciação) do produto das diferentes firmas;
- V. a natureza e o número dos compradores;
- VI. a extensão das informações que compradores e vendedores dispõem dos preços das transações de outros produtos;
- VII. a habilidade das firmas individuais para influenciar a procura do mercado por meio da promoção do produto, melhoria na sua qualidade, facilidades especiais de comercialização etc.;
- VIII. a facilidade com que firmas entram e saem do mercado.

2.3 Principais estruturas de mercado

Para analisar como as estruturas se comportam, estas são classificadas em modelos que podem ser assim apresentados:

- Concorrência perfeita
- Monopólio
- Oligopólio
- Concorrência monopolística

2.3.1 Concorrência perfeita

A estrutura de mercado caracterizada por concorrência perfeita é uma concepção ideal, porque os mercados altamente concorrenciais existentes, na realidade, são apenas aproximações desse modelo, uma vez que, em condições normais, sempre parece existir algum grau de imperfeição que distorce o seu funcionamento, de acordo com Pinho e Vasconcelos (1998).

O seu conhecimento é importante não só como estrutura ideal, que é empregada em muitos estudos que procuram descrever o funcionamento econômico de uma realidade complexa, como, também, pelas inúmeras consequências derivadas de suas hipóteses que condicionam o comportamento dos agentes econômicos em diferentes mercados.

Uma estrutura de mercado descrita como de concorrência perfeita deve preencher todas as seguintes condições:

- **Atomização:** o número de agentes compradores e vendedores é muito grande e nenhum deles possui condições de influenciar o mercado. A expressão de cada um é insignificante;

- **Homogeneidade:** o bem ou serviço, no mercado de produtos, o fator de produção, no mercado de fatores, é perfeitamente homogêneo. Nenhuma empresa pode diferenciar o produto. O produto vindo de qualquer produtor é um substituto perfeito do que é ofertado por quaisquer outros produtores.
- **Mobilidade:** cada agente comprador e vendedor atua independente de todos os demais. A mobilidade é livre e não há quaisquer acordos entre os que participam do/no mercado;
- **Permeabilidade:** não existem barreiras para entrada ou saída dos agentes que atuam ou querem atuar no mercado. Barreiras técnicas, financeiras, legais, emocionais ou de qualquer outra ordem não existem. Isso quer dizer que se você quiser entrar hoje no mercado de arroz, como vendedor de arroz, basta que você tenha um pedaço de terra, sementes e etc. e passe a produzi-lo. Quando o mercado não for mais satisfatório, você pode sair sem grandes problemas;
- **Preço limite:** nenhum vendedor de produto pode praticar preços acima daquele que está estabelecido no mercado, resultante da livre atuação das forças de oferta e da procura. Em contrapartida, nenhum comprador pode impor um preço abaixo do preço de equilíbrio, o preço limite é dado pelo mercado;
- **Extrapreço:** não há qualquer eficácia em formas de concorrência fundamentadas em mecanismos extrapreço (como propaganda, por exemplo, ou diferenciação do produto). A oferta de quaisquer vantagens adicionais, associáveis ao produto ou fator, não faz qualquer sentido;
- **Transparência:** por fim, o mercado é absolutamente transparente. Não há qualquer agente que tenha informações privilegiadas ou diferentes daquelas que todos detêm. As informações que possam influenciar o mercado são perfeitamente acessíveis a todos.

Exemplo: o mercado de Hortifrutigranjeiros (arroz, feijão, verduras, legumes, etc) é o exemplo que mais se aproxima desse tipo de estrutura.

2.3.2 Monopólio

O monopólio situa-se em outro extremo. Essa estrutura se situa no extremo oposto ao da concorrência perfeita. As condições que caracterizam são:

- **Unicidade:** há apenas um vendedor, dominando inteiramente a oferta. A indústria monopolista é constituída por uma única firma ou empresa;
- **Insubstituíbilidade:** o produto da empresa monopolista não tem substituto. A necessidade que ela atende não tem como ser igualmente satisfeita por qualquer similar. Isso quer dizer que eu não tenho como substituir o produto por um similar como é o caso de manteiga e margarina;
- **Barreiras:** a entrada de um novo concorrente no mercado monopolista é praticamente impossível. As barreiras de entrada

A-Z

Monopólio

é uma palavra de origem grega: mono significa único e pólio significa vendedor. Nele, existem, de um lado, um único empresário/vendedor dominando inteiramente a oferta e, de outro, todos os consumidores.



É importante destacar que até agosto de 1997 a Petrobras detinha o monopólio na área de petróleo no Brasil. Com a quebra do monopólio, o mercado brasileiro abriu suas portas para o capital estrangeiro e cerca de 35 empresas já se instalaram no país. A Petrobras ainda é a maior empresa de petróleo do Brasil, porém, expansão dos negócios para outros setores e parcerias com empresas estrangeiras passaram a definir também outros de atuação.

são rigorosamente impedidas. Podem decorrer de disposições legais, de direitos de exploração outorgado pelo poder público a uma única empresa, do domínio de tecnologias de produção e de condições operacionais exigidas pela própria atividade. As principais barreiras são: alta capacidade tecnológica, alto capital de giro, concessões dos Governos Federal, Estadual ou Municipal, Concessão de patentes, Domínio do *Know How* (conhecimento);

- **Extrapreço:** devido a seu pleno domínio sobre o mercado, os monopólios dificilmente recorrem às formas convencionais de mecanismos extrapreço para estimular o comportamento de compradores. Como essas empresas geralmente são únicas no mercado, não precisam competir via preços com outras;
- **Opacidade:** os monopólios são, por definição, opacos. O que isso quer dizer? O acesso às informações sobre fontes supridoras, processos de produção, níveis de oferta e resultados alcançados dificilmente são abertos e transparentes. A empresa monopolista caracteriza-se por ser impenetrável.

Exemplos: Copasa, Cemig, Correios, medicamentos patenteados. É importante ressaltar que exemplos de monopólios puros são difíceis de ser observar na realidade.

2.3.3 Oligopólios



Oligopólio: é uma palavra de origem grega: “oligo” significa poucos e “pólio” significa vendedor.

- **O número de concorrentes:** geralmente, é pequeno. Palavras como limitados, poucos, alguns, vários são empregadas para indicar o número de concorrentes nas estruturas oligopolistas;
- **Diferenciação:** outra característica de alta variabilidade se refere a fatores como homogeneidade, substitutibilidade e padronização dos produtos. Isto porque tanto podem ocorrer oligopólios de produtos diferenciados (automóveis, telefone celular), como de produtos não diferenciáveis (aço, cimento);
- **Rivalização:** tipicamente, os concorrentes que atuam sob condições de oligopólio são fortes rivais entre si. Há casos de campanhas publicitárias e práticas comerciais desviadas dos padrões de ética e da lealdade. Podemos relembrar as grandes propagandas realizadas pelas grandes empresas de cerveja e automóveis no Brasil. Mas, no outro extremo, encontram-se também situações de oligopólio em que os concorrentes se unem, através de acordos (Cartéis), todos respeitando rigorosamente as regras negociadas e definidas para conseguir alcançar uma maior parcela do mercado consumidor.

Exemplos: O Setor brasileiro é altamente oligopolizado, temos diversos exemplos, como a indústria automobilística, indústria farmacêutica, cervejarias, indústrias de aço, empresas de Telefonia Celular, etc.

2.3.4 Concorrência monopolística

Esta estrutura contém características que se encontram nas definições usuais de mercados de concorrência perfeita e monopólio. Na concorrência monopolística, o número de concorrentes é grande. O consumidor encontra facilmente produtos substitutos, o que não ocorre na característica principal do monopólio (não ter substituto). As características principais desta estrutura de mercado são:

- **Competitividade:** é elevado o número de concorrentes, com capacidade de competição relativamente próxima;
- **Diferenciação:** o produto de cada concorrente apresenta particularidades capazes de distingui-lo dos demais e de criar um mercado próprio para ele;
- **Substitutibilidade:** embora cada concorrente tenha um produto diferenciado, os produtos de todos os concorrentes substituem-se entre si. Obviamente, a substituição não é perfeita, mas é possível, conhecida e de fácil acesso;
- **Preço-prêmio:** a capacidade de cada concorrente controlar o preço depende do grau de diferenciação percebido pelo comprador. A diferenciação, quando percebida e aceita, pode dar origem a um preço-prêmio, gerando resultados favoráveis e estimuladores;
- **Baixas barreiras:** as barreiras de entrada em mercados monopolisticamente competitivos tendem a ser baixas. Há relativa facilidade para ingresso de novas empresas no mercado.

Para Pinho e Vasconcellos (1998), embora se apresente como a concorrência perfeita (existe um número elevado de empresas), a concorrência monopolística (também chamada concorrência imperfeita) caracteriza-se pelo fato de que as empresas produzem produtos diferenciados, embora substitutos próximos. Por exemplo, diferentes marcas de perfumes, sabonetes, refrigerantes etc.

Trata-se, assim, de uma estrutura mais próxima da realidade que a concorrência perfeita, onde se supõe um produto homogêneo, produzido por todas as empresas (NOGAMI, 2003).

Texto Complementar

Diferenciação

Dia destes entrei em uma loja da rede Fran's Café. Como de hábito em qualquer cafeteria, fiz meu pedido padrão, um expresso e um pão de queijo. Qual não foi minha surpresa ao receber o café cuidadosamente apoiado sobre uma pequena bandeja, acompanhado de um elegante copo contendo água mineral gasosa e um folheto explicando tratar-se de uma tradição italiana: a água com gás aguça as papilas enaltecendo o sabor do café que será sorvido. E todo este cuidado pelo mesmo preço de um expresso tradicional.

Num destes finais de semana resolvi dar descanso ao videocassete e dirigi-me a um *Cinemark* para apreciar um bom filme. Fiz a opção por esta rede raciocinando que, em virtude do grande número de salas, as filas seriam pouco significativas. Ledo engano. Apreciei, sim, fila para adquirir o ingresso, fila para acessar a sala, fila para comprar os acessórios: pipoca e refrigerante. E me vi estarecido diante do custo de R\$ 3,50 por um copo de Coca-Cola, valor suficiente para adquirir 3 litros da mesma bebida, e de R\$ 7,00 por um pacote de pipocas, correspondente a 4 vezes a mesma porção para se fazer no microondas.

Meses atrás resolvi retomar a prática da natação e fui ter um diálogo com minha antiga academia, a *Runner*. Solicitei-lhes uma proposta para que eu retornasse ao quadro de alunos mediante um preço diferenciado considerando-se meu histórico. A resposta que obtive dizia que eu teria que me adequar às normas vigentes para novos alunos. Seria uma assertiva aceitável se não tivesse partido do Departamento de Fidelização da empresa que teoricamente deveria zelar pela manutenção de seus associados. Três situações distintas, envolvendo empresas de renome, que nos fazem refletir sobre a questão dos preços relativos e, acima disto, sobre o que vem a ser diferenciação.

Concorrência Monopolística

Lembro-me das aulas de Microeconomia. Tinha dificuldades para aceitar certos conceitos que entravam em rota de colisão com minha lógica. Um dos poucos conceitos que me marcaram foi-me apresentado quando do estudo da organização dos mercados e formação de preços. Segundo a teoria microeconômica, os mercados operam ou em concorrência perfeita ou em concorrência imperfeita. O primeiro tipo caracteriza o modelo ideal: muitas empresas participantes, ausência de barreiras à entrada e saída do mercado, políticas de preços não regulamentadas. O segundo tipo é formado pelo monopólio, quando uma única empresa atua isoladamente no mercado, normalmente impondo barreiras técnicas, econômicas ou burocráticas à entrada de novos *players*, praticando uma política de preços própria que precisa ser regulada por um órgão neutro; o oligopólio, que se diferencia do monopólio apenas pelo fato de haver mais de uma companhia atuando no mercado, porém não muitas; e a concorrência monopolística.

Esta última modalidade guarda consigo um conceito interessante. Aborda uma situação na qual as empresas atuam dentro de um mercado altamente concorrencial, no qual não há entraves de qualquer ordem, onde todos enfrentaram as mesmas oportunidades e dificuldades. Todavia, dentro deste contexto, uma empresa pode se destacar mediante a diferenciação de seu produto ou serviço. Fazer algo simplesmente diferente e, assim, tornar-se única, exclusiva, desejada, nos corações e mentes dos consumidores. Tecnicamente, criar um nicho tão bem delimitado que a capacita a exercer um autêntico monopólio. Por isso, concorrência monopolística.

À luz deste conceito, passei a observar como estamos o tempo todo exercendo a concorrência monopolística em nossas vidas. A começar pela vitória do espermatozóide tenaz que dotado de agilidade, velocidade, preparo e estilo no ato da fecundação superou todos os demais concorrentes. Ao conquistar o par romântico, também nos fizemos notar em meio aos demais pretendentes. A oportunidade de emprego também foi sancionada com êxito dentre outros postulantes ao cargo.

Responsável por quem cativas

Assim, passei a nutrir verdadeira paixão pelo conceito de diferenciação. Passei a compreender o porquê de deixar mais reais por um pão de

queijo no Fran's Café, quase sem perceber. É porque quero o mimo. Passei a compreender o porquê de ser expropriado por uma pipoca e um refrigerante num *Cinemark*. É porque quero a comodidade. Passei a compreender o porquê de ter perdido o encanto pela *Runner*. É porque quero coerência no discurso que me vendem.

“Tu não és ainda para mim senão um garoto inteiramente igual a cem mil outros garotos. E eu não tenho necessidade de ti. E tu não tens necessidade de mim. Não passo a teus olhos de uma raposa igual a cem mil outras raposas. Mas se tu me cativas, nós teremos necessidade um do outro. Serás para mim único no mundo. E eu serei para ti única no mundo...”

O Pequeno Príncipe, de *Exupéry*, conhecia muito de concorrência monopolística quando cunhou a famosa expressão “tu te tornas eternamente responsável por aquilo que cativas”. Por isso, abrir a porta do carro para a garota adentrá-lo torna o cavalheiro admirado. Por isso, o vendedor que procura descobrir a necessidade de seu cliente para depois lhe apresentar uma solução é preferível ao mero tirador de pedidos. Por isso, a empresa que identifica o desejo mais subliminar de seus consumidores pode dar-se ao luxo de vender o que produz ao invés de produzir o que se vende.

Mas, no jogo da diferenciação, que fique claro uma coisa: não é a diferenciação tecnológica, baseada nas inovações; a qualitativa, sediada na adequação; ou a mercadológica, ancorada na força e *glamour* das marcas, que conferem perenidade às relações. O mundo está comoditizado. Os produtos apresentam as mesmas características, os profissionais detêm os mesmos MBA's, a comunicação está massificada. A única diferenciação efetivamente sustentável ao longo do tempo é aquela baseada em pessoas. No brilho do olhar, na maciez da voz e no calor do toque, aspectos que máquina ou virtualidade alguma será capaz de reproduzir ou substituir.

Tom Coelho escreve no Nota 10. Possui graduação em Economia pela FEA/USP, Publicidade pela ESPM/SP e especialização em *Marketing* pela MMS/SP e em Qualidade de Vida no Trabalho pela FIA/USP, é empresário, consultor, escritor e palestrante, Diretor da *Infinity Consulting*.

Fonte: Disponível em: <http://www.sitedoescritor.com.br/sitedoescritor_escritores_d0029_tcoelho_texto004.html>. Acesso em: 15 fev. de 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- A analisar como as estruturas de mercado (Concorrência Perfeita, Monopólio, Oligopólio e Concorrência Monopolística) se comportam;
- Como estruturas de mercado estão classificadas;
- Quais as características principais de cada estrutura de mercado.

Atividades de aprendizagem

1. Uma estrutura de mercado de oligopólio é tipicamente caracterizada por:
 - a. Poucas empresas de grande dimensão, poucas barreiras à entrada, produtos diferenciados.
 - b. Muitas empresas de pequena dimensão, poucas barreiras à entrada, produtos diferenciados.
 - c. Poucas empresas de grande dimensão, consideráveis barreiras à entrada, produtos homogêneos ou diferenciados.
 - d. Poucas empresas de pequena dimensão, poucas barreiras à entrada, produtos homogêneos.
 - e. Uma só empresa de grande dimensão, consideráveis barreiras à entrada, produtos homogêneos.

2. Uma estrutura de mercado de monopólio caracteriza-se por:
 - a. Poucas empresas de grande dimensão e consideráveis barreiras à entrada.
 - b. Uma empresa de grande dimensão e condições de entrada e saída bloqueadas.
 - c. Poucas empresas de grande dimensão e barreiras à entrada inexistentes.
 - d. Uma empresa de grande dimensão e barreiras à entrada inexistentes.
 - e. Nenhuma das anteriores.

Aula 3 - Teoria do consumidor

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá como funcionam os mercados sob a ótica da teoria do consumidor através dos mecanismos de Oferta e Demanda (Curva de oferta e de demanda).

3.1 A Demanda

A **demanda** ou **procura** pode ser definida como a quantidade de certo bem ou serviço que os consumidores desejam adquirir em determinado período de tempo (DALLAGNOL, 2008). A procura depende de variáveis que influenciam a escolha do consumidor. São elas:

- **O preço do bem ou serviço;** esta é a variável mais importante para que o consumidor decida o quanto vai comprar do bem; se o preço for considerado barato, provavelmente ele adquirirá maiores quantidades do que se for considerado caro;
- **O preço de outros bens;** se o consumidor deseja adquirir manteiga, por exemplo, ele não olhará somente o preço da manteiga, mas também o preço de bens substitutos tais como a margarina ou o requeijão; da mesma forma, se ele deseja adquirir arroz, considerará não somente o preço do arroz, mas também o preço do feijão uma vez que, estes bens costumam ser consumidos juntos;
- **A renda do consumidor;** embora muitas vezes o consumidor considere atrativo o preço do bem, ele pode não ter a renda (y) suficiente para comprá-lo;
- **Hábitos ou preferência do indivíduo;** esta é uma das variáveis mais importantes, porque, embora o preço de um bem esteja adequado, se o consumidor não tiver o hábito ou determinada preferência por determinado produto, não será influenciado a comprar o produto só porque o preço está baixo, por exemplo.

Para estudar-se a influência isolada dessas variáveis, utiliza-se a hipótese *ceteris paribus*.

Assim, por exemplo, caso se deseje saber o que ocorre com a demanda do bem X se o preço do mesmo aumentar, é preciso supor que todas as demais variáveis que influenciam a demanda permaneçam constantes, de modo que a variação da demanda seja atribuível exclusivamente à variação do preço.



Condição “*ceteris paribus*”: é impossível compreender a influência e importância de cada uma das variáveis, se elas sofrerem todas juntas uma alteração ao mesmo tempo. Assume-se que o estudo da função *procura* é determinada por uma variável, sendo todas as demais constantes. Esta condição é conhecida em economia como a condição *ceteris paribus*.

3.1.1 A Lei da procura (ou demanda)

As várias quantidades que os consumidores estarão dispostos e aptos a adquirir, em função dos vários níveis de preços possíveis, em determinado período de tempo representa a Lei da Procura. (POSSAMAI, 2001).

De acordo com Pinho e Vasconcellos (1998), a escolha do consumidor é influenciada por algumas variáveis que, em geral, serão as mesmas que influenciarão sua escolha em outras ocasiões. Dessa forma, costuma-se apresentar quatro determinantes de procura individual: preço do bem; preços dos outros bens; renda do consumidor e gosto ou preferência do indivíduo.

3.1.2 Deslocamentos da procura

Os fatores determinantes da procura são constituídos por um conjunto de elementos que podem alterar, para mais e para menos, a própria posição da curva, deslocando-a positiva ou negativamente (para esquerda ou para direita). Entre outros, os enunciados a seguir são considerados os de maior importância:

- 1º) Dimensão do mercado;
- 2º) Variação do poder aquisitivo;
- 3º) Atitudes e preferências dos consumidores;
- 4º) Preços dos produtores substituídos;
- 5º) Expectativas sobre a evolução da oferta.

A **Curva de Demanda** é a representação gráfica das diferentes quantidades de um bem que os consumidores estão dispostos a comprar aos diferentes preços por unidade de tempo.

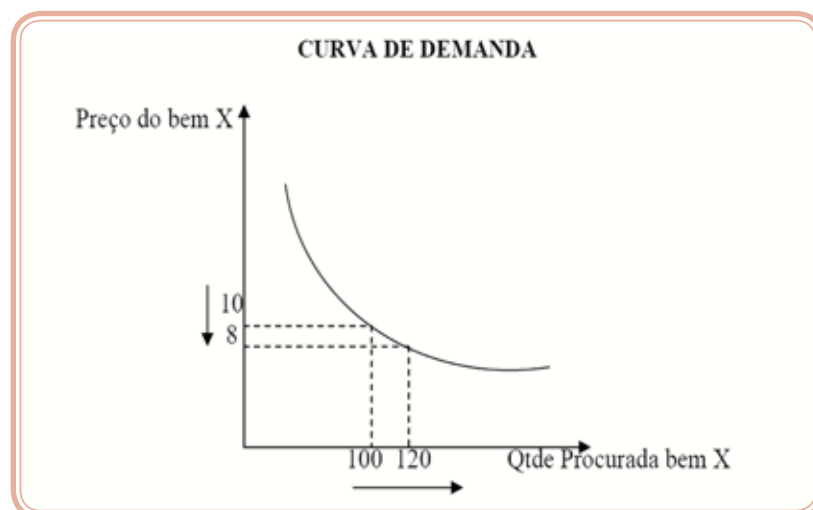


Figura 5: Curva de Demanda.

Fonte: Dallagnol (2008, p.52).

A-Z

Enunciado:

Conjunto das condições a que devem submeter-se as incógnitas de um problema.

Poder aquisitivo:

é a capacidade que uma pessoa ou população tem de adquirir bens.

Têm maior poder aquisitivo aqueles que podem adquirir (mas não necessariamente adquirem) um valor maior em bens no mesmo período de tempo.

Lei da Demanda expressa a relação inversa existente entre a quantidade demandada de um bem e seu preço. Indica que quanto maior o preço de um bem, menor será a quantidade demandada (procurada) desse bem. Também é chamada de Lei da Procura.

Os economistas supõem que a curva de procura revela as preferências dos consumidores, sob a hipótese de que estão maximizando sua utilidade (isto é, tornando máximo o grau de satisfação no consumo daquele produto).

A curva de procura inclina-se de cima para baixo, no sentido da esquerda para a direita, refletindo o fato de que a quantidade procurada de determinado produto varia inversamente com relação ao seu preço, *ceteris paribus*.

A curva da demanda é negativamente inclinada devido ao efeito conjunto de dois fatores: efeito substituição e o efeito renda. Efetivamente, a procura de uma mercadoria não é influenciada apenas por seu preço. Existe uma série de outras variáveis que também afetam a procura.

Para a maioria dos produtos, a procura será também afetada pela renda dos consumidores, pelo preço dos bens substitutos (ou concorrentes), pelo preço dos bens complementares e pelas preferências ou hábitos dos consumidores. Se a renda dos consumidores aumenta e a demanda do produto também, temos um bem normal. Existe também uma classe de bens que são chamados de bens inferiores, cuja demanda varia em sentido inverso às variações da renda; por exemplo, se o consumidor ficar mais rico, diminuirá o consumo de carne de segunda e aumentará o consumo de carne de primeira.

Temos, também, o caso de bens de consumo saciado, quando a demanda de um bem não é influenciada pela renda dos consumidores (como arroz, farinha, sal), ou seja, se sua renda aumentasse e anteriormente você adquiria três pacotes de sal, não quer dizer que você irá comprar seis pacotes de sal, porque aqueles três pacotes já lhe satisfazem.

3.1.3 Distinção entre demanda e quantidade demandada

Por **demanda** entende-se toda a escala que relaciona os possíveis preços a determinadas quantidades.

Por **quantidade demandada** devemos compreender um ponto específico da curva relacionando um preço a uma quantidade. Assim, as alterações nas quantidades demandadas ocorrem ao longo da própria curva de demanda, já que alterações na demanda fazem com que surja nova curva. Tudo o que foi dito até agora se referia ao consumidor individual, mas podemos afirmar que vale também para o mercado como um todo, já que a curva de demanda do mercado resulta da agregação das curvas individuais.

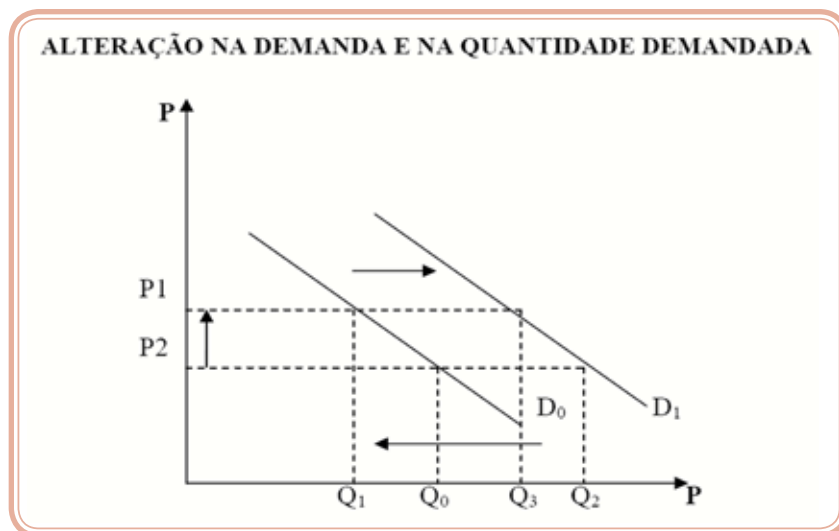


Figura 6: Alteração na demanda e na quantidade demandada.
 Fonte: Dallagnol (2008, p.58).

3.2 Oferta de mercado

Segundo Dallagnol (2008), pode-se conceituar oferta como as várias quantidades que os produtores desejam oferecer ao mercado em determinado período de tempo. Da mesma maneira que a demanda, a oferta depende de vários fatores; dentre eles: do seu próprio preço; do preço (custo) dos fatores de produção; das metas ou objetivos dos empresários.

Diferentemente da função demanda, a função oferta mostra uma correlação direta entre as quantidades ofertadas e nível de preços, *ceteris paribus*. É a chamada **Lei geral da oferta**.

A relação direta entre a quantidade ofertada de um bem e o preço desse bem deve-se ao fato de que, *ceteris paribus*, um aumento do preço de mercado estimula as empresas a elevar a produção; novas empresas serão atraídas, aumentando a quantidade ofertada do produto.

Além do preço do bem, a oferta de um bem ou serviço é afetada pelos custos dos fatores de produção (matérias-primas, salários, preço da terra), por alterações tecnológicas e pelo aumento do número de empresas. Portanto, a relação entre a oferta e o custo dos fatores de produção é inversamente proporcional. Por exemplo, um aumento do custo das matérias-primas deve provocar *ceteris paribus*, uma redução na oferta do produto, ou seja, o produtor possivelmente deve oferecer menos produto ao mercado.

A relação entre a oferta e nível de conhecimento tecnológico é diretamente proporcional, uma vez que as melhorias tecnológicas promovem melhorias da produtividade no uso dos fatores de produção, e, portanto, aumento da oferta. Da mesma forma, há uma relação direta entre a oferta de um bem ou serviço e o número de empresas ofertantes do produto no setor. (DALLAGNOL, 2008).

3.2.1 Oferta e quantidade ofertada

A oferta refere-se à escala (ou toda a curva), enquanto a quantidade ofertada diz respeito a um ponto específico na curva de oferta. Assim, um aumento no preço de um bem provoca um aumento da quantidade ofertada, *ceteris paribus*, enquanto uma alteração nas outras variáveis (como nos custos de produção ou no nível tecnológico) desloca a oferta (a curva de oferta).

Por exemplo, conforme se observa na Figura 7, um aumento no custo das matérias primas provoca uma queda da oferta, mantido o mesmo preço P_0 , *ceteris paribus*, as empresas são obrigadas a diminuir a produção.

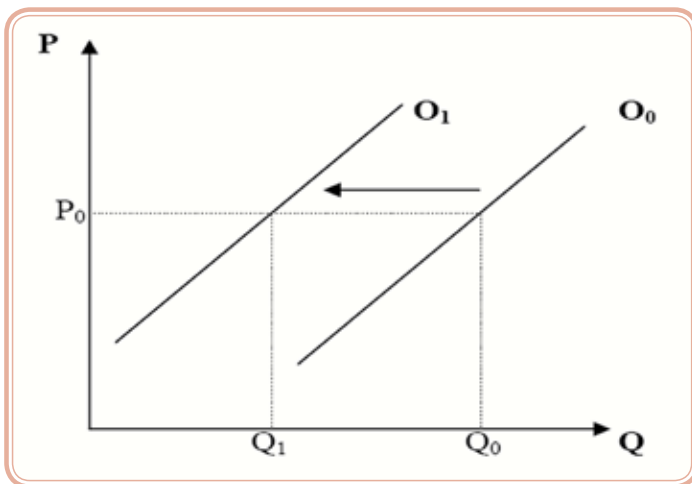


Figura 7: Redução da Oferta.

Fonte: Dallagnol (2008, p.58).

Por outro lado, uma diminuição no preço dos insumos, ou uma melhoria tecnológica na utilização dos mesmos, ou, ainda, um aumento no número de empresas no mercado conduz a um aumento da oferta, dados os mesmos preços praticados, deslocando-se, desse modo, a curva da oferta para a direita, conforme se observa na Figura 8.

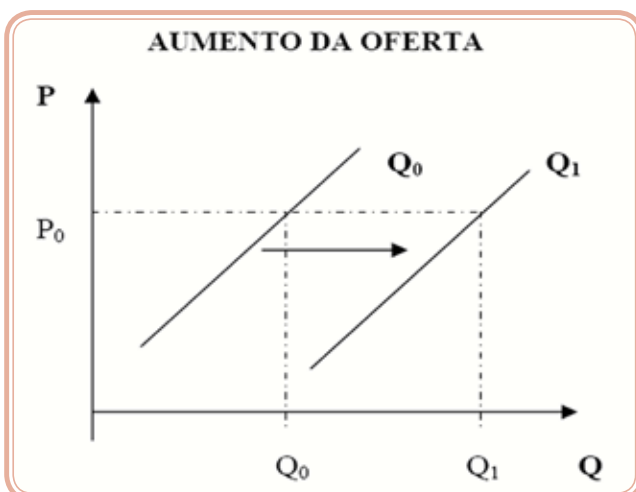


Figura 8: Aumento da Oferta.

Fonte: Dallagnol (2008, p.58).

Do mesmo modo que a demanda, a oferta de um bem real depende de um conjunto de fatores. São eles: a tecnologia, os preços de fatores produtivos (terra, trabalho, capital etc.) e o preço do bem que se deseja oferecer. Se permanecerem constantes todos os fatores citados, menos o preço do bem que se oferece, obteremos a relação existente entre o preço de um bem, por exemplo, as laranjas, e a quantidade de laranjas que um agricultor desejaria oferecer por preço, por unidade de tempo (DALLAGNOL, 2008).

Resumo

Nesta aula, você entrou em contato com a Teoria do consumidor e aprendeu como se comportam a Oferta e Demanda nos mercados.

Atividades de aprendizagem

1. São variáveis que influenciam na Demanda do consumidor, exceto:
 - a. A renda do consumidor
 - b. Os gostos e preferências
 - c. O preço de outros bens
 - d. O preço de um bem
 - e. O custo dos fatores de produção

2. São variáveis que influenciam na Oferta do produtor, exceto:
 - a. Melhorias tecnológicas
 - b. Hábitos ou gostos
 - c. Custo dos fatores de produção
 - d. Aumento do número de empresas

Aula 4 - Equilíbrio de mercado

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá como analisar graficamente como a oferta e a demanda atingem o equilíbrio no mercado. Aprenderá, também, que os mercados entram em desequilíbrio.

4.1 Entendendo o equilíbrio da oferta e da demanda

Quando colocamos em contato os consumidores e os produtores com seus relativos planos de consumo e produção, isto é, com suas respectivas curvas de demanda e oferta em um mercado particular, podemos analisar como acontece a interação entre ambos os agentes. Isoladamente, nem a curva de demanda, nem a curva de oferta poderiam nos dizer até onde podem chegar os preços ou em que medida os planos dos consumidores e dos produtores são compatíveis.

Costuma-se também dizer que o preço de equilíbrio *zera* o mercado. Na situação de equilíbrio, igualam-se as quantidades oferecidas e demandadas.

O dicionário define a palavra equilíbrio como: a situação em que várias forças são iguais e isso também descreve um equilíbrio de mercado. Ao preço de equilíbrio, a quantidade do bem que os compradores desejam e podem comprar é exatamente igual à quantidade que os vendedores desejam e podem vender.

O preço de equilíbrio é às vezes chamado de preço de ajustamento do mercado porque a este preço todo o mercado é atendido: os compradores compram o que desejam comprar e os vendedores vendem o que desejam vender.

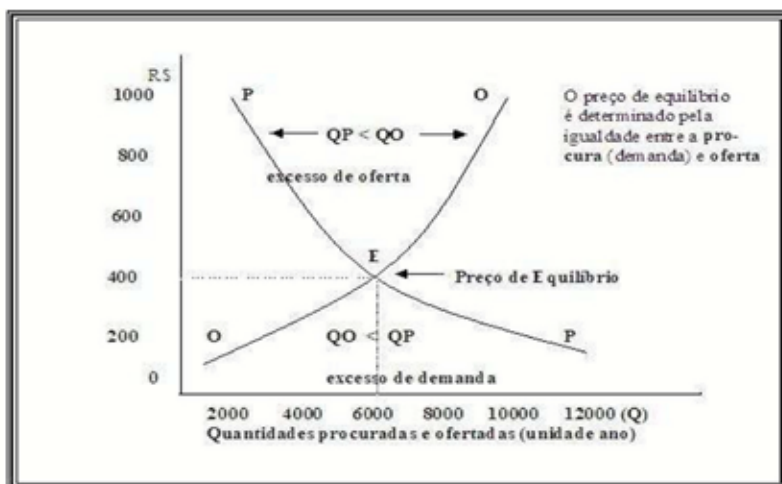


Figura 9: Equilíbrio de mercado.

Fonte: Dallagnol (2008, p.58).

De acordo com a Figura 9, podemos observar que, quando o preço é maior que o de equilíbrio, por exemplo, R\$ 600,00, a quantidade que os produtores desejam oferecer (800) excede à quantidade que os demandantes desejam adquirir (400), ou seja, provoca um excesso de oferta. E, devido à pressão da mercadoria excedente, que não é vendida, a concorrência entre os vendedores fará o preço descer até a situação de equilíbrio. Ao contrário, se o preço é menor que o de equilíbrio, por exemplo, R\$ 200,00, a quantidade que o demandante deseja adquirir (1.00) é maior que a oferecida pelos produtores (400), isto é, há *excesso de demanda*. Nesse caso, os compradores que não obtiveram a quantidade desejada do produto pressionarão a elevação de preços até adquirir a quantidade desejada.

O preço de equilíbrio é aquele em que coincidem os planos de demandantes ou consumidores e dos ofertantes ou produtores, que no caso da Figura 9 é 400,00 e as quantidades de demanda e oferta (é 600).

De acordo com Dallagnol (2008), são as forças e os mecanismos de mercado, através das leis da oferta e da procura, que conduzem à fixação de um preço de equilíbrio, capaz de harmonizar o conflito de interesses entre os produtores e os consumidores.

Sob a hipótese de o mercado estar em a uma situação de concorrência perfeita (estrutura de mercado que vimos anteriormente), o preço de equilíbrio será determinado pela livre manifestação das forças da oferta e da procura.

No Preço de Equilíbrio, a quantidade procurada se iguala a quantidade oferecida. Graficamente, o equilíbrio ocorre na intersecção (local onde as curvas se cruzam) das curvas da Procura e da Oferta. Para qualquer preço inferior, haverá excesso de procura e o preço tenderá a aumentar; para qualquer preço acima do de equilíbrio, haverá um excesso de oferta e o preço tenderá a baixar.

O Preço de Equilíbrio é aquele onde as quantidades, procurada e oferecida são iguais. Quando aquela igualdade não se verifica, diz-se que o mercado não está em equilíbrio ou está em desequilíbrio.

As atividades dos muitos compradores e vendedores conduzem automaticamente o mercado em direção ao preço de equilíbrio. Uma vez que o mercado alcança seu ponto de equilíbrio, todos os compradores e vendedores estão satisfeitos e não há pressões, para cima ou para baixo, sobre os preços. A rapidez com que os preços atingem seu nível de equilíbrio difere de mercado para mercado, dependendo da velocidade de ajustamento dos preços. Em muitos mercados livres, contudo, excesso e escassez são apenas temporários, porque os preços se movem rumo aos níveis de equilíbrio.

O Imprevisível Mercado Agrícola

Vivemos um tempo em que a economia esta atrelada absurdamente a produção de serviços. Em nível mais primário, o sistema econômico sempre se baseou na produção agrícola como o foi desde as primeiras eras. Quando uma sociedade gera excedente nestes produtos, permite-se trocar com outros bens mais nobres que a civilização industrial fabrica, e que lhe trazem conforto, prazer, alegrias, e no caso mais recente serviços de toda ordem. Depois do conforto dos bens, no dizer de Alvin Toffler, entramos na economia da terceira onda: o conhecimento.

Quer queiramos ou não, a base fundamental é a agricultura, porque sem o pão nosso de cada dia, para nos manter de pé, a outra economia não ocorre. Segundo as estatísticas mundiais, há um relativo equilíbrio entre a produção e o consumo mundial dos produtos agrícolas. Salvo pequenos momentos de perdas por fenômenos climáticos, os preços se mantiveram equilibrados e até caíram pelo ganho de produtividade, graças à tecnologia no campo, de fertilizantes e investimentos na irrigação. No período de 1974-2005, 75% dos produtos ofertados no mercado mundial sofreram queda de preços, que talvez possa explicar a grande expansão do PIB mundial. Comprando alimentos mais em conta, sobram mais recursos para adquirir bens de consumo e serviços, impulsionando o eixo econômico.

Entretanto, a partir de 2005, segundo “*The Economist*” os preços voltaram a subir e deverão se manter nesta condição pelo período de uma década, em torno de 10 a 15% de aumento. Em Dez/2010 alcançou o maior índice de preços desde 1990.

Pela economia convencional, o aumento dos preços das *comodities* deriva da escassez do produto e de baixos estoques. Nesta situação de economia, o aumento dos preços das *comodities*, particularmente da agropastoril, reflete uma situação de desequilíbrio entre a oferta e a demanda. Em linguagem técnica, a demanda está mais aquecida. O estranho é que agora, com excedente elevado, os preços dos produtos agrícolas, mais particularmente do trigo, estão em ascensão no mercado mundial. Visto que a produção de cereais em 2008 foi a maior da história, especula-se que 2010 será maior ainda. A revista citada denomina esse fato, pelo seu impacto sobre a economia internacional, de “*agflation*”. Mas onde está esta abundância?

O que pouco se fala é que estamos numa encruzilhada da história. Para atender a demanda crescente de novos “*gafanhotos*” humanos como os da China agora endinheirada, há necessidade de aumentar a produção. Mesmo que a agricultura seja intensiva, deverá consumir outros produtos da natureza de qualquer forma. Se aumentar a produção agregando novas áreas de plantio, terá de se buscar aquelas que ainda não foram tocadas pelo ser humano; neste caso lá se vai a biodiversidade. No longo prazo, temos imensas áreas desérticas disponíveis que com alta tecnologia podem ser aproveitadas, mas nossa fome vem a cada 6 horas.

O aumento dos preços do petróleo, pela demanda de produtos industriais e uma indústria automobilística altamente agressiva, para alimentar o sonho de milhões e milhões de pessoas no mundo inteiro, leva a um novo complicador. Com petróleo em alta, uma das alternativas está sendo direcionada para produtos biocombustíveis. Fora a mamona, os grãos como o milho e a cana de açúcar são excelentes na produção do etanol. Se forem desviados produtos da alimentação para o combustível, os alimentos se tornarão mais caros; neste caso; bilhões continuarão na miséria da fome, para que outros, agora apenas milhões, possam passear de automóvel impunemente e, claro, de barriga cheia.

Sergio Sebold - Economista e Professor - sebold@terra.com.br

Fonte: Disponível em: <<http://www.artigonal.com/meio-ambiente-artigos/o-imprevisivel-mercado-agricola-3977014.html>>. Acesso em: 13 mar. 2011.

Resumo

Nesta aula, você entrou em contato com o funcionamento dos mercados em equilíbrio e desequilíbrio.

Atividades de aprendizagem

1. O preço de equilíbrio é:
 - a. Aquele em que a quantidade ofertada é maior que a quantidade demandada.
 - b. Aquele em que a quantidade demandada é maior que a quantidade ofertada.
 - c. Aquele em que as quantidades demandadas e ofertadas não são iguais.
 - d. Aquele em que as quantidades ofertadas e demandadas são iguais.

2. O preço de equilíbrio é também chamado de:
 - a. Preço de oferta.
 - b. Preço de demanda.
 - c. Preço de ajustamento de mercado.
 - d. Preço de concorrência.

Aula 5 - Elasticidade

Objetivos

O objetivo desta aula é medir as elasticidades que têm a função de identificar as inter-relações entre duas variáveis. Em termos microeconômicos, verifica-se a inter-relação entre preço e demanda (elasticidade-preço da demanda) e preço e oferta (elasticidade-preço da oferta).

5.1 Elasticidade-preço da demanda

A lei da demanda nos diz que o preço e a quantidade demandada estão relacionados da seguinte forma: variação no preço de um bem será acompanhada de uma variação na quantidade demandada. Ou seja, a demanda é sensível ao preço. Para alguns bens, essa sensibilidade pode variar entre muito e pouco ou, simplesmente, não apresentar nenhuma variação. A elasticidade nos dá a intensidade desta sensibilidade.

5.1.1 Elasticidade no ponto

Para medirmos a intensidade podemos utilizar a elasticidade no ponto. Desta forma, conseguimos definir o coeficiente de elasticidade-preço da demanda que significa a variação percentual na quantidade demandada dividida pela variação percentual no preço, ou

$$Ed = \frac{\text{Variação Percentual da quantidade demandada}}{\text{Variação Percentual do preço}}$$

Onde, Ed é o coeficiente de elasticidade.

Outra forma de enunciar o coeficiente de elasticidade é a seguinte:

$$Ed = \frac{\% \Delta Qd}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Qd}{Qd}}{\frac{\Delta P}{P}}$$

Onde,

ΔQd = variação na quantidade demandada

Qd = quantidade demandada de onde se parte (inicial)

ΔP = variação no preço

P = Preço onde se parte (inicial)

Esta fórmula nos dá o coeficiente de elasticidade no ponto, ou seja, o valor da elasticidade no ponto do qual se partiu.

Vejamos isso através de um exemplo: Um bem X tem como preço inicial R\$ 5,00 e como demanda inicial 3 unidades. Após um tempo, o preço do bem X cai para R\$ 4,00 (preço final) e demanda aumenta para 4 unidades (demanda final). Calculando, temos:

$$Ed = \frac{\% \Delta Qd}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Qd}{Qd}}{\frac{\Delta P}{P}}$$

$$Ed = \frac{\frac{4-3}{3}}{\frac{4-5}{5}} = \frac{\frac{1}{3}}{\frac{-1}{5}}$$

$$Ed = - 1,6666$$

Este valor refere-se à elasticidade no ponto de onde se origina o movimento do preço (no caso, a diminuição do preço). Se tivéssemos feito o cálculo da elasticidade partindo de outro ponto como inicial (preço, R\$4 e demanda, 4), o resultado do coeficiente seria -1. O sinal negativo deve-se à relação inversa entre preço e quantidade (se o preço aumenta, a quantidade demanda cai; se o preço cai, a quantidade demandada aumenta). Mas, analisamos a magnitude desconsiderando o sinal.

5.1.2 Classificação da elasticidade-preço da demanda

Dependendo do valor do coeficiente, a demanda é classificada em três categorias:

Demanda elástica ($Ed > 1$)

$$Ed = \frac{\frac{\Delta Qd}{Qd}}{\frac{\Delta P}{P}} > 1$$

Se $E_d > 1$, significa que uma mudança (em termos percentuais) no preço provoca uma mudança de preço.

Suponha uma redução de 10% no preço de um bem que provoque um aumento de 40% na quantidade demandada. Nessas condições, o coeficiente da elasticidade-preço será:

$$E_d = \frac{40\%}{10\%} = 4$$

Ou seja, o produto tem alta sensibilidade a variações de preço, uma vez que a variação percentual da quantidade foi quatro vezes maior que a variação percentual de preço que lhe deu origem. Desta forma, casos em que a $E_d > 1$, dizemos que o bem tem demanda elástica.

Demanda Inelástica ($E_d < 1$)

$$E_d = \frac{\frac{\Delta Q_d}{Q_d}}{\frac{\Delta P}{P}} < 1$$

Se $E_d < 1$, significa que uma mudança (em termos percentuais) no preço provoca uma mudança (em termos percentuais) na quantidade demandada menor que a mudança de preço.

Suponha uma redução de 10% no preço de um produto eleva em 5% a quantidade demandada desse produto.

$$E_d = \frac{5\%}{10\%} = 0,5$$

Observa-se que a sensibilidade é baixa, ou seja, variações no preço provocam pouca reação da quantidade demandada. Neste caso, a $E_d < 1$, dizemos que o bem tem demanda inelástica.

Demanda com elasticidade unitária ($E_d = 1$)

$$E_d = \frac{\frac{\Delta Q_d}{Q_d}}{\frac{\Delta P}{P}} = 1$$

Se $E_d = 1$, significa que uma mudança (em termos percentuais) no preço provoca uma mudança (em termos percentuais) na quantidade demandada igual à mudança percentual havida no preço.

$$E_d = \frac{10\%}{10\%} = 1$$

Ou seja, verifica-se que a variação percentual na quantidade demandada é igual à variação percentual no preço que a ocasionou. Sendo assim, $E_d = 1$ a demanda tem elasticidade unitária.

5.2 Elasticidade-preço no ponto médio

Vimos que quando mudamos o valor que tomamos como ponto de partida - valor inicial - o coeficiente calculado também muda. Já o cálculo da elasticidade pelo ponto médio, evita-se este problema. Ou seja, independente do valor que tomamos como inicial e final, o resultado do coeficiente de elasticidade será o mesmo.

Assim, o cálculo no ponto médio faz-se da seguinte forma:

$$E_d = \frac{\frac{\Delta Q_d}{Q_1 + Q_2 / 2}}{\frac{\Delta P}{P_1 + P_2 / 2}}$$
$$E_d = \frac{\frac{30 - 10}{30 + 10 / 2}}{\frac{8 - 10}{8 + 10 / 2}}$$
$$E_d = 4,5$$

5.3 Elasticidade-preço cruzada da demanda

A quantidade demandada de uma particular mercadoria é afetada não somente pelo preço, mas pelo preço de outros bens relacionados (produtos substitutos ou produtos complementares).

$$E_{x,y} = \frac{\frac{Q_{d_{x2}} - Q_{d_{x1}}}{Q_{d_{x2}} + Q_{d_{x1}}}}{\frac{P_{y2} - P_{y1}}{P_{y2} + P_{y1}}}$$

O sinal do coeficiente mostra se os bens são complementares, substitutos ou independentes.

Se $E_{x,y} > 0$, os bens são substitutos,

$$E_{x,y} = \frac{\frac{4 - 2}{4 + 2}}{\frac{3 - 2}{3 + 2}} = 1,6$$

Observa-se que o coeficiente tem sinal positivo (valor maior que 0). Sendo assim, os bens X e Y são substitutos. Como, por exemplo, manteiga e margarina.

Se $E_{x,y} < 0$, os bens são complementares (como, por exemplo, pão e manteiga),

$$E_{x,y} = \frac{\frac{4-2}{4+2}}{\frac{3-2}{3+2}} = 1,6$$

iii) Se $E_{x,y} = 0$, os bens são independentes,

$$E_{x,y} = \frac{\frac{0}{1.000.000}}{\frac{25-10}{25+10}} = 0$$

Logo, os bens são independentes, ou seja, a variação do preço do café, por exemplo, não provoca aumento ou redução na quantidade demandada de automóvel.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- O conceito e a utilidade de se medir a elasticidade;
- Que a elasticidade no ponto pode variar quando mudamos o ponto de partida (o valor inicial) o valor do coeficiente também varia e, por isso, utiliza-se a elasticidade no ponto médio;
- Que o cálculo da elasticidade-preço cruzada nos fornece a relação existente entre os bens, ou seja, se são complementares, substitutos ou independentes.

Atividades de aprendizagem

1. Suponha que a elasticidade-preço da demanda por passagens aéreas seja 2. O que aconteceria com a quantidade demandada de passagens aéreas se o preço aumentasse em 5%?

- a) a quantidade demandada de passagens aumenta em 10%.
- b) a quantidade demandada de passagens reduz em 10%.
- c) a quantidade demanda de passagens aumenta em 5%.
- d) a quantidade demanda de passagens reduz em 5%.

2. Suponha que um aumento de 10% no preço do bem X tenha provocado uma diminuição de 5% na quantidade adquirida do bem Y. Assumindo que os demais fatores permaneceram constantes, então os bens X e Y são:

- a. Complementares;
- b. Substitutos;
- c. Inferiores;
- d. Independentes;
- e. Nenhuma das alternativas.



Comprar em supermercados e mercearias pode nos ensinar muito sobre Economia. Veja bem, se o preço do sorvete aumentar, você tende a comprar menos cobertura. Se o leite fica mais caro e você reduz o consumo, acabará cortando também o chocolate em pó. Esses bens: Sorvete e cobertura, leite e chocolate em pó podem ser considerados bens complementares. Se um produtor não tiver conhecimento disso, certamente ele pode estranhar a redução inesperada no consumo de alguns produtos. Do que deve desconfiar, por exemplo, um produtor de manteiga quando as pessoas param de comprar seus produtos? Ele poderá observar o preço de um possível substituto: a margarina. Manteiga e margarina podem ser chamados de bens substitutos. É importante dizer que esses conceitos de bens substitutos e complementares diferem de pessoa para pessoa. Para algumas pessoas, o telão e a pipoca do cinema não podem ser substituídos de forma alguma pela TV e o sofá de casa.

Aula 6 - Elasticidade-preço da oferta

Objetivos

Vimos, na aula anterior, como calcular o coeficiente da elasticidade-preço da demanda. Nesta aula, o objetivo é medir a elasticidade da oferta, ou seja, identificar as inter-relações entre duas variáveis - preço e quantidade ofertada.

6.1 Elasticidade-preço da oferta

A elasticidade-preço da oferta é um instrumento importante para entendermos como funciona a relação entre preço e quantidade ofertada, da mesma forma que vimos para o caso da demanda. A elasticidade-preço da oferta mede, então, a sensibilidade da quantidade ofertada quando há variações no preço. Formalmente, definimos como a variação percentual na quantidade ofertada dada uma variação percentual no preço. Como na elasticidade-preço da demanda, o coeficiente da elasticidade-preço da oferta também nos dá a intensidade da sensibilidade dessa inter-relação.

$$E_o = \frac{\text{Variação Percentual da quantidade ofertada}}{\text{Variação Percentual do preço}}$$

Onde, E_o é o coeficiente de elasticidade-preço da oferta.

Outra forma de enunciar o coeficiente de elasticidade-preço da oferta é a seguinte:

$$E_o = \frac{\frac{\% \Delta Q_o}{Q_o}}{\frac{\Delta P}{P}}$$

Onde,

- ΔQ_o = variação na quantidade ofertada
- Q_o = quantidade ofertada de onde se parte (inicial)
- ΔP = variação no preço
- P = Preço de onde se parte (inicial)

Esta fórmula nos dá o coeficiente de elasticidade no ponto, ou seja, o valor da **elasticidade no ponto** do qual se partiu.

Da mesma forma que na elasticidade-preço da demanda, no caso da oferta, também é recomendável calcular a elasticidade-preço da oferta no ponto médio, uma vez que também enfrentamos o problema de resultados diferentes do coeficiente de elasticidade, caso mudemos o ponto de partida (inicial).

Logo, a elasticidade-preço da oferta calcula-se da seguinte forma:

$$E_o = \frac{\frac{\Delta Q_o}{Q_{o_1} + Q_{o_2} / 2}}{\frac{\Delta P}{P_{o_1} + P_{o_2} / 2}}$$

Onde, Qo1 = quantidade ofertada de onde se parte

Qo2 = quantidade final; e, P1 e P2 o primeiro e segundo preços, respectivamente:

6.1.1 Classificação do coeficiente

Oferta elástica

Se tivermos uma variação percentual na quantidade demanda maior e na mesma direção que a variação percentual no preço, o coeficiente de elasticidade-preço da oferta será **elástico** ($E_o > 1$).

$$E_o = \frac{\frac{\Delta Q_o}{Q_o}}{\frac{\Delta P}{P}} > 1$$

Oferta inelástica

Se tivermos uma variação percentual na quantidade ofertada menor e na mesma direção que a variação percentual no preço, o coeficiente de elasticidade-preço da oferta será **inelástico** ($E_o < 1$).

$$E_o = \frac{\frac{\Delta Q_o}{Q_o}}{\frac{\Delta P}{P}} < 1$$

Oferta com elasticidade unitária

Caso a variação percentual na quantidade ofertada seja igual e na mesma direção que a variação percentual no preço, o coeficiente de elasticidade-preço da oferta será unitário, desta forma:

$$E_o = \frac{\frac{\Delta Q_o}{Q_o}}{\frac{\Delta P}{P}} = 1$$

Oferta perfeitamente inelástica, rígida ou anelástica

Quando temos uma situação em que a oferta se encontra numa dessas condições, o coeficiente de elasticidade será nulo, ou seja, as quantidades ofertadas de determinado bem ou serviço não têm relação com as variações no seu preço. De outra forma, significa dizer que as quantidades ofertadas permanecerão constantes e independentes das variações nos preços dos bens ou serviços.

$$E_o = \frac{\% \Delta Q_o}{\% \Delta P} = 0$$

Logo, a elasticidade-preço da oferta é zero, significando que a quantidade ofertada não varia quando o preço muda.

A elasticidade-preço da oferta na prática

Suponha que o preço do leite aumente de R\$2,00 para R\$2,20 e quantidade ofertada aumenta de 100 milhões para 120 milhões de litros. Em outras palavras, um reajuste do preço de 10% implicou num aumento de 20% na quantidade ofertada; logo, a elasticidade-preço da oferta de leite é 2,0:

$$E_o = \frac{20\%}{10\%} = 2,0$$

Quando o preço de determinado bem aumenta, a reação dos produtores é aumentar a produção. Porém, apesar de preços altos serem um incentivo para que produtores produzam mais, essa reação é restrita pela capacidade limitada das instalações de produção de suas empresas. No entanto, com o passar do tempo, novas empresas podem entrar no mercado e as empresas pioneiras podem construir novas instalações de produção e, conseqüentemente, haverá, no longo prazo, uma resposta maior. À medida que o tempo passa, a oferta fica mais elástica, dado que um número maior de empresas terá tempo para construir novas instalações e aumentar a quantidade de bens e serviços ofertados (O'SULLIVAN et AL, 2004).

No exemplo do leite visto anteriormente, que se refere ao setor de laticínios, mostra-se a diferença entre elasticidade no curto e no longo prazo. Num período de um ano, a elasticidade-preço da oferta é 0,12, significando que se o preço do leite for reajustado em 10%, a quantidade demandada será reajustada em 1,2%. Num período de 10 anos, a elasticidade-preço da oferta no setor é de 2,5, ou seja, se o preço aumentar em 10%, a quantidade ofertada aumentará 25%.

Logo, no longo prazo, os produtores ampliam suas instalações e a reação ao aumento do preço é bem maior.

A mesma fórmula utilizada para calcular a elasticidade-preço da oferta pode ser utilizada para prever o efeito de mudanças nos preços sobre a quantidade ofertada pelo mercado. Suponha que a elasticidade seja de 0,8 e que o preço aumente em 5%, assim, chegaríamos num aumento previsto de 4% na quantidade ofertada como apresentado abaixo:



Mercado do boi gordo segue com expectativa de pouca elasticidade para os preços

O mercado do boi gordo segue estabilizado, sem grandes alterações tanto para os preços, quanto para questão da oferta, que continua curta. Grande parte dos negócios gira em torno de R\$ 103,00 a R\$104,00/@ à vista.

Para Caio Junqueira da Cross Investimentos, o que mudou nos últimos dias foi a pressão por parte dos frigoríficos.

“Eles trabalham hoje um pouco mais tranquilos porque têm uma remuneração um pouco melhor em cima desse boi que ele está comprando”, afirma. Segundo o analista, o que poderia trazer desequilíbrio ao mercado do boi gordo é o fator do consumo. “Eu acredito que o consumo deve se manter e não recue. Acredito que o mercado interno é de estabilidade para leve queda, eu diria, e o mercado externo é de estabilidade para leve alta”, conclui. As expectativas para os preços neste ano são de pouca elasticidade tanto para alta quanto para baixa. Os preços deverão se manter firmes até maio, quando a oferta de animais pode aumentar com o início do período de seca.

Fonte: Fonte: Notícias Agrícolas // Aleksander Horta e Marília Pozzer. Março de 2011.

$$E_o = 0,8 = \frac{\% \Delta Q_o}{5\%} = \frac{4\%}{5\%}$$

Segundo Sullivan et al (2004) no caso de produtos agrícolas, sabemos que os governos estabelecem preços mínimos (detalharemos mais adiante essa política do governo). Quanto mais alto for o preço mínimo, maior será a quantidade ofertada, consistente com a lei de oferta. Tendo conhecimento da elasticidade-preço da oferta, também podemos prever quanto a mais será ofertado a um preço mais alto. Se o preço mínimo do feijão, por exemplo, for de 10% e a elasticidade preço da oferta for 0,6, a quantidade ofertada de feijão aumentará 6%:

$$E_o = 0,6 = \frac{\% \Delta Q_o}{10\%} = \frac{6\%}{10\%}$$

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- O conceito e a utilidade de se medir a elasticidade-preço da oferta;
- Que o coeficiente de elasticidade-preço da oferta, assim como a elasticidade-preço da demanda quando calculadas no ponto, pode variar quando mudamos o valor de partida (o valor inicial); assim, utiliza-se a elasticidade no ponto médio;
- Que calcular a elasticidade-preço da oferta é importante para fazermos uma previsão do mercado de determinado bem ou serviço;
- Que curto e longo prazo podem intervir na magnitude da elasticidade.

Atividades de aprendizagem

1. Se um aumento de 10% no preço eleva a quantidade ofertada em 15%, a elasticidade preço da oferta é:

- a. 2,0
- b. 0,5
- c. 1,5
- d. 1,0

2. Suponha que a elasticidade-preço da oferta de um tipo de queijo seja de 0,8. Se o preço desse queijo sobe 20%, qual será a percentagem de variação na quantidade ofertada?

- a. 18%
- b. 16%
- c. 10%
- d. 20%

Aula 7 - Teoria da firma e da produção

Objetivos

Nesta aula, você entenderá o desenvolvimento de competências e habilidades que tornem possível o entendimento de conceitos fundamentais em economia como: as regras econômicas fundamentais da produção de bens e serviços no interior de uma empresa; as regras de formação de custos de produção de bens e serviços na empresa; o significado da Lei dos Rendimentos Decrescentes que se aplica ao processo produtivo e à formação dos custos, no interior de uma empresa e na economia em geral e os pontos que revelam a maximização do lucro da empresa e o momento que a empresa deve encerrar suas atividades.

7.1 Conceitos fundamentais

Antes de dar início a esta aula, é interessante que você entenda alguns conceitos imprescindíveis para uma melhor compreensão da teoria da firma e da produção.

Firma ou empresa: é a unidade básica de produção de bens ou prestação de serviços, por exemplo: uma sorveteria, um supermercado.

Processo produtivo: consiste na combinação de fatores de produção (terra, trabalho, capital) e demais insumos, para resultar num bem ou serviço (chamado de produto).

Empresário: responsável pelas decisões sobre a produção - quais produtos serão gerados, quais métodos e técnicas serão utilizados, qual a combinação de fatores de produção será adotada. Para simplificar, adotamos o modelo do empresário-proprietário (diferente daquele empresário contratado para prestar determinadas funções administrativas). O primeiro é dono do capital e pode obter lucro ou prejuízo, isto é, corre riscos.

Curto prazo (CP): no processo produtivo, o curto prazo é aquele período de tempo no qual pelo menos um dos fatores de produção é fixo. Ou seja, quando consideramos uma fazenda ou sítio, a terra, por exemplo, não será ampliada em extensão (o que envolveria novos investimentos). Numa fábrica ou oficina, o capital físico (máquinas, instalações) também será constante, podendo variar o fator trabalho e as matérias-primas, energia, etc.

Longo prazo (LP): considera-se aqui um período mais amplo de tempo, no qual todos os fatores são considerados variáveis, ou seja, aumenta o número de funcionários, aumenta a quantidade de matérias primas, aumenta o tamanho da terra, etc.

Custo Fixo (CF): representa a parte da despesa que não é afetada pelo nível de produção, ou seja, representa o valor da despesa que se verifica mesmo que o nível de produção seja zero. Por exemplo, numa frutaria, podemos dizer que os custos fixos são: aluguel, o pagamento ao contador, ou seja, independente da frutaria vender ou não, terá que pagar essas despesas.

Custo Variável (CV): representa a parte das despesas que variam com a produção, ou seja, que aumentam quando o nível de produção aumenta e vice-versa. Por exemplo, numa fábrica, a despesa com matérias-primas é um custo variável, pois está diretamente relacionado com a quantidade produzida. Se o dono da fábrica quiser produzir mais margarina, ele terá que aumentar a matéria prima, aumentar o número de funcionários, etc.

O Custo Marginal (Cmg): representa o acréscimo de custo que se verifica quando é produzida uma unidade adicional do bem. Por exemplo, numa empresa que produza 100 computadores a um custo total de R\$50.000,00 ao passar a produzir 101 computadores, o custo total passa a ser de R\$50.500,00, o custo marginal é de R\$500,00 (R\$ 50.500,00/101).

Função de produção: é a relação matemática que expressa as quantidades dos diversos insumos necessárias à produção de uma unidade do bem final. De forma alternativa, também pode ser entendida como a quantidade máxima do bem final, que se obtém com o uso de quantidades definidas dos fatores de produção. Seu formato geral é:

$$Q = f(N, T, K), \text{ onde:}$$

Q = quantidade do bem final

N = recursos naturais utilizados (o fator terra, ou natureza)

T = quantidades de trabalho utilizadas

K = quantidades de capital utilizadas

7.2 Receita, custo e lucro

O objetivo de toda firma ou empresa numa economia de mercado, é o lucro. Por hora, vamos deixar de lado o Governo e as Organizações sem fins lucrativos.

Por definição, os lucros são obtidos pela diferença entre a Receita Total (RT) da empresa e seus Custos Totais (CT). No caso da receita, basta multiplicar a quantidade (Q) total de produtos vendidos por um período de tempo (mês, ano) por seus preços (P).

Assim:

$$RT = Q \times P$$

7.3 Produto total, médio e marginal

Iniciamos com uma empresa operando no curto prazo. Vimos que esse conceito refere-se ao espaço de tempo em que pelo menos um dos fatores é fixo. Imaginemos, então, uma plantação de tomates num sítio. No curto prazo, a quantidade de terra utilizada é fixa. Muda somente a força de trabalho, que pode ser aumentada para aumentar a produção. Observe a tabela a seguir:

TABELA 1 - Produto Total, Produto Médio e Produto Marginal			
Trabalhadores	Produto Total - PT (Kg)	Produto Médio - Pme	Produto Marginal - Pmg
1	20	20	20
2	42	21	22
3	67	22	25
4	90	23	23
5	108	22	18
6	118	20	10
7	117	17	-1
8	103	13	-14

Fonte: Elaboração própria.

O Produto Médio (PMe) é resultado da divisão do Produto Total (PT) pelo número de trabalhadores, isto é, pelo volume do fator variável.

Na coluna do Produto Marginal (PMg), verificamos a contribuição individual de cada novo trabalhador ao aumento da produção. Aí, notamos que, até o terceiro, cada trabalhador faz aumentar a produção acima do anterior, mas do quarto trabalhador em diante a contribuição individual passa a cair. Em outras palavras, o Produto Marginal é crescente no início (aumentou de 20 para 22 e de 22 para 25) e depois passa a ser decrescente (reduz de 25 para 23). Observamos que, no sétimo trabalhador, o Produto Marginal começa a ser negativo, reduzindo a produção total cada vez mais a cada trabalhador adicional.

Você deve estar perguntando: porque isso acontece? Isso ocorre porque o acréscimo inicial de trabalhadores permite aumentar a divisão do trabalho entre eles, aumentando a produção total em ritmo crescente. Porém, a partir de certo ponto, como a terra é fixa, o espaço de cada um se reduz, a divisão de tarefas esgota seu efeito benéfico e acaba havendo ociosidade: terá que haver “rodízio” entre os trabalhadores para produzir tomates. No final, há tanta gente no mesmo espaço que eles começam - literalmente - a “pisar nos tomates”, prejudicando a produção.

Os números podem variar, mas o processo descrito é comum a todos os processos produtivos. Quando um dos fatores é fixo, o decréscimo

do Produto Marginal é uma regra geral. Essa regra leva o nome de Lei dos Rendimentos Decrescentes, ou Lei do Produto Marginal Decrescente. Ela tem um impacto importante pelo lado da produção e, também, como veremos, pelo lado dos custos.

Antes disso, vamos observar mais alguns detalhes. Você notou que o Produto Médio começa a cair depois de ser alcançado pelo Produto Marginal?

A razão é fácil de entender: se o PMg começa a cair, no momento em que ele passa a ser menor que o PME, estará “puxando” este último para baixo. Basta pensar que PMg é o acréscimo no total trazido pelo último trabalhador. Se for menor que a média de todos os trabalhadores anteriores, estará puxando esta média para baixo.

7.4 Custo total, médio e marginal

Observemos agora o lado dos custos. A Lei dos Rendimentos Decrescentes nos diz que o aumento do fator variável causa primeiro um aumento e depois uma queda no Produto Marginal, isso significa que, a cada aumento no volume de produção, teremos inicialmente uma queda no custo de uma nova unidade e, em seguida - quando a Lei dos Rendimentos Decrescentes se manifesta -, um aumento no custo de cada nova unidade produzida. O motivo é que precisaremos acrescentar quantidades cada vez maiores do fator variável para obter o mesmo aumento de produção.

O custo de produção se apresenta de maneira oposta ao do Produto Total: até certo nível de produção, ele aumenta as taxas decrescentes (ou seja, o custo começa caindo), daí em diante, começa a aumentar. O Custo Médio e o Custo Marginal comportam-se de forma oposta ao PME e ao PMg: começam caindo e a partir de certo ponto, passam a crescer. Isto também é fácil de entender: se o próximo quilo de tomates tiver um acréscimo de custo sobre o anterior, maior que o custo médio até o momento, ele arrastará esse custo médio para cima.

7.5 Custo total, custo fixo e custo variável, custos médios e custo marginal

Dividindo-se o custo total pela quantidade produzida, obtém-se o custo médio (Cme):

$$Cme = \frac{CT}{Q}$$

Como $CT = CF + CV$, vem:

$$Cme = \frac{CF + CV}{Q}$$

$$Cme = \frac{CF}{Q} + \frac{CV}{Q}$$

$$\frac{CF}{Q}$$

É o custo fixo médio (CFme), que é obtido dividindo-se o custo fixo (CF) pela quantidade produzida (Q).

$$\frac{CF}{Q}$$

É o Custo variável médio (CVme), que resulta da divisão do custo variável (CV) pela respectiva quantidade produzida (Q).

O custo médio corresponde à soma do custo fixo médio (CFme) com o custo variável médio (CVme):

$$Cme = CFme + CVme.$$

O custo marginal (CMg) é definido como o acréscimo do custo total quando se fabrica uma unidade adicional do produto. Veremos na tabela à frente.

7.6 Comportamento dos custos de produção no curto prazo

Veremos agora um exemplo bastante simples para melhor compreender o comportamento dos custos de produção no curto prazo.

Numa determinada empresa (Cia. Brasil), em que o volume mensal de produção possível varia entre zero e dez unidades, o comportamento dos custos está representado na TAB. 2:

TABELA 2 - comportamento dos Custos na empresa Cia. Brasil						
Quantidade Produzida (Q)	Custo Fixo (CF)	Custo Variável (CV)	Custo TOTAL (CT)	Custo Fixo Médio (CFme)	Custo Variável médio (CVme)	Custo Médio (Cme)
(1)	(2)	(3)	(4) =(2) + (3)	(5)=(2)/(1)	(6)=(3)/(1)	(7)=(5)+(6)
0	15	-	15,00	-	-	-
1	15	2,00	17,00	15,00	2,00	17,00
2	15	3,50	18,50	7,50	1,75	9,25
3	15	4,50	19,50	5,00	1,50	6,50
4	15	5,75	20,75	3,75	1,44	5,19
5	15	7,25	22,25	3,00	1,45	4,45
6	15	9,25	24,25	2,50	1,54	4,04
7	15	12,51	27,51	2,14	1,79	3,93
8	15	17,50	32,50	1,88	2,1	4,07
9	15	25,50	40,50	1,67	2,83	4,50
10	15	37,50	52,50	1,50	3,75	5,25

Fonte: Elaboração própria.

7.7 Os custos no longo prazo

Como vimos, considera-se longo prazo o período de tempo no qual todos os fatores de produção são variáveis.

Neste caso, desconsideramos os custos fixos. Trabalhamos apenas com o custo médio e o custo marginal. Vamos chamar o custo médio de longo prazo de C_{meLP} e o custo médio de curto prazo de C_{meCP} e verificar o que acontece à medida que a empresa vai ampliando sua escala de produção (buscando produzir mais), ou seja, aumentando todos os seus fatores de produção (inclusive o terreno, as instalações, o maquinário etc.).

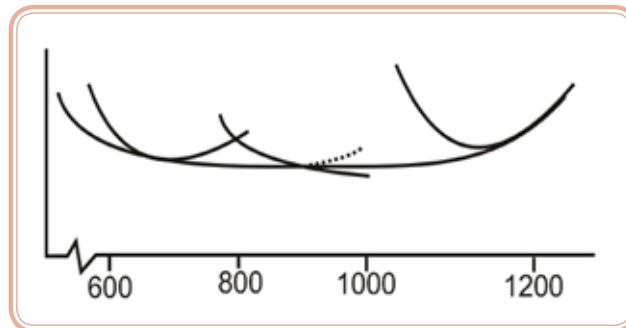


Figura 10: Curvas de custo médio de curto prazo (C_{meCP}) e longo prazo (C_{meLP}).
Fonte: Elaboração própria.

O gráfico nos mostra três alternativas de tamanho (ou escala) de empresa. Cada uma apresentará sua curva de custo médio de curto prazo (C_{meCP}). O menor tamanho refere-se à produção de 600 unidades e o maior, à produção de 1.200 unidades. O que ocorre é que, à medida que a empresa aumenta a produção, ela consegue reduzir o custo médio, porém, partir de certo ponto, um maior tamanho de empresa (o que significa variar os fatores de produção mantidos fixos até o momento) trará custos médios menores que o atual. Ou seja, quantidades significativamente maiores do que 600 podem ser produzidas com menor custo, se houver um aumento da escala de produção da empresa. A partir desse ponto, os custos médios voltam a aumentar. Caso o aumento de produção persista, uma terceira escala, maior que as anteriores, acabará sendo mais conveniente.

Observe, ainda, que, a cada ampliação da escala da empresa, os custos médios tendem a situar-se abaixo daqueles existentes na escala anterior. Ou seja, mesmo reproduzindo o formato de U (os custos começam altos, vai caindo e depois passam a subir) devido à Lei dos Rendimentos Decrescentes, o custo médio vai descendo de patamar com as sucessivas ampliações do porte da empresa. Na verdade, estamos vendo um processo que fica mais claro ao traçarmos a curva de custo médio de longo prazo (C_{meLP}) em conjunto com as diversas C_{meCP} 's possíveis. Basta pensar que, no exemplo do gráfico, estamos trabalhando ao mesmo tempo no curto e no longo prazo: as variações de tamanho de empresa ocorrem em períodos maiores e, a cada mudança, observamos o comportamento dos custos no curto prazo, isto é, até a próxima ampliação.

Percebemos que a curva de custo médio de longo prazo, (CMeL,P) envolve todas as curvas de custo médio de curto prazo (CmeC), “por baixo”. Esse formato faz com que CmeL seja chamada de “curva envelope”. Ela mesma, porém, mantém o formato de U. O que ocorre é que, durante um tempo maior que nas situações de curto prazo, o custo médio de longo prazo mantém a tendência decrescente. Contudo, a partir de certo ponto, a Lei dos Rendimentos Decrescentes passa a manifestar-se também no longo prazo.

Isso nos informa que, aumentando a escala de produção da empresa, poderemos fazer cair o custo médio por mais tempo. Esse fato, de maiores escalas de produção refletirem-se em custos mais baixos, é o que denominamos de rendimentos crescentes de escala.

A empresa obtém ganhos com a redução de custos durante um tempo maior, através da ampliação de seu tamanho ou porte. A causa fundamental desses ganhos é o que chamamos de economias de escala. O que isso quer dizer? Isso quer dizer que obtemos economias de escala quando, dobrando os fatores de produção da empresa, a quantidade produzida mais do que dobra. Isso decorre de vários fatores:

- Divisão e especialização do trabalho, que ocorre com maior intensidade em empresas de maior porte (a empresa conta com um maior número de pessoas que dividem as tarefas e se especializam melhor em determinadas funções, melhorando assim, sua produtividade).
- Vantagens na compra de fatores de produção, pois as grandes empresas obtêm maiores descontos ao realizar compras no atacado (compram quantidades maiores e conseguem pagar mais barato).
- Vantagens nas operações financeiras: as taxas de juros e condições de pagamento favorecem geralmente os pacotes financeiros de maior valor em detrimento de empréstimos e financiamentos de menores valores.
- Tamanho dos equipamentos: máquinas e equipamentos mais produtivos e eficientes costumam ter um porte mínimo muitas vezes superior à escala de produção de pequenas empresas, o que os torna economicamente viáveis apenas para empresas maiores. Veja bem, às vezes, um pequeno supermercado não compraria uma empacotadora, mas para um grande supermercado, seria muito eficiente.

Por outro lado, mesmo no longo prazo acaba ocorrendo a tendência ao crescimento dos custos, visível na parte ascendente da curva CMeL. Ela expressa as chamadas “deseconomias de escala”, que podem ser resumidas em dois itens: a perda de eficiência administrativa, uma vez que, grandes empresas apresentam maior dificuldade para uma administração eficiente, e o aumento nos preços dos fatores de produção, uma vez que essas mesmas empresas acabam pressionando o mercado de fatores (terra, trabalho, capital, matérias-primas etc.), levando à alta dos seus preços.

A-Z

Economia de escala:

são os ganhos que se verificam no produto e/ou nos seus custos, quando se aumenta a dimensão de uma fábrica, de uma loja ou de uma indústria.

Deseconomia de Escala:

acontece quando uma empresa aumenta seus fatores de produção, mas o produto final aumenta em menor proporção ao aumento dos fatores.

7.8 Lucro máximo e lucro mínimo - O *Break-Even-Point*

O objetivo da maioria das empresas é o lucro. O lucro, por definição, é a diferença entre a Receita total e o Custo total. Qual será o ponto que maximiza o lucro da empresa?

O raciocínio é simples: enquanto a próxima unidade produzida e vendida trazer um acréscimo de receita maior que o custo de produção dessa unidade, haverá um crescimento do lucro total da empresa. Em outras palavras, enquanto a Receita Marginal for superior ao Custo Marginal, o lucro total aumentará. A receita é o produto da quantidade vendida pelo preço de mercado, ou seja,

$$RT = P \times Q$$

Nessas condições, estamos supondo que o produtor não influencia o preço de mercado. Ou seja, estamos trabalhando com o modelo da concorrência perfeita (reveja a aula de estruturas de mercado). Assim, o preço é fixo, o que faz com que a Receita Marginal seja constante (a empresa receberá pela próxima unidade o mesmo que recebeu pela última). Por sua vez, o Custo Marginal apresenta tendência crescente, a partir da manifestação da Lei dos Rendimentos Decrescentes. Desta forma, a quantidade em que o Custo Marginal se iguala à Receita Marginal representa o ponto de lucro máximo da empresa. Quantidades menores que essa implica em que há espaço para ganhar lucros adicionais com o aumento da produção e das vendas; quantidades superiores a essa trarão um Custo Marginal maior que a Receita Marginal, reduzindo o lucro total da empresa. Podemos ver esse processo na Figura 11:

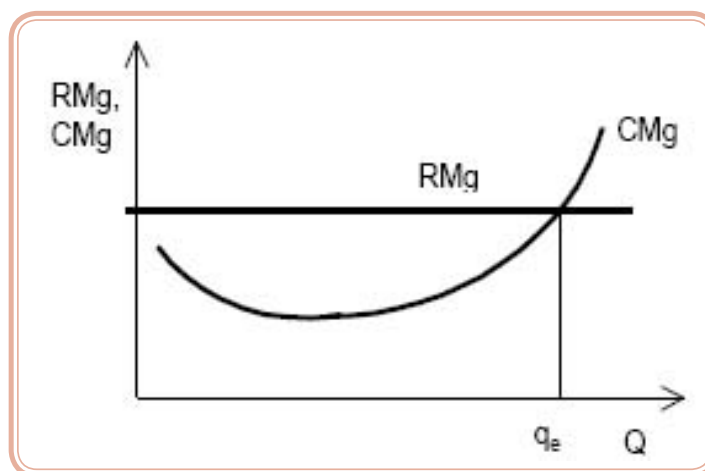


Figura 11: Curvas de Receita Marginal e Custo Marginal.
Fonte: Elaboração própria.

A quantidade que maximiza o lucro da empresa, ao igualar a receita marginal e o custo marginal é q_e . Qualquer quantidade à sua esquerda signi-

fica lucros menores, pois ainda há espaço para obter $RMg > CMg$. Qualquer ponto à direita de q_e trará prejuízo, reduzindo o lucro total da empresa.

Agora, vamos buscar o extremo oposto, isto é, o ponto no qual a empresa fechará as portas. Rigorosamente, esse ponto é o que apresenta lucro zero. Neste ponto, a receita da empresa cobre inteiramente os seus custos, sem nenhuma sobra, ou seja:

$$LT = 0$$

Se o lucro total é igual à Receita Total subtraída do Custo Total, temos:

$$RT - CT = 0, \quad \text{logo:}$$

$$RT = CT$$

Este ponto representa o limite de operação da empresa. Caso os custos comecem a superar a receita, ela entrará em prejuízo e, conseqüentemente, terá que encerrar as atividades. Esse ponto-limite denomina-se *break-even-point* (ponto de equilíbrio), ou ponto de equilíbrio da empresa.

É possível determinar qual a quantidade produzida que corresponde ao *break-even-point*. Para isso, devemos lembrar três fórmulas vistas mais anteriormente:

$$1- RT = P \times Q$$

$$2- CT = CF + CV$$

$$3- CVMe = \frac{CV}{Q}, \text{ de onde: } CV = CVMe \times Q$$

Vamos substituir essas relações na equação acima do lucro zero:

$$RT = CT$$

$$P \times Q = CF + (CVMe \times Q); \text{ logo,}$$

$$(P \times Q) - (CVMe \times Q) = CF; \text{ colocando } Q \text{ em evidência, vem:}$$

$$Q (P - CVMe) = CF; \text{ finalmente, temos:}$$

$$Q = \frac{CF}{P - CVMe}$$

Assim, conhecendo os parâmetros CF, P e CVMe, podemos determinar qual será a quantidade mínima necessária para a empresa se manter em operação, ou seja, o ponto que a empresa tem lucro zero (a receita cobre os custos).

Uma última observação: este conceito de ponto de equilíbrio é válido no longo prazo. Porém, no curto prazo, podemos estabelecer um ponto ainda mais abaixo, no qual a empresa continuará operando. Com efeito, encerrar as atividades poderá ser bastante oneroso, uma vez que os custos



Ponto de equilíbrio (do inglês *break-even-point*) é a denominação dada ao estudo, nas empresas, onde o total das receitas é igual ao total das despesas. Neste ponto, o resultado, ou lucro final, é igual a zero.



Oneroso:
que ocasiona despesas,
gastos.

fixos não cessam automaticamente e, ainda, são acrescidos de outros custos, como os trabalhistas e burocráticos (taxas etc.).

Caso haja alguma expectativa de retornar a um nível de atividade igual ou superior ao *break-even-point*, pode ser mais interessante manter a empresa em funcionamento durante algum tempo, com prejuízo. Esse novo ponto-limite é aquele em que a receita cobre, pelo menos, os custos variáveis. Enquanto o faturamento (receita) cobrir estes custos, desde que se preveja a retomada do nível normal de atividade em prazo breve, pode ser menos oneroso incorrer nos custos fixos - totais ou parciais - como prejuízo, do que incorrer nestes custos, mais aqueles decorrentes do fechamento da empresa, sem receita nenhuma. Somente quando o faturamento não chegar a cobrir sequer os custos variáveis, a empresa pode se vir obrigada a fechar “as portas”, no curto prazo.

Texto complementar

TEORIA DA FIRMA: uma relação entre a empresa e o mercado

Silvia Ferreira Persechini

A Teoria da Firma é um conceito criado pelo economista britânico Ronald Coase, em seu artigo *The Nature of the Firm*, de 1937.

Coase explica que as “firmas” são organizadas para atuarem nos mercados, com o objetivo de diminuir os custos de transação que são os incorporados por terceiros nas negociações econômicas do mercado (custos de informações, custos contratuais etc.). Em outras palavras, para o criador dessa Teoria, os agentes econômicos não atuam diretamente no mercado, as empresas são criadas e estruturadas para tanto¹.

Nesse particular, Rachel Sztajn registra que:

Diferentes técnicas são empregadas pelos agentes econômicos para exercer domínio sobre a informação e o conhecimento disseminados em ambiente social que muda rapidamente. Por isso, para superar essas dificuldades, reduzir riscos e custos inerentes à produção de bens e serviços destinados a mercados, os agentes optam por criar outra estrutura, destinada a facilitar o tráfico negocial, organização essa que é a empresa, estrutura hierárquica em que se procura harmonizar esses diversos interesses, ao mesmo tempo em que se diminuem custos de transação.

A partir dessa concepção, foi construída a Teoria da Firma, que estuda o comportamento da unidade do setor da produção. Ela procura explicar a forma de proceder da sociedade empresária quando esta desenvolve a sua atividade produtiva, para a produção de bens ou de serviços com mais eficiência.

O mercado é o ambiente virtual onde acontecem as negociações contratuais, a circulação de bens, a celebração de contratos entre sociedades e entre consumidores e sociedades para a aquisição de bens.

Para atuar diretamente no mercado, há, logicamente, os custos de transação. Por isso, depender exclusivamente dele para realizar as trocas econômicas não é eficiente; mormente porque há momentos em que haverá escassez de alguns dos necessários fatores de produção - por exemplo, de uma mão-de-obra para se realizar um trabalho específico ou de uma matéria-prima especial.

De acordo com a Teoria da Firma, a organização de sociedades empresárias é necessária para diminuir os custos de transação que recaem sobre o empreendedor, em razão das instabilidades e imperfeições do mercado.

Por meio da criação de sociedades empresárias, haverá formações de equipes organizadas (prestadores de serviços e fornecedores de recursos) sob o controle de gestão de um único empresário, o que ensejará uma produtividade mais eficiente. Isso porque as organizações econômicas estão centradas em contratos de longo prazo, o que gera uma maior estabilidade da produção de bens ou serviços. Por exemplo, contratos de trabalho para a realização de uma tarefa bem específica eliminam a dificuldade da sociedade empresária de conseguir encontrar, no mercado, essa determinada mão-de-obra.

Assim, percebe-se que a atividade empresa, além de envolver o sistema jurídico, no sentido de ser uma atividade econômica organizada para a prestação ou circulação de bens ou serviços, está relacionada com a eficiência da produção, para atingir a redução de custos e a maximização de lucros, sendo, portanto, indispensável à análise de seu conceito econômico.

Silvia Ferreira Persechini - Advogada, especialista em Direito de Empresas pela PUC/MG e mestranda em Direito de Empresa pela na Faculdade de Direito Milton Campos.

Fonte: Disponível em: <http://www.homerocosta.adv.br/boletim/13/marco_2009_13_arquivos/TEORIA_DA_FIRMA.htm>. Acesso em: 22 mar. de 2011.

Resumo

Nesta aula, você entendeu o funcionamento das unidades de produção, observando as relações entre Produto Total, Médio e Marginal. Aprendeu sobre a Lei dos Rendimentos Decrescentes e verificou como esta reflete nos custos da empresa e, por fim, aprendeu sobre pontos que revelam a maximização do lucro da empresa.

Atividades de aprendizagem

1) Considerando os custos abaixo, assinale se as alternativas são verdadeiras (V) ou falsas (F).

$Q = 100.000 \text{ kg}$ $CT = R\$ 200.000$ $CV = R\$ 150.000$ $CF = R\$ 50.000$

- a. () O CTme é igual a R\$ 2,00 por Kg.
- b. () O CVme é igual a R\$ 0,50 por Kg.
- c. () O CFme é igual a R\$ 1,50 por Kg.
- d. () O CTme é igual a R\$ 2,00 por Kg.

2) Sobre a lei dos rendimentos decrescentes, assinale a alternativa correta:

- a. Se tivermos um fator de produção fixo, ao aumentarmos a quantidade do fator variável, a produção cresce inicialmente a taxas decrescentes, depois crescentes, para finalmente cair.
- b. Refere-se a produtos extras sucessivamente mais abundantes, obtidos pela adição de medidas iguais de um fator variável a uma quantidade constante de um fator fixo.
- c. Explica o formato da curva de custo médio de longo prazo.
- d. Se tivermos um fator de produção fixo, ao aumentarmos a quantidade do fator variável, a produção cresce inicialmente a taxas crescentes, depois decrescentes, para finalmente cair.

Aula 8 - Mercado, comercialização e abastecimento agrícola

Objetivos

Nesta aula, você verificará que a comercialização agrícola envolve interações entre agentes econômicos através de instituições apropriadas, sendo a de maior importância o mercado - no qual se concretiza o abastecimento agrícola. Saberá que a instabilidade do setor agrícola é um dos problemas enfrentados no abastecimento.

8.1 Mercado agrícola

Define-se como mercado um local ou contexto em que compradores (que representam o lado da demanda) e vendedores (que representam o lado da oferta) se encontram ou estabelecem contratos e realizam transações de bens, serviços e recursos.

O termo local é um tanto abstrato, podendo ser entendido de duas formas: pode referir-se a um local específico - o mercado atacadista de Minas Gerais - ou a um produto específico - mercado de soja. A dispersão dos consumidores é que indicará o tamanho (extensão) do mercado. No entanto, para que regiões possam ser integradas num mercado, a proximidade entre elas contribui para a comunicação entre compradores e vendedores e a efetiva transferência (comercialização) de bens.

O custo de transporte é uma das limitações da incorporação de diversas regiões num mesmo mercado. Por quê? Porque só será viável a comercialização, se os preços locais, nessas regiões, forem superiores ao custo de transportar os produtos. Caso isso não ocorra, é inviável ao produtor oferecer a sua mercadoria na região compradora.

Dependendo do tipo de produto, teremos diferentes níveis de mercado. Em relação aos produtos agropecuários, temos: o mercado produtor, mercado atacadista e mercado varejista.

- Mercado produtor: refere-se àquele em que os produtores oferecem sua produção aos intermediários.
- Mercado atacadista: refere-se àquele em que são transacionadas quantidades volumosas de produtos entre intermediários, atacadistas e varejistas.
- Mercado varejista: aquele em que os consumidores adquirem os produtos agrícolas. Os vendedores são os varejistas e representam o último elo da cadeia de intermediários que participam da comercialização.

A-Z

Dispersão:

esparramar, disseminar, afugentar, dissipar.
Glossário:

Intermediários:

São compradores da produção e comercializam diretamente com os pequenos mercados, sacolões, feiras livres etc.

Preços administrados:
Denominação dada aos preços da economia que são fixados ou controlados pelo governo.

Existe ainda o mercado livre, ou seja, opera livremente, não existindo forças externas que influenciem ou estabelecem condições de mercado artificiais. Podemos citar como forças externas as seguintes:

- I. Tarifas;
- II. Preços mínimos;
- III. Tabelamento de preços;
- IV. Controle de preços;
- V. Preços administrados, etc.

Como em qualquer outro mercado, o mercado agrícola é regido pelas forças da Oferta e Demanda que, atuando em conjunto, determinam o preço de mercado e, conseqüentemente, a quantidade de um produto, bem e recurso a ser negociado.

No entanto, esta relação pode ser diferenciada de acordo com a estrutura de mercado. Os mercados estão estruturados de maneira diferenciada em função de dois fatores principais: o número de firmas produtoras atuando no mercado e a homogeneidade (igualdade) ou diferenciação dos produtos de cada firma.

No caso do setor agrícola, este apresenta uma estrutura de mercado tal como a concorrência perfeita, já que os produtos agrícolas são homogêneos e produzidos por um grande número de produtores. No entanto, os agricultores também se relacionam (comercializam) com o setor não agrícola que pode apresentar qualquer uma das estruturas vistas anteriormente.

8.2 Comercialização e abastecimento agrícola

A comercialização compreende a transferência de bens e serviços da produção inicial ao consumidor final. No caso agrícola, podemos representar a comercialização de acordo com o esquema abaixo, que apresenta a relação existente entre os principais mercados do setor, como mostra a Figura 12:

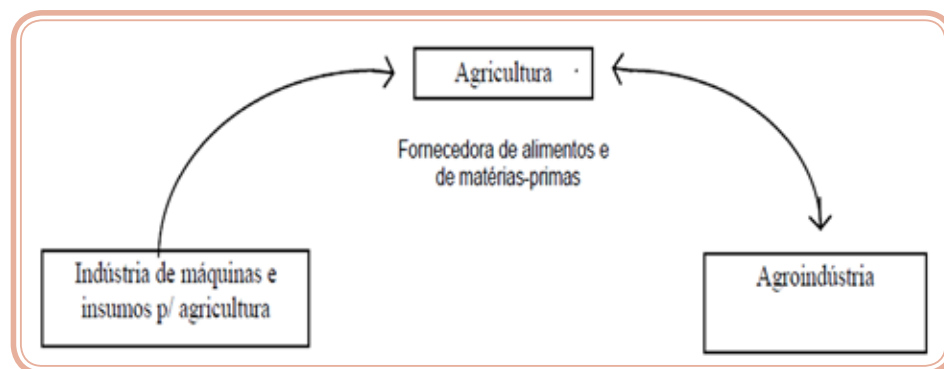


Figura 12: Relação existente entre os principais mercados agrícolas.

Fonte: Pisa & Welsh (1968, p.11).

No processo de comercialização que faz a ligação entre produtor e consumidor final, os bens são transformados a partir de recursos produtivos

(capital, trabalho) que atuam sobre a matéria agrícola. Ou seja, podemos observar que a comercialização trata do processo produtivo.

As atividades de comercialização exercem sobre a matéria prima as seguintes alterações: forma, tempo e espaço.

Forma: No processamento, os recursos produtivos são transformados, ou seja, altera-se a forma do bem.

Tempo: Ao logo do tempo, esse bem é transformado no processo produtivo que emprega recursos na criação de serviços de armazenamento.

Espaço: o espaço nas atividades de comercialização refere-se à transferência do bem no espaço, isto é, ao transporte.

O fluxo de produtos, organizado nesses três níveis, passa por três fases: concentração, equilíbrio e dispersão, como mostra a Figura 13, a seguir:

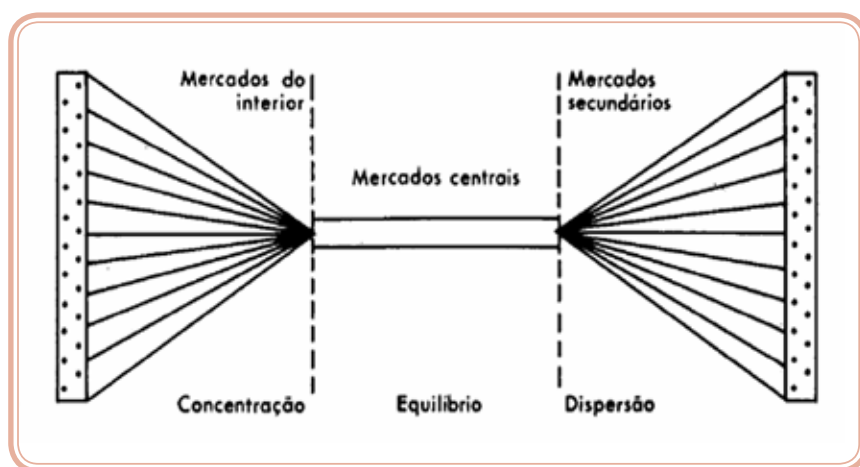


Figura 13: O processo de comercialização agrícola.

Fonte: Pisa & Welsh (1968, p.11).

Na fase intermediária, que corresponde ao “Equilíbrio”, ajusta-se o fluxo de produção às condições de oferta e procura. É no mercado atacadista central que a oferta e a demanda encontram o balanceamento, na medida em que a produção é estocada e distribuída atendendo à demanda dos consumidores. Vale ressaltar que em todo esse processo há um grande número de intermediários incumbidos de executarem funções de compra e venda.

Ofertantes varejistas e atacadistas, ao possuírem a propriedade dos bens que comercializam, obtêm o lucro a partir da compra e venda. Varejistas compram produtos e os revendem diretamente ao consumidor (quitandas, sacolões, mercearias, armazéns, supermercados, etc.). Já os atacadistas vendem aos varejistas, a outros atacadistas e às indústrias de transformação; neste caso, o volume de produtos comercializados é maior. Os intermediários não possuem propriedade dos bens, apenas representam seus clientes e são assalariados ou comissionados.

Há casos em que os próprios produtores exercem parte das atividades da comercialização. Ao reunirem-se em cooperativas, por exemplo, objetivam aumentar a eficiência técnica e econômica, aumentando também



A Teoria Comportamental surge no final da década de 1940 com uma redefinição total dos conceitos administrativos: ao criticar as teorias anteriores, o behaviorismo na Administração não somente reescala as abordagens, mas amplia o seu conteúdo e diversifica a sua natureza (CHIAVENATO, 2003, p. 329).

seu poder de barganha nos mercados em que atuam, operando como intermediários ou atacadistas.

Adicionalmente, podemos dizer que a comercialização também é um processo social à medida que permite interações entre agentes econômicos por meio de instituições apropriadas, sendo que a principal instituição na fase de comercialização é o “mercado”.

No mercado, as forças de demanda e oferta se inter-relacionam possibilitando a transferência de propriedade de mercadorias entre compradores (os que demandam) e vendedores (os que ofertam).

Projeto insere pequenos negócios rurais nas redes de comercialização

Por Camila Valderrama Simões

A inserção de 20% dos pequenos negócios rurais em redes de comercialização locais e 10% em redes estaduais foram duas metas atingidas pelo Projeto de Apoio à Produção no Território da Reforma em quase dois anos de trabalho. Esses e outros resultados foram apresentados nesta sexta-feira, 3 de dezembro, no auditório da Federação da Agricultura e Pecuária de Mato Grosso do Sul (Famasul), com a presença dos líderes parceiros no trabalho.

Cerca de 200 produtores cadastrados no Projeto estiveram presentes e puderam conferir esses resultados dos quais eles fazem parte. O presidente da Famasul, Eduardo Riedel, ressaltou a importância que o Projeto teve em levar informação a quem trabalha no campo. “Produzir nem sempre é tão difícil, mas sim transformar aquela produção em dinheiro no bolso, em renda para o pequeno agricultor”, expôs.

Além dos bons resultados, o que fica entre os participantes e a equipe que trabalhou pelo Projeto é a expectativa de continuação. A líder do grupo Saborearte, Marli Sanchik, que trabalha com artesanato em Dois Irmãos do Buriti, comemora as conquistas como o Ponto de Cultura da Cidade onde ela e os outros integrantes divulgam seu trabalho. “Aprendemos muito com os agentes que nos visitavam, mas acredito que ainda temos muito por aprender e esperamos a continuidade do Projeto”, sustenta.

O diretor técnico do Sebrae, Tito Estanqueiro, avaliou positivamente os resultados e também destacou a importância de continuidade para o trabalho, com o atendimento a esses pequenos produtores. “Através do desenvolvimento da agricultura familiar, pela qual os trabalhadores conseguem comercializar a produção e obter renda, toda a região ao redor se desenvolve também”, enfatiza. O superintendente do Senar, Clodoaldo Martins, ratifica o conceito de vetor de desenvolvimento conquistado pelo projeto. “Os resultados estimulam e se propagam ao modo de uma cadeia”, enfatiza.

O Território da Reforma atuou em Anastácio, Bela Vista, Bodoquena, Bonito, Dois Irmãos do Buriti, Guia Lopes da Laguna, Jardim, Maracaju, Nioaque, Sidrolândia e Terenos. O trabalho foi realizado através de agentes de desenvolvimento rural que visitavam as propriedades, cadastravam os produtores e levavam informações técnicas, criavam canais de comercialização e capacitavam trabalhadores, atuando principalmente na melhora da auto-estima do agricultor familiar.

Fonte: Sato Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.amambainoticias.com.br/rural/projeto-insere-pequenos-negocios-rurais-nas-redes-de-comercializacao>> Acesso em: 27 Mar. de 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu como se constitui o mercado agrícola, bem como a movimentação dos produtos agrícolas desde a matéria prima até o consumidor final. Verificou que a comercialização permite, por meio do mercado, a interação social entre produtores e consumidores.

Atividades de aprendizagem

1 - Em relação aos níveis de mercado existentes, marque verdadeiro (V) ou falso (F) para as seguintes afirmativas:

- a. () O mercado produtor é constituído pelos produtores e intermediários que ofertam os produtos para o mercado consumidor.
- b. () O mercado atacadista refere-se àquele em que são transacionados volumes pequenos de produtos, geralmente destinados ao consumidor final.
- c. () O mercado livre, apesar do nome indicar liberdade, é influenciado por tarifas, preços mínimos, tabelamento de preços, etc.
- d. () O mercado varejista é representado por vendedores e neles os consumidores adquirem os produtos.

2 - A matéria agrícola passa por três alterações, nos aspectos: *tempo*, *espaço* e *forma*. Complete o comentário seguinte com essas três alterações:

“Altera-se o(a) _____ do trigo - que é a matéria agrícola - durante o processo produtivo que se refere ao(à) _____ em que são empregados recursos para a produção do bem final, que finalmente é vendido no varejo que corresponde ao(à)_____.”

Aula 9 - Margem de comercialização

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá a calcular a margem de comercialização do produto agrícola para os três níveis de mercado: produtor, varejo e atacado. A margem fornece a quem comercializa a diferença entre o preço que o intermediário (ou um conjunto de intermediários) vende sua unidade de produto e o pagamento que ele faz pela quantidade equivalente que ele precisa comprar para vender essa unidade.

9.1 Margem de comercialização

Segundo Barros (2007), umas das principais características da agricultura em países menos desenvolvidos é a extrema variabilidade de sua produção e de seus preços, fazendo com que a renda agrícola apresente um comportamento instável. Tal instabilidade gera insegurança ao produtor quanto às suas condições de vida e, portanto, desestímulo a sua própria atividade. Essa instabilidade nos preços agrícolas faz com que o produtor rural adote uma série de precauções para reduzir riscos. Essas incertezas refletem no não aproveitamento efetivo das vantagens comparativas das atividades agrícolas. Pequenos produtores, por exemplo, muitas vezes, diante de incerteza, planejam suas atividades para atender primeiramente o próprio consumo.

Para o consumidor, o abastecimento de produtos agrícolas é refletido na instabilidade de preços. Essa irregularidade na oferta de produtos faz oscilar o poder de compra e, conseqüentemente, o bem estar dos consumidores.

Sabemos que oferta e demanda são determinantes do preço no mercado. No entanto, vimos que entre produtores e consumidores há intermediários (transportadores, armazenadores, processadores) que conduzem a produção agrícola do produtor ao consumidor final, que, em economias modernas, estão separados por espaço e tempo, sendo o papel dos intermediários transportar, armazenar e transformar o produto. Essas fases da atividade agrícola geram um custo de comercialização que é incorporado ao preço do produto para o consumidor.

A margem e o custo de comercialização são dois conceitos que estão relacionados entre si. As funções de comercialização correspondem a um custo que está sob a forma de salários, aluguéis, insumos diversos, depreciações, juros, impostos, etc. Ao determinar o custo de comercialização, considera-se cada um desses itens e a margem de comercialização.

O que é a margem? A margem são as despesas cobradas ao consumidor pela realização da atividade de comercialização que pode ser expressa da seguinte forma:

$$M = C + L$$

Em que: M é a margem; C é o custo; e, L o lucro (ou prejuízo dos intermediários).

Também pode ser entendido que a margem é a diferença entre o preço que o intermediário (ou um conjunto de intermediários) vende a unidade de produto e o pagamento que ele faz pela quantidade equivalente que ele precisa comprar para vender essa unidade (BARROS, 2007: p. 6).

A Margem Total (MT) mede as despesas do consumidor devidas a todo processo de comercialização. Ou seja, é a diferença entre preço do varejo (Pv) de um produto e o que é recebido pelo produtor pela quantidade equivalente da fazenda (Pp) - após ajuste para subprodutos. Desta forma, a margem total absoluta é considerada da seguinte forma:

$$MT = Pv - Pp$$

A margem total relativa é expressa como proporção do preço no varejo, isto é:

$$MT' = (Pv - Pp)/Pv \times 100$$

A margem de comercialização também pode ser diferida de acordo com níveis específicos de mercado. Assim, o varejista terá uma margem (Mv) da seguinte forma:

$$v = Pv - Pa$$

Em que Pa é o preço do atacado da quantidade equivalente à unidade vendida no varejo. A margem relativa do varejo fica sendo:

$$Mv' = (Pv - Pa)/Pv \times 100$$

Adicionalmente, temos a margem absoluta e relativa do atacadista da seguinte forma:

$$Ma = Pa - Pp$$

$$Ma' = (Pa - Pp)/Pa \times 100$$

Usa-se, também, o emprego do conceito *markup*, que em termos absolutos não difere da margem, mas em termos relativos refere-se sempre à margem absoluta como proporção do preço de compra, em cada nível de mercado. O “*markup*” relativo do varejista, por exemplo, seria:

$$Mv'' = (Pv - Pa)/Pa \times 100$$

Vale ressaltar que a margem de comercialização é afetada por: i) características do mercado transacionado; ii) estrutura (grau de concorrência, isto é, serão esperadas margens maiores para atividades que se encontram em mercados oligopolizados ou monopolizados); e, iii) intensidade e

freqüência de choques de oferta e demanda não só dos produtos, como também do insumos de produção e comercialização. Características específicas do produto também são importantes a serem consideradas na margem de comercialização. Produtos processados e também os perecíveis, por exemplo, apresentam margem maior, uma vez que para serem transportados exigem maiores cuidados. Bom lembrar que a magnitude da margem não é um fator primordial para o produtor agrícola e, sim, a magnitude do lucro (BARROS, 2007).

Há duas observações a serem consideradas na mensuração da margem: 1º) a margem de mensuração não leva em conta a necessária defasagem entre o momento de realização da venda do produto agrícola e o momento em que o consumidor final o compra.

Em época em que os preços são ascendentes, ao mensurar as margens pela diferença entre dois níveis de mercado num mesmo instante de tempo, seus valores tendem a ser subestimados, uma vez que os preços nos vários níveis de mercado tendem a subir ou descer conjuntamente, refletindo a maior ou menor escassez do produto.

O governo pode intervir na comercialização de produtos agrícolas com o objetivo de garantir e controlar os preços no mercado. Para controlar os preços, o governo pode tabelar o preço do produto agrícola (para o consumidor) ou fixar um preço mínimo (para o produtor). O governo também pode adotar políticas que melhoram a infra-estrutura da comercialização, ação capaz de alterar a margem e os preços. Ao ampliar as facilidades de comercialização, pode contribuir para atenuar a instabilidade dos preços e regularizar o abastecimento. Tais facilidades estão relacionadas com a maior disponibilidade de financiamentos para as atividades agrícolas. O crédito destinado para essas atividades pode viabilizar a transformação da produção pelo produtor.

Supermercados alertam sobre taxas que encarecem carne

Para o presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Sussumu Honda, as novas regras tributárias impostas à cadeia da carne impactaram negativamente o setor.

- Reduziram a margem de comercialização do varejo, promoveram a desigualdade comercial entre empresas supermercadistas e os concorrentes que não se submetem ao sistema de tributação não-cumulativo, mas principalmente contribuíram para o aumento do preço do produto ao consumidor - afirmou.

Honda reclama das leis 12.058/09 e 12.350/10, que determinaram a suspensão da cobrança do PIS e Cofins devido pelos frigoríficos nas operações com carnes bovina e de aves e suínos, respectivamente.

Segundo Honda, desde outubro de 2009, período em que foi determinada a suspensão, o varejo vem arcando sozinho com um aumento no custo tributário de 6,12% sobre a comercialização da carne bovina. Antes, os supermercados tinham direito a um crédito de 9,25%. Depois da lei, passaram a contar apenas com um crédito presumido de 3,7% para abater do valor de compra.

Ele salienta que, diferente do que pretendia o governo, não se verificou a redução nos preços praticados pelos frigoríficos em função da suspensão das contribuições. Ao contrário, alegando a redução da área de pasto e do rebanho com o abate de matrizes provocado pela crise, e o aumento do custo de produção do gado de corte pela elevação do preço de fertilizantes, rações e suplementos, o setor produtivo vem praticando preços cada vez mais altos.

Não houve repasse.

Ainda assim, de acordo com Honda, os supermercados não repassaram os aumentos praticados pelo setor produtivo, que chegou a 48%. O Índice Nacional de Vendas apresentado no dia 31 de janeiro apurou que o preço da carne oferecido ao consumidor no varejo teve alta acumulada de 34,9% em 2010.

Fonte: Agência Safras, 10 fev.2011. Disponível em: <<http://evarejo.com/site/index.php/destaques/noticias/209altastaxasparacarne>> Acesso em: 29 Mar. de 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu que, ao transportar, armazenar e transformar o produto agrícola, esses processos geram um custo de comercialização que é incorporado ao preço cobrado no consumo final. Por isso, calcula-se a margem de comercialização que são as despesas cobradas ao consumidor pela realização da atividade de comércio.

Atividades de aprendizagem

1. Marque verdadeiro (V) ou falso (F) para as seguintes afirmativas:
 - a. () A margem são as despesas cobradas ao consumidor pela realização da atividade de comercialização.
 - b. () A magnitude da margem não é um fator primordial para o produtor agrícola e, sim, a magnitude do lucro.
 - c. () O markup em termos relativos não difere da margem de comercialização.
 - d. () A Margem Total mede as despesas do consumidor devidas a todo processo de comercialização
2. Todas as alternativas abaixo representam fatores que afetam margem de comercialização, exceto:
 - a. Características do mercado transacionado.
 - b. Grau de concorrência.
 - c. Intensidade e frequência de choques de oferta.
 - d. Clima.

Aula 10 - Análise estrutural do sistema de comercialização agrícola

Objetivos

Vimos que a comercialização agrícola é um processo bastante dinâmico e complexo. Nesta aula, você aprenderá sobre a análise estrutural do sistema de comercialização agrícola, de forma a compreender como esse método de análise pode servir de instrumento para a tomada de decisões na comercialização.

10.1 Análise Estrutural

No método estrutural, a análise de mercado inclui características de organização que dizem respeito à estrutura, conduta, e eficiência de mercado, supondo-se a causa seguinte relação de causalidade:

Estrutura



Conduta



Eficiência

A estrutura de mercado envolve características de tipo de concorrência e formação de preços, tais como: grau de concentração, grau de diferenciação, grau de dificuldade.

O grau de concentração refere-se ao número de compradores e vendedores o tamanho deles no mercado.

O grau de diferenciação refere-se ao produto, em que o objetivo é tornar a curva de demanda inelástica. Tal diferenciação pode ser obtida: serviços de entrega a domicílio, melhorar a qualidade dos insumos dos produtos, brindes, embalagens especiais, etc.

O grau de dificuldade são as barreiras à entrada no mercado de novas firmas. Esta característica é a mais importante na determinação do grau de concentração de uma indústria e, por sua vez, do tipo de estrutura de mercado. As barreiras à entrada podem ser: economias de escala, experiência e tecnologia, poder de patente, controle de um fator estratégico, tal como o de um insumo.

10.1.1 Grau de concentração de mercado

Mede a estrutura de mercado e engloba características que influenciam tipo de concorrência e determinação de preços. Quanto mais concentrado for determinado mercado, mais próximo ele estará de uma estrutura de oligopólio (que são poucas empresas dominando um mercado específico). No setor agropecuário, o oligopólio está presente no mercado de produtos processados, tais como dos fatores de produção vendidos à agricultura. Os ramos com maior grau de concentração são: café solúvel, refinação e preparação de óleos - gordura vegetal, leite em pó e iogurte, conserva em carne, amido e milho, usinas integradas de álcool e açúcar e suco concentrado de laranja.

Em relação ao setor de micro e pequenas empresas, o oligopólio está presente nas seguintes atividades: beneficiamento de café, cereais e produtos afins, torrefação e moagem de café, fábricas de balas e caramelos, etc.

O mercado do papel e celulose é um exemplo de concentração de mercado em que apenas 4 empresas (Aracruz Celulose, Klabin, VCP e Suzano Bahia Sul) detêm 63% da produção nacional do produto. Há, também, situações de oligopólio nos sub-setores frigoríficos, laticínios, massas, moinhos, óleos vegetais e papel e celulose.

10.1.2 Concentração nos mercados de Insumos Agropecuários

Os agricultores enfrentam o que se chama de oligopólio pelo lado dos insumos (fatores de produção), ou seja, empresas poucas e grandes vendendo os principais recursos de produção, produzidos pelo setor industrial. Os principais segmentos dos insumos são cinco - sementes, fertilizantes, defensivos, rações e máquinas agrícolas. Notadamente nos sub-setores de rações e de tratores e implementos agrícolas, constata-se uma forte concentração industrial, onde as quatro maiores empresas de cada um desses sub-setores são responsáveis por 65% do mercado.

As grandes empresas responsáveis pela modernização da agropecuária são as que compõem o setor de insumos e outros bens de produção. Na década de 70, foi introduzida uma nova base tecnológica de produção, que possibilitou inclusive a mecanização da agricultura.

A agregação do agronegócio brasileiro voltado para a produção de insumos e outros bens de produção agrícola tem uma grande importância econômica ligada à indústria de sementes, fertilizantes, defensivos agrícolas, máquinas agrícolas, defensivos animais e rações.

Segundo Abrasem (2005), no setor de sementes, o Brasil é o quinto maior produtor mundial de sementes, atrás dos EUA, China, França e Alemanha, e não é maior pela falta de demanda por variedades tropicais. Entre as sementes certificadas mais produzidas por culturas, destaca-se a soja com 60% no mercado, seguida pelo trigo (15%), pelo milho (13%), pelo arroz (8%) e por outras sementes (4%). Na soja, 4 empresas detêm 89% de participação

no mercado, quais sejam: Embrapa (34%), Coodetec (20%), Monsanto (18%) e Fundação MT (17%).

A indústria de fertilizantes brasileira divide-se entre as seguintes etapas: matérias-primas básicas (amônia, enxofre, rocha fosfática e sais potássicos); produtos intermediários (ácidos: nítrico, sulfúrico e fosfórico); fertilizantes simples (uréia, nitratos de amônio, sulfato de MAP e DAP, TSP, SSP, sulfatos de potássio e cloreto de potássio); fertilizantes mistos (formulações ou mistura de NPK). No entanto, a participação do Brasil nessas etapas é pouco significativa, dado o controle e acesso às matérias-primas, bem como a falta de processos tecnológicos e a falta de capital para investimentos e manutenção de estoques elevados.

As multinacionais são, quase exclusivamente, as produtoras de defensivos agrícolas no Brasil, especialmente, empresas da indústria química. Os defensivos advêm do aproveitamento de subprodutos da indústria química. Ademais, a indústria química tem como característica a rápida obsolescência tecnológica.

Em relação à área de maquinário agrícola, existem poucas empresas, nacionais e multinacionais, mas com produção sofisticada e de escala significativa que participam do mercado. Por exemplo, no ramo de tratores, 80% das vendas estão concentradas em três empresas, enquanto no de colheitadeiras as três representam 100% do mercado.

Atividades de pesquisa e desenvolvimento tecnológico são bastante difundidas entre as empresas, dada a busca contínua por inovações e por capacidade de competição.

A organização do sistema de comercialização das empresas é também um aspecto importante. As empresas apresentam uma rede de revenda que, além de bem montada, oferece serviços de assistência técnica que são aspectos indispensáveis para aumentar a competitividade e a participação da empresa no mercado.

10.2 Conduta de mercado e a organização de comercialização

A conduta de mercado pode ser definida pelas políticas adotadas pela firma em relação às demais concorrentes no mercado. A conduta subdivide-se em três áreas:

- I. comportamento com respeito à política de preços;
- II. comportamento com respeito ao produto; e,
- III. comportamento coercivo.

Política de preços e comportamento com respeito ao produto

As firmas inseridas numa estrutura de oligopólio buscam evitar a competição de preços e, desta forma, manter as condições mais estáveis para a indústria. Para tanto, a competição pode ser evitada a partir de:

- I. acordo de preços e de territórios (áreas de mercado) entre as firmas;
- II. liderança de preço (a firma líder anuncia os preços e as demais a seguem);
- III. conluio.

As políticas de produto acontecem por meio da diferenciação de produtos, dos gastos com propaganda, de serviços adicionais ao produto, ou seja, tanto as políticas de preço como as de produto são resultado das características estruturais do mercado.

Conduta coerciva

A conduta coerciva se dá por meio do enfraquecimento ou da eliminação das concorrentes, mudando a estrutura, entre outras formas, através de “dumping” de preços ou integração vertical, aumentando, assim, as barreiras à entrada de novas firmas.

10.2.1 A organização do sistema de comercialização

O sistema de comercialização se dá a partir do fluxo de bens e serviços. Entre o processo de produção e de consumo existe uma série de funções desempenhadas pelos diversos agentes envolvidos na comercialização. São três as fases do processo de comercialização: concentração, equilíbrio e dispersão.

Processo de concentração: é quando se reúnem milhares de produtores com seus produtos e suas demandas.

Processo de equilíbrio: regula o fluxo de produção, que é sazonal, em função da taxa de consumo, que é mais ou menos constante ao longo do ano.

Processo de dispersão: consiste na subdivisão dos grandes lotes reunidos na concentração e encaminhá-los ao consumo na quantidade desejada pelos consumidores.

10.2.2 O canal de comercialização

Refere-se ao caminho que uma mercadoria percorre desde o produtor até o consumidor final, ou seja, a sequência de mercados pelos quais passa o produto, sob a ação de diversos intermediários, até atingir a região de consumo. O produtor vende diretamente ao consumidor, por exemplo, os feirantes. Os intermediários ficam incumbidos de realizar o canal de comercialização - que pode ter uma complexidade variada, dependendo do número de operações e do número de pessoas envolvidas. À medida que há desenvolvimento da economia e que se intensifica a especialização da atividade, o canal tende a se tornar mais complexo.

Existem alguns fatores que influenciam a escolha do canal de comercialização. São eles:

Natureza do produto

Determina os canais de comercialização mais curtos. Desta forma, sendo os locais de produção mais próximos dos centros de consumo, evitam-se perdas. Quanto maior o valor unitário do produto, maior a possibilidade de sucesso na comercialização direta, pois o lucro é obtido da venda de pequenas quantidades.

Natureza do mercado

Se uma mercadoria possui um consumo restrito, admite-se um canal de comercialização curto. Se a mercadoria possui grande consumo exigindo maior trabalho de distribuição, torna-se necessário adotar um canal de comercialização mais longo. Se o volume médio de vendas por consumidor for grande, torna-se menor a possibilidade de realizar a comercialização direta.

A seguir a Figura 14 apresenta um exemplo de canal de comercialização do feijão no Estado de São Paulo.

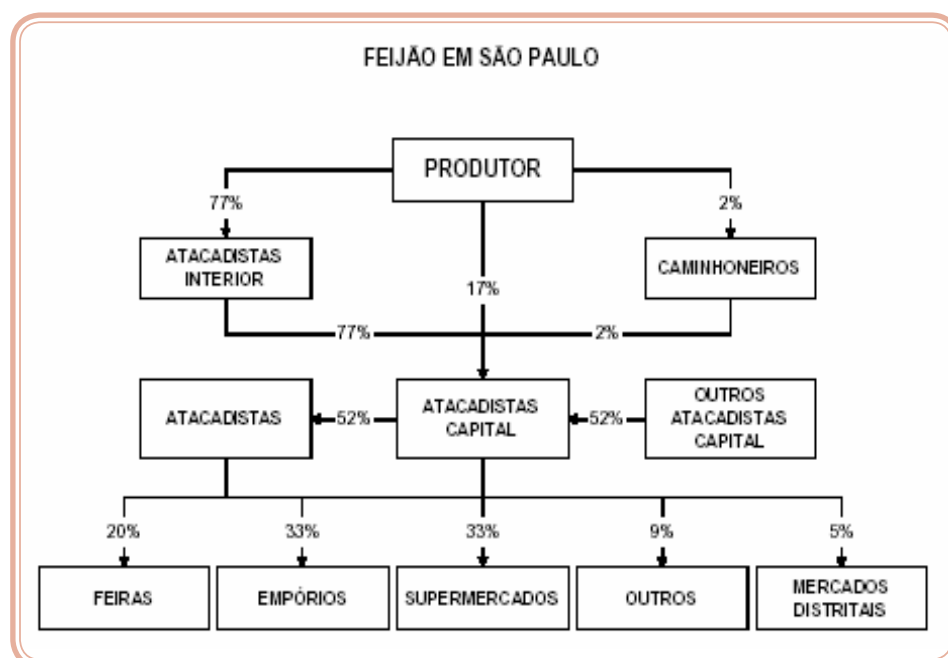


Figura 14: Canal de Comercialização do Feijão no Estado de São Paulo.

Fonte: Piza, 1968.

Faturamento da produção e comercialização agrícola deve ser valor recorde

O faturamento bruto obtido com a produção e comercialização de produtos agropecuários, chamado de Valor Bruto da Produção Agropecuária, pode ser recorde em 2011. Segundo estimativa divulgada hoje (10) pelo Ministério da Agricultura, esse faturamento deve chegar a R\$ 187 bilhões este ano, resultado 8,29% maior que o de 2010, quando o resultado final foi de R\$ 172,74 bilhões.

A pesquisa foi feita em dezembro pela Assessoria de Gestão Estratégica do ministério, que chegou ao maior valor desde o início da série histórica, iniciada em 1997. Segundo o coordenador de Planejamento Estratégico, José Gasques, dois fatores contribuíram para se chegar a esta estimativa: a perspectiva de uma safra maior e a tendência de alta nos preços.

“As perspectivas de uma safra favorável, que pode chegar a 149,4 milhões de toneladas, pelas estimativas da Companhia Nacional de Abastecimento [Conab], e a tendência de alta de preços dos principais produtos agrícolas são fatores essenciais para os resultados [estimados] de 2011.”

Os produtos que apresentaram os maiores aumentos de valor bruto em relação ao ano passado foram a uva (55,9%), o feijão (41%), o algodão (38,3%), a pimenta do reino (23,5%), a laranja (22,7%), a mandioca (20,2%), o café (13,1%) e o arroz (11,2%).

Soja e milho, os dois principais grãos em volume de produção, apresentaram aumento de 5% e 10,7%, respectivamente, de acordo com a pesquisa. Entre os produtos que apresentaram as maiores reduções no valor da produção estão a cebola (-63%) e o trigo (-22,4%).

Fonte: Correio Braziliense, com informações da Agência Brasil. Assuntos econômicos, 11 de janeiro de 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- Como se estrutura o sistema de comercialização agrícola;
- Como o grau de concentração de mercado define a estrutura de mercado e apresenta características que influenciam o tipo de concorrência e determinação de preços;
- Como evitar a competição de preços numa estrutura de oligopólios; e,
- A estrutura do canal de comercialização.

Atividades de aprendizagem

1. Em relação à estrutura do setor agropecuário, marque V (verdadeiro) ou F (falso) para as seguintes afirmativas:

- a. () A estrutura de mercado envolve características de tipo de concorrência e formação de preços.
- b. () O número de compradores e vendedores é pouco importante para determinar o grau de concentração de mercado.
- c. () A diferenciação do produto advém da diferenciação da estrutura de mercado.
- d. () Quanto menos concentrado for o mercado, mais próximo ele estará de uma estrutura de oligopólio.
- e. () As grandes empresas responsáveis pela modernização da agropecuária são as que compõem o setor de insumos e outros bens de produção

2. Em relação à conduta de mercado e a organização do sistema de comercialização, marque V (verdadeiro) ou F (falso) para as seguintes afirmativas:

- a. () A conduta de mercado não se define pelas políticas adotadas pela firma em relação às demais concorrentes no mercado, mas pelo produto comercializado.
- b. () As firmas inseridas numa estrutura de oligopólio praticam preços competitivos e, por isso, mantêm condições instáveis para a indústria.
- c. () As políticas de produto acontecem por meio da diferenciação de produtos, dentre outros fatores.
- d. () O processo de concentração se dá com a reunião de milhares de consumidores finais.
- e. () O canal de comercialização deve-se ao caminho que uma mercadoria percorre desde o produtor até o consumidor final.

Aula 11 - Alternativas ou estratégias de comercialização

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá:

Sobre as principais alternativas de comercialização e suas combinações (portifólios), atualmente disponíveis aos produtores rurais;

Os conceitos envolvidos nas estratégias de comercialização e sua aplicação na prática;

Como estes conceitos podem reduzir custos e aumentar a competitividade no sistema de comercialização.

11.1 Alternativas ou estratégias de comercialização

Inicialmente vamos procurar entender a definição dos termos alternativa ou estratégia de comercialização. Podemos dizer que é um procedimento, mecanismo, método ou opção através da qual um produtor pode vender ou influenciar os termos de venda de sua produção. Entretanto, a cada ano, na época da comercialização, os produtores se vêem diante de um impasse: “quanto”, “quando” e “como” vender sua produção, devido ao fato da mesma ser uma atividade realizada sob condições de risco e de incerteza. Como o mercado de agronegócios é aberto e bastante competitivo, o planejamento da venda da produção pela combinação dos mais diversos mecanismos representa um fator importante na gestão do risco e na geração de receitas mais elevadas, para que possam garantir a sustentabilidade do negócio no longo prazo.

As alternativas ou estratégias de comercialização são mecanismos envolvidos na transferência de propriedade dos produtos agropecuários ao longo de um sistema de comercialização, gerando com isto a chamada utilidade de posse. Estas alternativas surgiram devido ao aumento na capacidade física de armazenagem, nos anos mais recentes, propiciando ao produtor a possibilidade de buscar um preço de venda mais condizente com o seu produto, já que todo o processo produtivo, constantemente, é cercado de risco e incerteza (MENDES & JÚNIOR, 2006, p.91).

Vamos analisar agora as principais alternativas disponíveis para um produtor.

11.1.1 Venda à vista na época da colheita

É importante dizer que essa alternativa não é uma boa opção para o produtor, isso porque, na época da safra, os preços dos produtos agrí-

Empréstimo do Governo Federal (EGF): é

um mecanismo de financiamento para a estocagem que permite ao produtor aguardar uma melhor época para a venda da produção, evitando-se, assim, o excesso de oferta na época da colheita, o que induziria a quedas bruscas nos preços. É também objetivo deste empréstimo propiciar capital de giro para que as indústrias possam adquirir de produtores e de suas cooperativas, a preços nunca inferiores aos mínimos vigentes, a matéria-prima necessária ao desempenho de suas atividades. O EGF é mais vantajoso que a AGF, já que o agricultor não vende a produção, mas apenas a vincula como penhor do empréstimo que recebe. O prazo do EGF varia de acordo com o produto e a época da contratação.

Durante o período de financiamento, o produtor poderá, a qualquer momento, quitar o empréstimo e realizar a comercialização se os preços de mercado se apresentarem compensadores.

colas, de um modo geral, estão em níveis baixos se comparados à média anual. Mas por que isso ocorre? Porque existe uma forte pressão da oferta, ou seja, como o mercado é competitivo, muitos produtores também estarão ofertando produtos. Ainda assim, os produtores são obrigados a utilizar essa alternativa devido a alguns fatores:

- a) Falta de capacidade estática em nível de propriedade,
- b) Vencimento de compromissos financeiros na época da colheita,
- c) Falta de recursos para financiamento da comercialização (EGF),
- d) Necessidade de recursos financeiros para gerir a propriedade.

Esta venda à vista na época da colheita também apresenta vantagens: o fato de que o produtor não vai ter custos de armazenagem, a não existência de risco de deterioração do produto e uma imediata disponibilidade de caixa.

Devido à melhoria nas condições físicas de armazenagem e escoamento da produção, este método vem apresentando, ao longo dos anos, uma importância cada vez menor. Porém, não significa que a alternativa deva ser descartada totalmente pelos produtores, porque existem situações em que a venda à vista na época da colheita pode vir a ser um bom negócio. Assim, tal alternativa geralmente deve ficar restrita ao conhecimento do mercado por parte dos produtores e pela aplicação de conceitos como a tendência, a sazonalidade e o preço futuro que viabiliza a armazenagem.

Nesta estratégia, o produtor pode vender para o mercado ou para o governo, quando houver recursos financeiros para a aplicação da PGPM, nos mecanismos AGF e EGF (MENDES & JÚNIOR, 2006, p.92).

11.1.2 Contrato de venda antecipada da produção

Este contrato para entrega numa data futura é um compromisso (acordo) por escrito entre produtor e comprador em que se especifica que um determinado produto será entregue numa data pré-fixada. Este contrato é feito normalmente antes da colheita, e às vezes, antes do plantio.

A utilização cada vez maior desta estratégia de comercialização se deve ao fato de que, com a crise fiscal do governo, os financiamentos realizados pelo Estado, tanto para custeio, quanto para comercialização, estão cada vez mais escassos. O setor privado respondeu a esta demanda por crédito de forma rápida, criando mecanismos (certificados ou contratos) que atendem às necessidades de financiamento.

Recomenda-se, contudo, que o produtor não contrate parcela substancial de sua produção na época do plantio, porque as possíveis frustrações de safra podem forçá-lo a ter que comprar no mercado, a fim de saldar o compromisso. Não se deve contratar antecipadamente mais de 50% da produção esperada.

11.2 Relações contratuais na agropecuária

Quando analisamos a atual estrutura do agronegócio brasileiro, o que podemos perceber é que os diversos setores se relacionam em sua maioria por meio de contratos e acordos formais e informais. As relações contratuais no agronegócio têm por objetivo: aumentar a eficiência gerencial da produção, reduzir o grau de competitividade pelo controle do fornecimento de matéria-prima e pela redução de custos na comercialização através absorção das margens dos intermediários. Para optar por um contrato simples, os agentes do sistema de comercialização devem estar sempre atentos às falhas do mercado e ao tipo de estrutura de mercado vigente.

As principais razões para que um produtor procure fazer este tipo de contrato são:

- a. O produtor quer garantir um determinado preço, mesmo antes da colheita.
- b. O produtor, que utiliza o crédito informal, muitas vezes precisa oferecer ao prestador parte de sua produção como garantia.
- c. Redução de risco de preço, pois o mercado está garantido.

As principais razões para que as agroindústrias e agentes de comercialização procurem fazer este tipo de contrato são:

- a. Garantia de fornecedores fixos para suprimento de matéria-prima;
- b. Suprimento contínuo garantindo uma economia de escala;
- c. Possibilidade de planejamento da produção e da logística.

11.3 Fontes de financiamentos da agropecuária

Segundo Mendes & Júnior (2006), as fontes de financiamento alternativas surgiram ao final da década de 80 devido a diminuição do volume de crédito rural disponível aos produtores e aumento dos encargos financeiros. As atuais fontes de financiamento da agropecuária podem ser subdivididas em duas categorias básicas: Formais e Alternativas.

Os financiamentos agropecuários formais são aqueles estabelecidos pelo Conselho Monetário Nacional (CMN) e controlados pelo Banco Central do Brasil, por meio do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR), que possuem três funções básicas: custeio, comercialização e investimento. O custeio é o principal instrumento de financiamento da agropecuária, fomentando parte dos custos operacionais de produção. Dentre os principais instrumentos, cita-se: Crédito rural com equivalência Produto e o crédito rural convencional. Já no caso da comercialização, existe o instrumento EGF, que permite o carregamento da produção até a entressafra, nas modalidades EGF/SOV (sem opção de venda) e EGF/COV (com opção de venda). Com relação ao investimento, existem várias linhas especiais de crédito para apoiar a agropecuária.

A-Z

Aquisição do Governo Federal (AGF): consiste na venda, pura e simples, da produção ao Governo. Seu objetivo é garantir o Preço Mínimo (PM) para os produtos agrícolas, a fim de manter o nível de renda dos produtores. Por meio deste instrumento, o Governo adquire os excedentes em anos de safras abundantes para posterior retorno ao mercado em anos de escassez. Funciona, assim, como um mecanismo de equilíbrio entre oferta e demanda de uma safra para outra - ora atendendo aos produtores ora aos consumidores. A AGF é importante porque, por intermédio dela, o Governo garante, efetivamente, o PM quando os preços de mercado estão abaixo dele. Mas tem uma desvantagem: se os preços de mercado sobem depois de vendida a produção ao Governo, o agricultor não pode mais se beneficiar da alta. Hoje, é um instrumento utilizado principalmente para atender aos pequenos produtores e apoiar produtos regionais.

11.3.1 Modalidades de venda antecipada

Economia de escala é aquela que organiza o processo produtivo de maneira que se alcance a máxima utilização dos fatores produtivos envolvidos no processo, procurando como resultado baixos custos de produção e o incremento de bens e serviços. Ela ocorre quando a expansão da capacidade de produção de uma empresa ou indústria provoca um aumento na quantidade total produzida sem um aumento proporcional no custo de produção. Como resultado, o custo médio do produto tende a ser menor com o aumento da produção. Mais especificamente, existem economias de escala se, quando se aumentam os fatores produtivos (trabalhadores, máquinas, etc.), a produção aumenta mais do que proporcionalmente. Por exemplo, se forem duplicados todos os fatores produtivos, a produção mais do que duplicará.

A venda antecipada representa uma entrega futura garantida de produto com preço determinado ou a determinar, com pagamento antecipado ou no momento do negócio, ou, ainda, com outras modalidades possíveis de pagamento/entrega. Existem algumas modalidades de venda antecipada: contrato de venda antes da colheita; venda antecipada em equivalência produto e Cédula do Produtor Rural - CPR, que veremos a seguir.

a) Contrato de Venda Antes da Colheita

Esta modalidade de financiamento é realizada normalmente pelas agroindústrias que fornecem recursos financeiros em troca do recebimento futuro de produtos agropecuários na época da colheita. Este contrato também é um compromisso (acordo) por escrito entre produtor e comprador em que se especifica que um determinado produto agropecuário será entregue em uma data pré-fixada. Entre os principais tipos de contratos desta modalidade cita-se: Soja Verde e CPR.

b) Venda Antecipada em Equivalência Produto

Este tipo de financiamento conhecido por equivalência produto consiste no comprometimento de parte da produção para a aquisição de insumos. Neste processo, transforma-se o valor do insumo adquirido em número equivalente de unidades do produto agropecuário que deverá ser entregue em um período futuro, normalmente ao final da produção.

c) Cédula do Produtor Rural (CPR)

É uma modalidade de contrato de venda antecipada que foi desenvolvida pelo Banco do Brasil S.A., aprovado pelo Congresso Nacional e que se converteu na Lei nº 8.929 de 22 de agosto de 1994, com os ajustes estabelecidos pela Lei nº 10.200 de 14 de fevereiro de 2001. Desta forma, a CPR é um título cambial (ativo financeiro) no qual o produtor rural e suas associações (Cooperativas, Usinas de álcool e açúcar e Empresas de Reflorestamento) podem vender a termo ou não a produção rural, receber o valor da venda antecipada no ato de formalização do negócio e se comprometer a cumprir o que a modalidade de CPR escolhida estabelecer. O título pode ser emitido em qualquer fase do empreendimento: antes do plantio, durante o desenvolvimento da atividade, na colheita, ou até mesmo quando o produto estiver colhido.

A Cédula do Produto Rural física (CPR) é um título de promessa de entrega de produtos rurais que pode ser emitida pelos agricultores e suas associações, inclusive cooperativas. É endossável e exigível pela quantidade do produto nela prevista. Sua liquidação só é permitida por meio da entrega física da mercadoria.

Por meio da CPR, o produtor antecipa a venda da produção, principalmente com a finalidade de obter recursos para custear o plantio. Pode

ser negociada nos mercados de bolsas e de balcão, desde que registrada na Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos (CETIP). Para dinamizar e tornar mais atraentes e seguras essas operações, o Banco do Brasil e outros bancos concedem aval aos emitentes da CPR, mediante a cobrança de comissão. O Banco do Brasil também realiza leilões das CPR's por ele avalizadas.



Endosso: é a possibilidade de transferência de propriedade de um título de crédito. Por meio do endosso, que é uma assinatura do beneficiário, o título circula para outras mãos.

11.3.2 O custo financeiro da venda antecipada

Vamos entender como funciona através de um exemplo: Um produtor de soja estava pensando em plantar, mas não dispunha de recursos. Para isso, ele pode optar por duas linhas de financiamento: a venda antecipada da produção (CPR) e o financiamento de custeio formal com recursos controlados. Para decidir qual recurso utilizar, deve fazer uma comparação entre a rentabilidade do financiamento com a venda antecipada.

11.4 Formas de negociação dos estoques

De acordo com Mendes & Júnior (2006), a partir da armazenagem do produto agropecuário na propriedade rural ou em armazéns credenciados, o produtor pode utilizar de diversas alternativas para negociar os estoques na entressafra. A seguir, temos algumas estratégias de negociação de estoques.

11.4.1 Venda com preço autorizado

Esta é uma alternativa disponível ao produtor através de sua cooperativa, onde ele entrega a sua produção na época da colheita e, ao mesmo tempo, determina um preço e, assim, a cooperativa está autorizada a efetuar a venda da produção.

Se os preços de mercado não atingirem o nível estipulado pelo produtor, então ele deverá renovar a sua autorização a um nível de preço mais baixo. Esta é uma alternativa pouco recomendada porque o preço de mercado pode se elevar acima do valor determinado anteriormente e, quando atingido o preço autorizado, a produção é comercializada e o produtor pode perder em preço e rentabilidade.

11.4.2 Venda com preço a fixar

Esta alternativa apresenta duas modalidades, caso a operação seja efetuada com particulares (atacadistas, indústrias, etc), ou através de cooperativa.

11.4.2.1 Venda com preço a fixar - Com particular

Nesta modalidade, o produtor entrega e transfere o título ao comprador, normalmente na época da colheita. Sendo assim, o produtor tem o privilégio de fixar o preço mais tarde (normalmente dentro de seis meses), e com um custo mensal de armazenamento já pré-fixado. Ocorre que muitos compradores evitam cobrar os custos de armazenamento como meio para atrair o produtor. Se, por um lado, o produtor tem o privilégio de fixar o preço, por outro lado, o comprador tem o privilégio de ter a posse efetiva da mercadoria, podendo, portanto, vendê-la ou industrializá-la, sem a necessidade de consultar o produtor.

11.4.2.2 Venda com preço a fixar - Através da cooperativa

Nesta modalidade, quando a operação é efetuada através da cooperativa, a mercadoria ainda pertence ao produtor e a cooperativa não pode efetuar a venda antes que o associado decida fixar o preço.

Ao contrário da primeira (venda à vista na época da colheita), está se tornando cada vez mais importante para o produtor, principalmente para o produtor de soja, onde as cooperativas são fortes e detêm, a responsabilidade da decisão de venda (preço e época). Sendo assim, a responsabilidade para com o produto recai sobre o associado. O que acontece é que as diretorias das cooperativas incentivam os produtores a efetuar a comercialização através desta alternativa, apesar de que, para as cooperativas, este método apresenta uma menor flexibilidade em termos de movimentação da mercadoria.

11.4.3 - Venda em Comum ou “Pooling”

Esta é uma alternativa disponível ao produtor através de sua cooperativa, a qual, após receber a produção de seus associados, passa a efetuar vendas em diferentes épocas (meses), a fim de obter um preço médio, que permita reduzir os riscos de mercado. Este sistema é também chamado de “pool” de vendas. Geralmente no ato da entrega da produção à sua cooperativa, o associado recebe uma parcela do valor de sua mercadoria, ou seja, um “adiantamento”.

Efetuada as vendas, a cooperativa deduz as suas despesas com gerência, administração, depreciação, material de consumo, armazenagem, etc., cujo resultado é a chamado “Valor Líquido Apurado”, que, deduzido o adiantamento, resulta nas “Sobras Líquidas”. Sobre a “Sobra Líquida”, há os “descontos” como o “Fundo de Reserva” (10%) e a FATES - Fundo de Assistência Técnica Educacional e Social (5%); cujo valor resultante deve ser rateado proporcionalmente ao volume de entrega de cada associado.

Ao contrário da alternativa “Preço a Fixar”, este método repassa toda a responsabilidade da decisão de venda para a diretoria da cooperativa, razão pela qual não há orientação para que os associados optem por esta alternativa (MENDES & JÚNIOR, 2006:100).

11.4.4 Prêmio para o Escoamento de Produto (PEP)

O Prêmio para Escoamento de Produto, ou simplesmente PEP, como é conhecido no meio produtivo, constitui-se em uma subvenção econômica concedida pelo Governo, através de leilão público, que será utilizada posteriormente pelo arrematante para aquisição de produtos pelo valor de referência garantido pelo Governo Federal, observadas as condições previstas no seu regulamento. O objetivo prioritário deste mecanismo é garantir um preço de referência ao produtor e às Cooperativas e, ao mesmo tempo, assegurar o escoamento da produção. Este preço de referência (geralmente o Preço Mínimo) é definido pelo Governo que, desta forma, sustenta os preços ao produtor, evita a formação de onerosos estoques e direciona os produtos para regiões que, de outra forma, teriam necessidade de importá-los. Por este sistema o Governo, por intermédio da CONAB, oferece um bônus ou prêmio, em leilões públicos, aos interessados em adquirir o produto pelo preço de referência, diretamente do produtor ou da cooperativa. Esse prêmio equivalerá, em média, à diferença entre o preço de referência e o de mercado. Os leilões, indicando a data, horário e local do pregão, são estabelecidos em Aviso Específico, divulgado pela CONAB, no prazo de 05 dias úteis antecedentes ao de realização do mesmo (MENDES & JÚNIOR, 2006:100).

11.5 “HEDGE” (Seguro de Preço)

Esta alternativa, embora de difícil acesso para a maioria dos produtores, não deixa de ser uma opção disponível através das cooperativas. “*Hedging*” é uma operação no mercado futuro pela qual o produtor procura reduzir o risco de mercado.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu sobre as principais alternativas de comercialização disponíveis aos produtores rurais.

Atividades de aprendizagem

1) Quando analisamos a atual estrutura do agronegócio brasileiro, o que podemos perceber é que os diversos setores se relacionam, em sua maioria, por meio de contratos e acordos formais e informais. Todas as alternativas abaixo representam razões para que um produtor procure fazer contrato, exceto:

- a. O produtor quer garantir um determinado preço, mesmo antes da colheita.
- b. O produtor, que utiliza o crédito informal, muitas vezes precisa oferecer ao prestador parte de sua produção como garantia.
- c. Suprimento contínuo garantindo uma economia de escala.
- d. Redução de risco de preço, pois o mercado está garantido.

2) Todas as alternativas representam formas de Negociação dos Estoques, exceto:

- a. Venda com Preço Autorizado.
- b. Cédula do Produtor Rural (CPR).
- c. Prêmio para o Escoamento de Produto (PEP).
- d. Venda em Comum ou *Pooling*.

Aula 12 - Preços Agrícolas

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá o que é um mercado e como ele é constituído. Verificará que num mercado de competição perfeito, os preços são determinados pela oferta e demanda de produtos. No caso de produtos agrícolas, a instabilidade dos seus preços é sua característica principal.

12.1 Mercado

Quando falamos de mercado já pensamos na possibilidade de transações entre compradores e vendedores, ou seja, da comercialização de bens e serviços a determinados preços.

No caso de um mercado competitivo, um único preço será prevalecente no mercado, ou seja, teremos o preço de mercado. Agora, se a comercialização acontece num mercado não competitivo, haverá a possibilidade de serem encontrados preços diferentes para um mesmo um mesmo produto. Ou seja, dois supermercados muito próximos e os mesmos venderem a mesma marca de sabão em pó a preços diferentes. Desta forma, duas marcas de sabão em pó podem ser vendidas no mesmo supermercado a preços diferentes.

O preço de mercado da maioria das mercadorias pode sofrer alterações ao longo do tempo. Essas alterações podem ser rápidas quando inseridas em mercados competitivos. Podemos citar os preços das *commodities* agrícolas, tais como o café, o açúcar, a soja, o trigo, cujos preços podem variar (subir ou descer) de maneira significativa ao longo de um dia, de um dia para outro ou de uma semana para outra.

Dado que o mercado agrícola apresenta uma estrutura de mercado competitivo, focalizaremos este estudo no que tange à formação de preços no mercado competitivo.

12.2 A Contabilidade rural

Demanda e oferta - numa estrutura de mercado competitivo - são os principais determinadores de preços dos produtos agrícolas, tanto em mercado externo quanto interno. O que é colocado à disposição do consumidor em um mercado e em um dado espaço de tempo constitui a oferta. Por outro lado, a demanda refere-se a todo produto que é consumido neste espaço de tempo. Quando temos oferta maior que demanda (produção maior que consumo), sobram produtos e este excesso é estocado e, consequente-

mente, os preços tendem a cair. O contrário (a falta de produto) faz com que os preços subam. Sendo assim, numa estrutura de competição perfeita, o preço de cada bem, serviço ou recurso é dado pelo mercado. Os produtores são tomadores de preços e não formadores de preço. Logo, o produtor deve administrar seus custos, escolhendo as quantidades de insumos variáveis para maximizar seus lucros. Num mercado competitivo, ocorre lucro máximo quando o custo marginal e a receita marginal se igualam ao preço de mercado:

$$C_{mg} = R_{mg} = \text{Preço (p)}$$

Suponha que um agricultor apresente em sua atividade rural o seguinte custo total: $CT = 200 + (2q)^2$, em que 200 representa o custo fixo e $(2q)^2$ o custo variável. Se o preço de mercado é $P = 100 - 2q$, qual a quantidade a ser produzida para se alcançar o lucro máximo?

Vale lembrar que num mercado competitivo, o lucro máximo ocorre quando o custo marginal e a receita marginal são iguais ao preço de mercado. Como não temos informação sobre a receita da atividade, iniciamos o cálculo a partir do custo marginal, igualando-o ao preço. O primeiro passo é derivar a função de custo total encontrando-se, assim, o custo marginal. Logo, derivando a função $CT = 200 + (2q)^2$, temos que o Custo Marginal é $4q$.

O segundo passo é igualar o preço ao custo marginal. Desta forma, temos:

$$100 - 2q = 4q \text{ ou } q = 16,67$$

O lucro de uma atividade é a diferença entre a receita total e o custo total. Desta forma temos:

$$RT = \text{Preço} \times \text{Quantidade} = [100 - (2 \times 16,67)] \times 16,67 = 1111,22.$$

$$CT = 200 + 2q^2 = 200 + 2 \times 16,67^2 = 755,78$$

$$\text{Lucro} = 1111,22 - 755,78 = 555,44$$

12.3 Preços agrícolas e sua instabilidade

A característica principal dos preços agrícolas é a sua instabilidade. Tal característica deve-se à: i) dificuldade de previsão e controle da oferta; ii) produção sazonal; e, iii) inelasticidade-preço da demanda.

O preço agrícola está em função de algumas variáveis, tais como:

- I. Alocação de recursos;
- II. Distribuição de renda (intersetorial, entre níveis de renda, entre produtores);
- III. Formação de capital;
- IV. Demanda derivada;
- V. Tomada de decisões.

Alocação de recursos

No setor agrícola, os preços funcionam como distribuidores de recursos produtivos. Quando o preço da soja, por exemplo, remunera mais o produtor, a tendência é que a área de produção de soja aumente em relação, por exemplo, à de milho. Assim, o produtor direciona seus recursos produtivos e financeiros para a cultura mais maximizadora de lucro.

Distribuição de renda

Os preços dos produtos agrícolas afetam a distribuição de renda entre os agentes econômicos, produtores e setores. Em relação aos agentes econômicos, quando os preços agrícolas estão em queda, transfere-se a renda dos produtores agrícolas para os consumidores. Mas quando os preços estão em alta, transfere-se renda para os produtores. A queda dos produtos agrícolas também afeta os setores, de forma que há transferência da renda da agricultura para a indústria.

Formação de capital

À medida que os preços agrícolas aumentam, aumentam também as taxas de investimento (formação de capital) na agricultura, tais como: máquinas, benfeitorias, equipamentos e infra-estrutura.

Demanda derivada

A demanda derivada refere-se à procura por produtos diretamente relacionados com a produção agrícola, por exemplo: defensivos, trabalho, sementes e fertilizantes.

Tomada de decisão

Para a tomada de decisão na gestão agroindustrial, os preços agrícolas e sua previsão são instrumentos utilizados para a tomada de decisão quanto a investir, armazenar, processar, transportar, confinar, etc.

Ao longo do tempo, os preços agrícolas apresentam algumas características comportamentais, sendo necessário avaliar os quatro movimentos que eles apresentam, são eles:

- I. Tendência (evolutivo)
- II. Sazonalidade (oscilatórios)
- III. Ciclo
- IV. Aleatoriedade

A instabilidade dos preços agrícolas gera expectativas pouco confiáveis fazendo com o que o produtor rural tome algumas estratégias de defesa para reduzir seu risco no mercado. Essa precaução do produtor rural faz com que ele não utilize de forma eficiente suas vantagens comparativas. O pequeno produtor rural, diante da instabilidade, tenta garantir, ao menos, a produção para consumo próprio.

Na formação do preço agrícola participam produtores, intermediários e consumidores que compõem o mercado juntamente com os mercados

de insumos que são utilizados na produção e comercialização agrícola. Portanto, o comportamento dos preços agrícolas considera os seguintes fatores que influenciam a sua variação:

- a. ao nível de produtor - refere-se às mudanças tecnológicas, aos preços dos fatores de produção e aos produtos alternativos, ao financiamento, clima, etc;
- b. ao nível do intermediário - são as variações nos custos dos insumos de comercialização, tais como: transporte, processamento, armazenamento, condições de financiamento, etc.; e,
- c. ao nível de consumidor - refere-se às variações na renda, população, preços de outros bens, etc.

12.4 A dimensão espacial dos preços agrícolas

Antes de chegar ao consumidor final, o produto agrícola (matéria-prima) passa por três tipos de transformação (transporte, processamento e armazenamento) ao mesmo tempo em que passa por diferentes níveis de mercado (produtor, atacadista e varejista), sendo que cada um deles apresenta um nível de preço. Ou seja, num dado momento, o preço da matéria-prima refere-se a um tipo de mercado e a um grau de transformação; o preço vai sendo alterado ao longo de suas transformações.

Num mercado competitivo, os preços agrícolas estão condicionados aos custos dessas transformações. Podemos citar o caso de um produto agrícola que é produzido em duas regiões, A e B. Caso não haja comercialização entre essas duas regiões, o preço em cada uma delas - PA e PB - é determinado em função das respectivas curvas de oferta e demanda, supondo, agora, que haja comercialização e, portanto, custo de transferência (CT) por unidade entre as regiões A e B. Nesse caso, a transferência de produtos agrícolas de B para A não prosseguiria até o momento de igualdade entre PA e PB, mas sim, enquanto a diferença entre tais preços for maior ou, no máximo, igual à CT.

Podemos concluir que a diferença de preços entre regiões tende a reduzir, e o limite é o custo de transferência. Ademais, quanto maior for o custo de transferência entre as regiões que estão comercializando, tanto maior será a diferença de preços prevalecente e menor a quantidade comercializada entre elas.

Brasil quer apoio de vizinhos contra controle de preços de *commodities*

Por Marina Guimarães

Para secretário de Política Agrícola, volatilidade nas cotações das *commodities* agrícolas sempre existiu e solução é aumentar a produção.

BUENOS AIRES - O governo brasileiro quer chegar à reunião do Grupo das 20 nações maiores economias do mundo (G-20), no final de junho, com uma posição unificada dos países da América do Sul contra o controle dos preços e mercados de *commodities* agrícolas. A proposta será apresentada aos ministros de Agricultura da região pelo secretário de Política Agrícola, Edilson Guimarães, amanhã, em Buenos Aires, durante a 20ª Reunião do Conselho Agropecuário do Sul (CAS).

“Vamos apresentar um trabalho sobre o assunto com a intenção de provocar uma discussão, que possa levar a um consenso”, disse Guimarães à *Agência Estado*. A opinião dele é que a volatilidade nas cotações das *commodities* agrícolas sempre existiu e a única forma para diminuir os preços é aumentar a produção. “A OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) divulgou um documento mostrando que os fundos de investimentos dão maior liquidez aos mercados e, portanto, não seriam os responsáveis pelo aumento dos preços das *commodities*”, argumentou.

O Brasil e a Argentina são os únicos países da região que fazem parte do G-20, mas ambos querem ter o apoio dos vizinhos para rejeitar qualquer iniciativa dos países desenvolvidos de controle de preços das *commodities* agrícolas. A França, por exemplo, tem argumentado que a inflação dos alimentos é provocada pelos movimentos especulativos dos fundos de investimentos no setor e, portanto, os países deveriam controlar os preços. O ministro de Agricultura, Wagner Rossi, que preside a reunião do CAS, rejeitou qualquer tipo de gestão neste sentido e reforçou o discurso que vem repetindo no Brasil: “Só podemos reduzir preços aumentando a produção”.

Em entrevista à *AE*, o ministro também fez comentários sobre a possibilidade de o Nordeste do Brasil importar milho da Argentina para resolver o problema de custo, mas correr o risco de ter a carga barrada pela aduana por tratar-se de milho transgênico. “Vamos ter uma posição específica sobre esse risco quando houver um caso concreto, mas não vejo problema nenhum. Não tenho preconceito contra transgênico”, afirmou.

Rossi disse que “a questão dos transgênicos só não está superada porque existe um pouco de preconceito, mas é uma realidade mundial sem a qual condenaríamos milhões de pessoas a passar fome”. Por outro lado, o ministro mandou seu recado: “É necessário que o preço do milho no Brasil se regularize, até porque estamos sendo protagonistas do mercado de milho. Fomos o quarto exportador no ano passado, tivemos uma produção recorde e não é razoável que, com uma produção tão abundante, ainda tenhamos preços tão elevados”.

Fonte: Estadão, 31 mar.2011. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,brasil-quer-apoio-de-vizinhos-contra-controle-de-precos-de-commodities,60969,0.htm>>
Acesso em: 06 Abr. de 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu que o setor agrícola insere-se numa estrutura de mercado perfeitamente competitivo, sendo os preços definidos pelo mercado (oferta e demanda). Vimos também que os preços agrícolas são instáveis ao longo do tempo e que os mesmos estão em função da alocação de recursos, distribuição de renda, formação de capital, demanda derivada e tomada de decisões. Ademais, verificamos que o produto agrícola (matéria-prima) passa por três tipos de transformação (transporte, processamento e armazenamento) e que a cada transformação há alteração no preço agrícola.

Atividades de aprendizagem

- 1) Marque verdadeiro (V) ou falso (F) para as seguintes afirmativas:
 - a. () Dado que os produtos agrícolas não fazem parte de um mercado de competição perfeita, seus preços não são influenciados pela lei da oferta e demanda.
 - b. () Não há como obter lucro máximo no mercado de produtos agrícolas, haja vista a instabilidade de seus preços.

- 2) Ainda em relação aos preços agrícolas, marque verdadeiro (V) ou falso (F) para as seguintes afirmativas:
 - a. () A principal característica dos preços agrícolas é a sua instabilidade.
 - b. () Os fatores que determinam a instabilidade são desconhecidos.
 - c. () A instabilidade de preços agrícolas deve-se, entre outros fatores, à produção sazonal.
 - d. () A instabilidade dos preços agrícolas dificulta sua previsão.

Aula 13 - Preços Agrícolas, preços nominais e preços reais

Objetivos

Vimos, na aula 12, que o preço agrícola é uma variável importante para o produtor rural e para o setor agrícola como um todo. Desta forma, torna-se importante compreendermos também os conceitos de preço nominal, preço real (deflacionado) e entender como estes conceitos podem facilitar o processo de análise e tomada de decisão dos produtores rurais.

13.1 Inflação

O processo inflacionário é a elevação generalizada dos preços de bens e serviços. Já a deflação é o inverso, ou seja, baixa predominante dos preços dos bens e serviços.

O Brasil tem uma tradição de períodos de inflação. Em períodos inflacionários deve-se ficar atento com a “ilusão monetária”. O que isso quer dizer? Dado um aumento de preços e salários, os trabalhadores não sentem o aumento de preços, percebem seus salários melhores e pensam que estão em situação melhor do que realmente estão. Isso faz com que se aumente a oferta de mão-de-obra. Os trabalhadores percebem mais o salário nominal que o salário real. Por isso, a necessidade de se conhecer os valores (preços) reais dos bens, serviços e salários.

13.1.1 Deflacionando preços agropecuários (preços reais e preços nominais)

Quando queremos comparar os preços de um produto agrícola ao longo do tempo, temos que considerar o comportamento do nível geral de preços (inflação) do período em análise para que possamos realizar uma análise coerente. Ou seja, sempre que o objetivo é comparar preços no tempo, devemos fazer a correção dos mesmos em relação à inflação. Fazer isso é medir os preços em termos reais; ao contrário, sem considerar a inflação, tem-se os preços em termos nominais.

O preço nominal ou em moeda corrente é, portanto, o valor absoluto de um produto agropecuário, ou seja, o preço que possui a inflação contida no seu valor. O preço real, ou em moeda constante, por sua vez, diz respeito ao preço em que foi descontada a inflação acumulada do período em análise. É por meio do preço real que podemos fazer análise e comparação.

Desta forma, o deflacionamento de preços é uma condição necessária e obrigatória. Temos, a seguir, como se dá o processo de deflacionamento de preços a partir de índices de preços que servem para medir a mudança que ocorre nos níveis de preços de um período para outro. Vejamos alguns cálculos importantes.

Índice Relativo de Preços (IRP)

O IRP possui como objetivo básico acompanhar a evolução do preço de um determinado produto agropecuário ou não. O índice nada mais é que uma relação percentual entre o preço do produto em determinada época e o preço do mesmo produto em um período escolhido como base (referência). O IRP é calculado da seguinte forma:

$$\text{IRP} = P_n \div P_b \times 100$$

Onde: IRP - Índice relativo de preço
 P_n - Preço em um ano “n” qualquer
 P_b - Preço no ano considerado base

Exemplo: Calcular o índice relativo de preços para uma madeira serrada, para a média 1994/2004, sendo o mês de dezembro como o período base (em R\$ por m³).

Mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.
Preço	51,16	45,80	45,80	48,40	48,40	49,21

Mês	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Preço	47,39	47,79	48,39	49,14	49,72	49,81

Aplicando os dados da Tabela acima à fórmula do IRP, chegamos aos seguintes dados:

$$\text{Mês base: Dezembro} = P_b = 49,81 = \text{R}\$/\text{m}^3$$

Dez. = IRP = P _n /P _b x 100 = 49,81/49,81 x 100 = 100
Nov. = 49,72/49,81 x 100 = 99,82
Out. = 49,14/49,81 x 100 = 98,65
...
Jan. = 51,16/49,81 x 100 = 102,71

Vamos, agora, interpretar os dados calculados. Em outubro, por exemplo, o IRP calculado foi de 98,65. Isso significa que em outubro a madeira estava custando -1,35% (98,65 - 100) a menos que em dezembro (mês base). Já em janeiro, notamos que a mesma madeira custava 2,71% a mais em relação ao mês de dezembro.

13.1.2 Deflacionando os preços agrícolas

A moeda nacional passa por momentos de desvalorização em períodos de inflação. Diante disso, é necessário corrigir os preços correntes num dado período, ou seja, encontrarmos os preços reais ou a moeda de valor corrente, para que, assim, seja possível realizar uma análise das variações dos preços.

Valores reais (sem inflação) são obtidos deflacionando os valores nominais (com inflação) a partir de um índice geral de preços ou outro índice qualquer de inflação acumulada. Vejamos dois métodos capazes de nos auxiliar no deflacionamento de preços: (i) via índice geral de preços da FGV (IGP-DI); e, (ii) via dólar americano (US\$ deflacionado).

Deflacionamento via Índice geral de preços da FGV (IGP-DI)

No Brasil, grande parte dos índices de preços é elaborada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) do Rio de Janeiro. Outras instituições também os constroem, tais como: o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Econômicos - DIEESE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE em São Paulo e outros.

O Índice Geral de Preços - disponibilidade interna (IGP-DI) é o mais geral e disponível. Podemos utilizá-lo tanto para inflacionar como para deflacionar valores monetários - lembrando que este índice é o que mede a inflação do país.

Passamos para a parte prática da utilidade do índice. Suponhamos que um gerente de uma fazenda tenha recebido no trimestre de outubro, novembro e dezembro os seguintes salários nominais: 12.000, 13.800 e 16.560, respectivamente. Para calcularmos a taxa de crescimento real dos salários recebidos pelo gerente, em relação ao primeiro mês de outubro, temos que, para novembro e dezembro, o índice de preços teve as seguintes variações: 19% (novembro) e 22%(dezembro).

Dado que nosso mês de outubro é o mês de referência (base), ele terá um deflator de valor 1,0 (ou 100). Em novembro, portanto, o valor será $1,0 \times 1,19 = 1,1900$ e em dezembro será de $1,19 \times 1,22 = 1,4518$.

Para sabermos o aumento real dos salários para novembro e dezembro, basta-nos dividirmos o salário nominal dos respectivos meses, pelos seus respectivos deflatores. Temos, portanto:

Outubro
Salário nominal = 12.000
Deflator = 1,0000
Salário real = 12.000,00

Novembro
Salário nominal = 13.800
Deflator = 1,1900
Salário real = 11.596,64

Dezembro
Salário nominal = 16.560
Deflator = 1,4518
Salário real = 11.406,53

Percebe-se que, na verdade, o gerente da fazenda não teve aumento no salário real, apenas aumento no salário nominal. Ademais, vemos que este trabalhador teve um ganho até menor quando consideramos seu salário nominal nos meses de novembro e dezembro a preços de outubro.

Vamos, agora, considerar os salários dos três meses em moeda do mês de outubro para, assim, calcularmos o crescimento real no mês de novembro e dezembro. Tal procedimento acontece da seguinte forma:

Taxa de crescimento do salário real =
[salário real / salário de outubro (mês base)] - 1

Novembro = $(11596,64 / 12000) - 1 = - 0,0336 = - 3,36\%$
Dezembro = $(11406,53 / 12000) - 1 = - 0,0164 = -1,64\%$

Temos, então, que houve, em termos reais, uma perda de -3,36% no mês de novembro em relação a outubro e, em dezembro, perda de -1,64 em relação a novembro. Já no período (out., nov., e dez.), a perda real total foi de - 4,95% no poder de compra do salário:

$(11.406,53 / 12.000) - 1 = - 0,0495 = - 4,95\%$

Vejamos que o crescimento nominal mostra taxas positivas de 15% e 20% para novembro e dezembro, respectivamente. Notamos que o que nos interessa é o crescimento real dos salários que considera o aumento dos preços (inflação) e não o crescimento nominal. Conclui-se que este trabalhador teve queda no poder de compra de seu salário.

Taxa nominal *versus* Taxa real

Logo, verificamos que a taxa nominal também chamada de taxa aparente é aquela, como vimos, que se apresenta com valores correntes (sem inflação). A taxa real, por sua vez, é calculada descontando os efeitos inflacionários. Ou seja, na taxa nominal está embutida a expectativa inflacionária.

Representamos essas taxas da seguinte forma:

$$(1 + Tx.aparente) = (1 + Tx.real)(1 + inflação)$$

$$\text{Novembro } (1 + 0,1500) = (1 - 0,0336)(1 + 0,1900)$$

$$\text{Dezembro } (1 + 0,2000) = (1 - 0,0164)(1 + 0,2200)$$

Deflacionamento via dólar americano (US\$ deflacionado)

O método utiliza a moeda estrangeira como deflator para comparar os preços no tempo. O cálculo é bem simples: divide-se o preço expresso em valores reais pela taxa de câmbio correspondente do período em questão. Usa-se, geralmente, o dólar americano como deflator, considerando o seu comportamento em termos nominais, o que pode apresentar erro na precisão do cálculo.

Devido ao fato de a moeda americana apresentar inflação embutida aos preços da economia, a estimação pode ser prejudicada. Logo, existe a necessidade de deflacionar a moeda antes mesmo de proceder à correção.

Desta forma, para a conversão de preços nominais para preços reais em dólares americanos (US\$), devemos proceder à conversão utilizando dólares deflacionados.

O método de conversão para dólar nominal consiste em dividir os preços em Reais (R\$) pela taxa de câmbio respectiva. Exemplo: Calcular o valor da madeira em R\$(nominais) por m³ utilizando como deflator o US\$. Os valores são os seguintes:

Janeiro: R\$51,16 Taxa de câmbio: R\$2,8516

Fevereiro: R\$45,80 Taxa de câmbio: R\$2,9257

Resultado

Janeiro = US\$17,94 US\$/m³

Fevereiro = US\$15,65 US\$/m³

A-Z

interpretação da taxa de câmbio é feita da seguinte forma: em janeiro, era necessário, aproximadamente, R\$2,85 para comprar “1” dólar e, em fevereiro, foram necessários R\$2,93.

Preços de alimentos tendem a aumentar nos próximos anos

A alta dos preços dos alimentos, fenômeno que tem provocado preocupações em vários países, tende a se manter nos próximos anos. Essa previsão, apontada em estudos internacionais, também consta do relatório “Brasil - Projeções do Agronegócio 2010/2011 a 2020/22021”, elaborado pela Assessoria de Gestão Estratégica do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, em parceria com a Embrapa.

O coordenador de Gestão Estratégica do Ministério da Agricultura, José Garcia Gasques, diz que o aumento nos preços dos alimentos deve-se a vários fatores, como crescimento de renda dos brasileiros, aumento populacional, baixos estoques e, principalmente, devido às mudanças climáticas em alguns países.

Para equilibrar a inflação dos preços, evitando mais ainda o aumento nos próximos anos, Gasques afirma que o “governo deve monitorar a liberação de estoques e, no médio prazo, aumentar a oferta”.

O órgão de pesquisas International Food Policy Research Institute (IFPRI), dos Estados Unidos, prevê que, ao contrário do que ocorreu no século 20, quando os preços agrícolas foram decrescentes, os cenários atuais apontam preços crescentes entre 2010 e 2050.

Para o IFPRI, preços em elevação sinalizam a existência de desequilíbrios entre oferta e demanda. A crescente escassez de recursos, provocados inclusive por fatores relacionados à demanda - como renda e crescimento da população - e mesmo à oferta, como a redução da produtividade devido a mudanças climáticas, deve colocar os preços dos alimentos em patamares elevados pelos próximos anos.

No Brasil, em 2010 e início de 2011, os preços de diversos produtos agrícolas situaram-se muito acima dos níveis históricos. O preço nominal levantado pelo Cepea/USP para o açúcar, na média da safra 2010/2011, é 107,6% superior ao preço histórico. Já o preço do café situa-se em nível 54,3% superior, enquanto o preço do boi é 63% maior e o da soja, 28,5% mais alto.

Fonte: Folha do Fazendeiro, 2011. Disponível em: <http://www.folhadofazendeiro.com.br/editoria/ver?noticia_id=409> Acesso em: 05 Jun. de 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- A diferença entre valor nominal e valor real;
- A importância de se considerar preços reais em relação aos preços nominais quando se quer realizar comparações entre períodos;
- Como calcular o índice relativo de preços;
- Como deflacionar valores a partir de índice de preços, tal como o IGP-DI; e,
- Como calcular a taxa de crescimento real de valores monetários.

Atividades de aprendizagem

1. Calcular o índice relativo de preços (IRP) para a caixa de tomates, para o preço médio do ano de 2010, sendo o mês de dezembro como o período base em R\$/caixa. Pede-se, ainda, para interpretar os valores encontrados para os meses de janeiro, junho e novembro. (Os dados da tabela são fictícios).

Tabela 1 - Preços do tomate mensal do ano de 2010 em R\$/caixa

Mês	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.
Preço	21,16	25,80	25,80	28,40	28,40	29,21

Mês	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Preço	27,39	27,79	28,39	29,14	31,72	29,81

2. Suponha que um trabalhador rural recebia em 2008 o valor de R\$2.700,00. Em 2009, o salário foi pra R\$2.900,00 e em 2010 recebe R\$3.300,00. Sabemos que a inflação em 2009 e 2010 foi de 15% e 21%, respectivamente. Calcule o ganho real do período 2008/2010.

Aula 14 - Políticas de suporte e de estabilização de preço e renda

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá:

- sobre a Política de Garantia de Preços Mínimos;
- sobre Política de Controle da Produção (Oferta);
- sobre a Política de Estoques Reguladores.

Devido às constantes variações nos preços e na renda agrícola, os governos têm adotado algumas políticas que têm como objetivo manter mais estáveis os preços e, conseqüentemente, as rendas dos agricultores. Entre estas políticas está a de preços mínimos - PGPM, a de controle da oferta e a de estoques reguladores.

14.1 Política de Garantia de Preços Mínimos - PGPM

A política de preços mínimos tem como objetivo garantir preços aos produtores agrícolas para protegê-los das flutuações do mercado. Em outras palavras, a PGPM busca proteger a renda do setor agrícola, estimular o aumento da produção e reduzir o risco de preço enfrentado pelos produtores. A política é anunciada antes do plantio, de forma que os produtores possam ter garantia mínima de que não terão prejuízos com a safra. Na época da venda dos produtos, se os preços do mercado estiverem mais altos que os estabelecidos pelo governo, o produto é vendido no mercado. Se os preços do mercado estiverem mais baixos que os do governo, a produção é vendida para o Estado.

Vamos entender como funciona? Num sistema de livre mercado, onde os preços são o resultado das forças de oferta e demanda. O preço mínimo somente seria concretizado, caso fosse fixado acima do preço de equilíbrio do mercado. Com isso, gera-se um excedente de oferta, que ou é exportado, ou deverá ser adquirido pelo governo ou o governo adota políticas de controle de produção ao nível da demanda existente. O preço mínimo ideal, dentro de uma perspectiva de longo prazo e considerando o custo financeiro da política para os cofres do governo, é aquele que evita um excesso ou uma escassez estrutural de oferta, sendo fixado em torno do nível de preço de mercado. Veja a figura abaixo. E é considerado eficiente

quanto ao objetivo de proteger a renda dos produtores, caso cubra o custo operacional de produção.

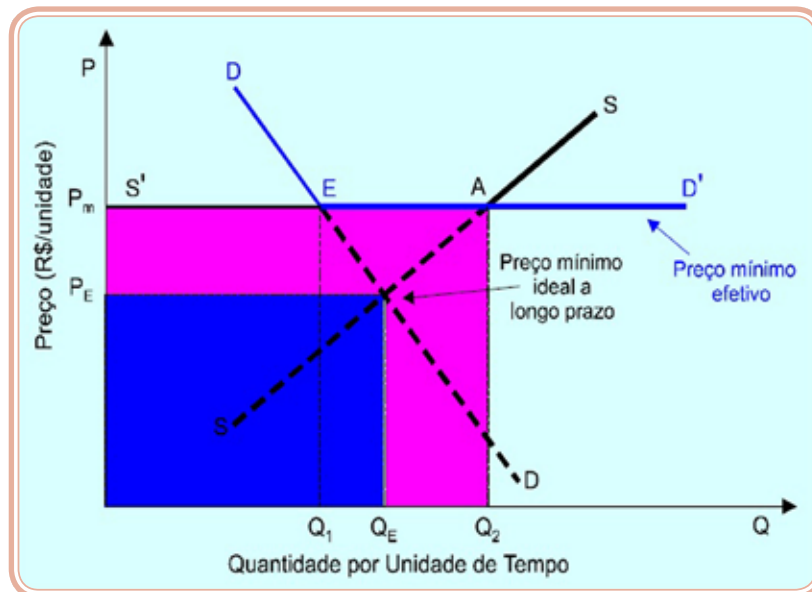


Figura 15: Fixação do Preço Mínimo (P_m) para um Determinado Produto Agrícola.
Fonte: Mendes & Júnior, 2006.

Podemos observar o caso de um produto sujeito à política de preço mínimo na Figura 15, em que a curva de demanda de mercado passa a ser DED' e não DD . Num mercado livre, o preço de equilíbrio é PE , e a correspondente quantidade comercializada é QE . Um preço mínimo P_m será efetivo, somente se for fixado acima do preço de equilíbrio (PE); e se for concretizado, ocorrerão *superávits*. Se estiver fixado abaixo de PE , o excesso de demanda forçará a subida de preço, e, assim o preço de garantia não seria efetivo. O preço mínimo ao nível de P_m induz os produtores a ofertarem a quantidade Q_2 , mas os consumidores estarão dispostos a adquirir apenas a quantidade Q_1 , havendo, portanto, a este preço, um excesso de produção de $Q_2 - Q_1$. Se o preço for mantido em P_m , há necessidade de se controlar a produção, a fim de evitar um contínuo acréscimo de estoque excedente. Com o preço em P_m , a quantidade ofertada seria equilibrada com a quantidade demandada ao nível de Q_1 .

Se for possível controlar a produção em Q_1 , a curva de oferta relevante passa a ser $S'AS$ e não a SS .

Conforme vimos acima, pode-se concluir que a fixação de preços mínimos ou terá efeito ineficaz (se P_m estiver abaixo de PE) ou causará um excesso de produção (se P_m estiver acima de PE). Este excedente, no caso de produtos também voltados para um mercado externo, pode ser exportado. Caso contrário, se o produto se destinar exclusivamente para o mercado interno, a sustentação de preço ao nível de P_m implicará custo adicional para o Governo, porque ele terá que adquirir e armazenar a quantidade $Q_2 - Q_1$, incorrendo nos custos resultantes deste armazenamento.

Com a recente maior abertura da economia brasileira, as situações não previstas de excedentes de oferta podem ser tratadas mediante o estímulo às exportações, que geram aumento das reservas cambiais. Nos casos de escassez conjuntural, as importações podem suprir a diferença entre a demanda e a oferta, provocando a redução das reservas cambiais. Este enfoque pode resultar em menor ônus para o governo do que a manutenção de exagerados estoques de produtos, que perdem qualidade e competição ao retomarem para o mercado nos anos subsequentes.

A PGPM foi criada através do Decreto Lei N.º 79 de 19-12-66, que atribui à União a responsabilidade de normatizar, fixar os preços mínimos e executar as operações de financiamento (EGF) e aquisição dos produtos amparados (AGF). O órgão executor, até 1992, foi a Companhia de Financiamento da Produção (CFP) e posteriormente a CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento, através dos agentes financeiros credenciados pelo Sistema Nacional de Crédito Rural (MENDES & JÚNIOR, 2006, p.35).

14.2 Política de Controle da Produção (Oferta)

A política de controle da produção e da oferta é uma alternativa de oferecer um suporte de preço ao produtor. Ao estabelecer um certo limite ou restrição da produção agrícola, embora muitas vezes possa trazer resultados altamente positivos em termos econômicos, torna extremamente difícil de ser operacionalizada, devido ao grande número de produtores e aos fatores não controláveis como o clima, pragas e doenças.

Há, no Brasil, um produto, cuja produção apresenta condições favoráveis de controle e cujos resultados têm sido positivos. Este produto é a cana de açúcar, da qual é fácil restringir a produção, porque a mesma se concentra em determinadas regiões do país, como São Paulo, Minas Gerais, Alagoas e Pernambuco e, ao

mesmo tempo, toda a produção comercial tem um destino certo que é a industrialização, via usinas e destilarias. Assim, a adoção de quotas de produção distribuídas pelo Governo, em termos de açúcar e álcool, resultará necessariamente na limitação da área a ser plantada com esta cultura.

De acordo com Mendes & Júnior (2006), em uma área de aproximadamente 5,9 milhões de hectares, o Brasil “colhe” mais de 437 milhões de toneladas de cana-de-açúcar, que vão se transformar em cerca de 17 bilhões de litros de álcool e um pouco mais de 26,7 milhões de toneladas de açúcar. O parque produtivo do setor sucro-alcooleiro (álcool e açúcar) do Brasil possui 304 indústrias em atividade, sendo 227 na região Centro-Sul e 77 na região Norte-Nordeste, desse total, mais de 40 estavam desativadas no final de 1997.

Esta política é praticamente impossível de ser aplicada para um produto como o milho, por ser cultivado por mais de dois milhões de produtores distribuídos por mais de 5 mil municípios e pelos múltiplos usos e destinos da produção (MENDES & JÚNIOR, 2006, p.117).

Segundo os autores, a justificativa para o controle da produção baseia-se na inelasticidade-preço da demanda para produtos agrícolas. Por esta política, o Governo limita a produção agrícola ao reduzir a oferta de S_0 para S_1 , ilustrada na Figura 16.

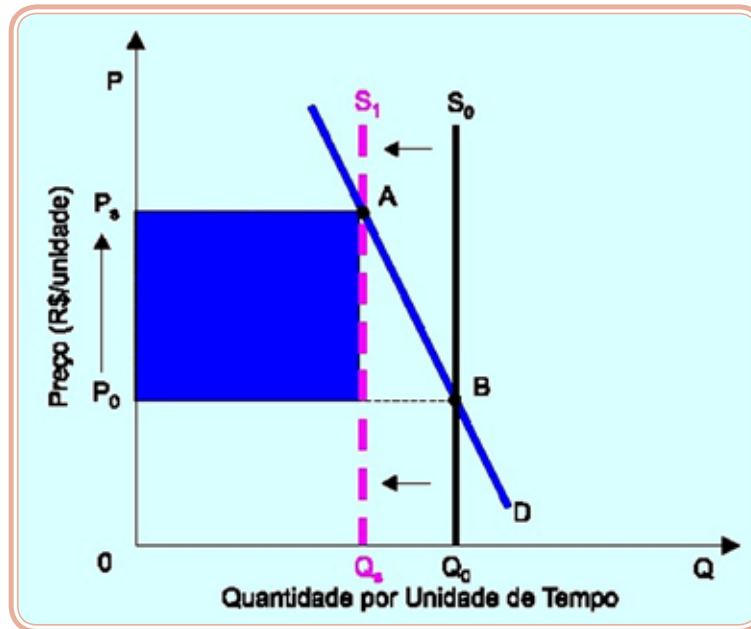


Figura 16: O Impacto da Política de Controle de Oferta.

Fonte: Mendes & Júnior, 2006.

Se os agricultores produzirem uma quantidade total menor, cada um deles receberá um preço maior (P_S). Como a demanda para produtos agrícolas é geralmente inelástica, a restrição da produção ao nível de Q_S aumentará a receita total recebida pelos produtores, ou seja, produzir a quantidade Q_S gera uma receita ($OP_S A Q_S$) maior do que produzir Q_0 , cuja receita é $OP_0 B Q_0$. Este procedimento resulta em má alocação de recursos, uma vez que os consumidores são forçados a pagar mais pelos produtos agrícolas, mas o principal objetivo dos produtores é a manutenção de um preço ao nível próximo de P_S .

14.3 Política de Estoques Reguladores

A política de estoques reguladores visa “ajustar” a oferta e a demanda no longo prazo, isto é, entre anos. Estes estoques reguladores ou de reservas são vistos como um meio para suportar ou estabilizar os preços agrícolas, armazenando o excesso nos anos de grande produção para colocar no mercado nos anos de frustração de safra. Em outras palavras, a política agrícola só conseguiria garantir ao setor a renda planejada (em função dos preços indicados pelo mercado) através de manipulações das quantidades. Assim, em épocas de superprodução, o Governo entraria comprando e, em épocas de escassez, o Governo entraria vendendo uma quantidade que per-

mitisse uma variação apenas compensatória nos preços. Com esta política de estoques reguladores, ao mesmo tempo em que estabiliza a renda, o Governo conseguiria também diminuir a amplitude das oscilações de preços.

É importante observar que, para que essa política possa ser eficiente economicamente, deve visar essencialmente eliminar as variações aleatórias da renda do setor agrícola. Sob a ótica de alocar recursos, essa política seria altamente ineficiente se buscasse impedir as variações ou tendência imposta pelas forças de mercado no longo prazo. No primeiro caso, ele traria um benefício para a comunidade, que decorreria da maior estabilidade dos preços e da renda, enquanto, no segundo, ela traria um custo adicional em função do acúmulo crescente e contínuo dos estoques.

A política de estoques reguladores objetiva reduzir, parcialmente, as flutuações de preços através de uma oferta mais regular ao longo dos anos.

Texto Complementar

Governo discute estoque regulador com setor de suco de laranja

O ministro da Agricultura, Wagner Rossi, discute nesta quarta-feira, 11, em uma reunião às 16 horas, em Brasília (DF), a formação de um estoque regulador de suco de laranja com a indústria produtora da bebida. Participam do encontro representantes das quatro maiores processadoras do País - Cutrale, Citrosuco/Fischer, Citrovita e Louis Dreyfus - responsáveis por mais de 80% da produção e por quase 100% da exportação da bebida, além da Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBR), entidade que representa as indústrias.

A **Agência do Estado** apurou que na reunião o ministro irá oferecer à indústria um possível financiamento público para a formação desses estoques, como ocorre, por exemplo, com o etanol. Só que, ao contrário do combustível, cujo financiamento e a estocagem são regulamentados por lei, a indústria de suco não é obrigada a reter a produção da bebida.

Na semana passada, durante a divulgação da estimativa da safra de laranja do Estado de São Paulo, na Agrishow, em Ribeirão Preto (SP), Rossi defendeu medidas para a recomposição de estoques de suco, que estão nos níveis mais baixos da história, de acordo com a indústria. Ainda na feira, Rossi teve uma reunião com os produtores na qual o assunto foi debatido. “No curto prazo, a medida seria interessante, falta só a indústria aceitar”, afirmou o presidente da Associação Brasileira de Citricultores (Associtrus), Flávio Viegas.

Como a safra de laranja 2011/2012 deve ser grande, os produtores temem a queda do preço da fruta, após recordes históricos em 2010/2011, quando a caixa de 40,8 kg de laranja chegou a R\$ 15. Na semana passada, a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) divulgou que a indústria deve processar 302,99 milhões de caixas de laranja de pomares de São Paulo - maior produtor mundial da fruta - em 2011/2012, alta de 23,4% ante as

246,05 milhões de caixas de 2010/2011. Já a indústria estima que o processamento total, incluindo as frutas do Triângulo Mineiro, fique entre 320 milhões e 330 milhões de caixas.

Antes mesmo de os anúncios serem feitos, os preços do suco de laranja no mercado internacional e interno recuaram. Mas o mercado avalia que só uma sinalização do setor para a retenção de estoques seria suficiente para sustentar o preço da bebida e da fruta em alta, já que o Brasil praticamente domina o comércio mundial do suco.

Além do governo federal, o governo paulista também estuda medidas para reter o suco de laranja no mercado interno. O governador Geraldo Alckmin avalia um programa para a inclusão da bebida na alimentação nas escolas e nos presídios. A previsão é que o programa tenha potencial de consumo de 100 mil toneladas de suco por ano, ante uma produção total em torno de 1,5 milhão de toneladas.

Fonte: Economia&negócios. Maio, 2011. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/negocios+agronegocio,governo-discute-estoque-regulador-com-setor-de-suco-de-laranja,66468,0.htm>>. Acesso em: 12 jun. de 2011.

Resumo

Nessa aula, você aprendeu sobre as principais políticas de suporte e de estabilização de preço e renda e os principais conceitos envolvidos neste processo, além de sua aplicabilidade prática.

Atividades de aprendizagem

1. O principal objetivo da implementação de uma política de preços mínimos é:
 - a. Ajustar a oferta e a demanda no longo prazo, isto é, entre anos.
 - b. Eliminar as variações aleatórias da renda do setor agrícola.
 - c. Estabelecer certo limite ou restrição da produção agrícola.
 - d. Garantir preços aos produtores agrícolas para protegê-los das flutuações do mercado.
2. Uma política de Estoques reguladores só poderá ser eficiente economicamente se:
 - a. Houver controle da produção que se baseie na inelasticidade-preço da demanda para produtos agrícolas.
 - b. Eliminar as variações aleatórias da renda do setor agrícola.
 - c. Proteger a renda do setor agrícola, estimular o aumento da produção e reduzir o risco de preço enfrentado pelos produtores.
 - d. Os preços do mercado estiverem mais altos que os estabelecidos pelo governo.

Aula 15 - Contabilidade Rural

Objetivos

A contabilidade rural fornece para o empreendedor rural a situação econômica e financeira da empresa rural. Assim, nosso objetivo é capacitá-lo para o conhecimento contábil e gerencial das empresas rurais. Nesta primeira parte da aula de contabilidade rural, o aluno compreenderá alguns conceitos básicos e rotinas necessárias à elaboração das informações contábeis da atividade agropecuária.

15.1 Atividade rural: conceitos básicos

O Produtor Rural é a pessoa física que explora a terra para produção vegetal (agrícola), incluindo-se aí reflorestamento para extração vegetal, e para produção animal (criação de animais, pecuária ou zootécnica). O Produtor Rural pode também explorar o beneficiamento artesanal dos seus produtos primários. A exploração desses produtos dá origem a outro tipo de produção: produção industrial (agroindustrial), através de cooperativas rurais responsáveis pela industrialização e, muitas vezes, pela distribuição dos produtos de determinada região. O Produtor Rural também pode vender sua produção diretamente ao consumidor final e ao comercial, distribuindo seus produtos através de Centrais de Abastecimento (CEASA's).

As atividades rurais - exploradas pela empresa rural - podem ser divididas nos seguintes grupos:

1º Grupo - Produção vegetal (atividade agrícola)

A atividade agrícola, divide-se em dois subgrupos:

a) Culturas hortícolas e forrageiras:

- cereais (feijão, soja, arroz, milho, trigo...)
- hortaliças (verduras, tomate, pimentão);
- tubérculos (batata, cenoura, mandioca);
- bulbos (cebola, alho ...);
- plantas oleaginosas (mamona, amendoim, girassol, menta...);
- fibras (algodão, linho...);
- especiarias (cravo, pimenta...);
- floricultura, forragem e plantas industriais.

b) Arboricultura:

- florestamento (eucalipto, pinho...)
- pomares (maçã, laranja, manga...)
- vinhedos, olivais, seringais, etc.

2º Grupo - Produção animal (atividade zootécnica)

- apicultura (criação de abelhas);
- avicultura (criação de aves);
- sericultura (criação do bicho-da-seda);
- cunicultura (criação de coelhos);
- ranicultura (criação de rãs);
- piscicultura (criação de peixes);
- pecuária (criação de gado);
- outros pequenos animais.

3º Grupo - Indústrias rurais (atividade agroindustrial)

- beneficiamento de produtos agrícolas (arroz, café, milho, conservas);
- transformação de produtos agrícolas (cana-de-açúcar em álcool e aguardente, oleicultura, vinicultura, moagem de trigo e milho);
- transformação de produtos zootécnicos (mel, laticínios, casulos de seda, adubos orgânicos).

Vale destacar que os produtos agrícolas e pecuários são considerados “*commodities*” e podem ser vendidos nos pregões das Bolsas de Mercadorias e Futuros por meio de corretoras de valores. Entre os “*commodities*” agrícolas estão o café, o algodão, o milho e a soja. Ainda como derivados da agricultura estão o açúcar e o álcool. Os “*commodities*” pecuários são o bezerro e o boi gordo.

15.2 A Contabilidade Rural

Contabilidade é um instrumento da função administrativa que tem por finalidade controlar o patrimônio, apurar o resultado e prestar informações sobre o patrimônio das empresas.

A contabilidade, quando é estudada de forma genérica, para uso em qualquer empresa é dita contabilidade geral ou financeira. Quando concebida, dirigida e adequada a um segmento específico de determinada produção ou atividade, é denominada em consonância com essa atividade. Desta forma, temos:

- I. Contabilidade Agrícola - aplicada às empresas agrícolas;
- II. Contabilidade Zootécnica - aplicada às empresas que exploram a zootécnica;
- III. Contabilidade da Pecuária - aplicadas às empresas pecuárias;
- IV. Contabilidade Rural - aplicadas às empresas Rurais;
- V. Contabilidade Agropecuária é a contabilidade geral aplicada às empresas agropecuárias;
- VI. Contabilidade Agroindustrial é a contabilidade geral aplicada às empresas agroindustriais.

A Contabilidade Rural possibilita uma visão global maior da contabilidade de unidades de produção de um segmento primário e primordial da

economia brasileira, sendo o rebanho bovino do Brasil um dos maiores do mundo. Além disso, em grande parte dos produtos rurais há uma diversificação e conjugação de atividades agrícolas e zootécnicas. Por este motivo, a Contabilidade Rural será abordada em dois grupos: Tópicos sobre a contabilidade agrícola e Tópicos sobre a contabilidade pecuária.

Antes de iniciarmos a apresentação desses dois grupos, cabe a seguinte observação: uma pergunta constante numa atividade agropecuária é quanto ao término do exercício social. Na empresas em geral, o exercício social é encerrado normalmente em 31/12, coincidindo-se com o ano civil. Mas em uma empresa rural isso não ocorre. Por quê? A resposta é simples. As empresas, de maneira geral, têm receita e despesa constantes durante meses e ano, por isso a opção para o mês de dezembro, não só pelo fato de ser o último mês do ano, mas também pela redução ou até interrupção da atividade operacional, propiciando férias coletivas, conseqüentemente, condições mais adequadas para o inventário das mercadorias.

Vejamos como funciona no caso de uma empresa agrícola e pecuária.

15.2.1 A Contabilidade agrícola

Em uma atividade agrícola o período durante e logo após a colheita compreende a receita da empresa rural. Como dito anteriormente, em outras atividades a comercialização se distribui ao longo dos 12 meses, já na produção agrícola, que é sazonal, as atividades concentram-se num período específico que pode compreender alguns dias de um mês do ano.

Quando a colheita numa produção agrícola é finalizada juntamente com sua comercialização, dizemos que se encerra o ano agrícola, isto é, aquele período em que acontece o plantio, a colheita e a comercialização da safra agrícola. Por este motivo, não é realizada a apuração dos resultados antes da colheita, com a cultura ainda em formação, já que não é possível determinar com certeza o valor econômico da safra. Podemos citar como exemplo a cultura de milho com 1 metro de altura há dois meses da colheita ou um pomar de maçãs ainda na floração. Dadas essas condições, mede-se o resultado do período logo após a colheita e sua respectiva comercialização (término do ano agrícola), ou seja, o encerramento do ano social.

15.2.1.1 Produtos agrícolas com colheitas diferentes

Algumas empresas rurais, por explorarem atividades agrícolas diversificadas, acabam apresentando colheitas em diferentes períodos do ano. A recomendação que se faz é fixar o ano agrícola em função daquela cultura economicamente prevaiente. Se, por exemplo, uma empresa rural planta feijão entre os pés de café, ou milho, entre as ruas de uva, certamente o período de colheita do café e da uva é que determinarão o ano agrícola, mesmo que no seu encerramento haja uma cultura secundária em formação. Nesta situação, avalia-se a cultura em formação e, ainda que não perfeita,

esta avaliação não traria distorções à contabilidade, já que o valor apurado não seria relevante à cultura principal. Este mesmo raciocínio serve para culturas não conjugadas e o exercício social é fixado com base naquela de maior relevância econômica.

15.2.1.2 Escrituração contábil da atividade agrícola

Com relação à contabilidade agrícola, devemos considerar basicamente o tipo de cultura existente, ou seja, se a cultura é temporária ou permanente.

Culturas temporárias:

Culturas temporárias são aquelas sujeitas ao replantio após a colheita. Essas culturas são arrancadas do solo para que um novo plantio seja feito, por exemplo, o caso do arroz, feijão, milho e outros cereais. Estas plantações são contabilizadas no Ativo Circulante, na conta Cultura em Formação e subconta com o nome específico da cultura.

Os custos como sementes, fertilizantes, mudas, inseticidas, depreciação de tratores, mão-de-obra, mudas, demarcações, serviços profissionais e quaisquer outros gastos serão registrados nesta rubrica.

No caso de uma única cultura, todos os custos se tomam diretos à cultura, sendo apropriados diretamente. Existindo várias culturas, os custos indiretos são rateados, proporcionalmente a cada cultura. Vale ressaltar que há uma diferença entre custo e despesa na agricultura. O custo na agricultura compreende todo o gasto identificável direta ou indiretamente com a cultura (sementes, adubos, depreciação de máquinas e equipamentos utilizados na cultura, fertilizantes e outros).

Os gastos não identificáveis com a cultura, ou seja, que não contribuíram para a produção rural em si, e, por isso, não acumulados no estoque, deverão ser apropriados como despesa do período. São as despesas comerciais, administrativas e financeiras. Caso ocorra alguma dessas despesas - juros sobre empréstimo bancário para custeio exclusivo da plantação de cebola, por exemplo - tais encargos serão contabilizados no Ativo Circulante, em Cultura Temporária - Cebola.

Todos os custos com a cultura temporária, desde a preparação do solo para o plantio, até a finalização da colheita, são registrados no Ativo Circulante, subgrupos Estoques. Ao concluir a colheita, o saldo da conta Cultura Temporária transfere-se para uma nova conta do Ativo, do grupo Estoque, com o título de Produtos Agrícolas (milho, feijão, cebola, etc.).

Após a colheita, os custos derivados do acabamento do produto para fins de comercialização, bem como os custos de manutenção de estocagem, são somados à conta Produtos Agrícolas. Se, por acaso, o produtor rural, depois desta fase de acabamento, decidir armazenar o produto temporariamente com o objetivo de melhoras nos preços, os gastos decorrentes

dessa decisão serão considerados como Despesa Operacional e não como custo do produto.

Por ocasião da venda, transfere-se, proporcionalmente, da conta Produtos Agrícolas para uma conta de resultados, o Custo do Produto Vendido. A partir desse momento, pode-se apurar o Lucro Bruto da atividade mediante a comparação das Receitas de Vendas e o Custo do Produto Vendido.

Culturas permanentes

As culturas permanentes ou perenes são aquelas que duram mais de um ano e proporcionam mais de uma colheita, tais como: a cana-de-açúcar, citricultura (laranjeira, limeira, cafeicultura, frutas arbóreas (maçã, pêra, uva, goiaba) e outros. Neste tipo de plantação, os custos para a formação da cultura serão considerados no Ativo Não Circulante - Imobilizado. Todos os custos (adubação, formicidas, mão-de-obra, seguro da cultura, sementes, mudas, produtos químicos, depreciação de equipamentos utilizados na cultura, etc.) são acumulados na conta Cultura Permanente em Formação.

Algumas culturas podem levar até alguns anos para se formarem, como o caso de certas qualidades de macieiras. Neste caso, transfere-se o valor acumulado na conta Cultura Permanente em Formação para a conta Cultura Permanente Formada, identificando-se com uma sob conta a cultura específica.

Por fazer parte do imobilizado desde a formação, a cultura deverá ser corrigida monetariamente e, também, a partir da primeira produção deverá ser reconhecido o efeito da depreciação da cultura.

Quanto à colheita ou produção da cultura permanente, assemelha-se seu tratamento contábil a Produtos em Processo como temos na indústria.

Todos os gastos com a colheita são registrados no Ativo Circulante, subitem “Estoques e Colheita em Andamento”.

Considera-se como gastos com a colheita tudo o que for aplicado na cultura após a sua formação, tais como: mão-de-obra de capina, aplicação de produtos químicos, formicidas, seguro de safra, depreciação da cultura formada e outros gastos necessários até a etapa final da colheita. Ao concluir a colheita, transfere-se o total acumulado em Colheita em Andamento para a conta Produtos Agrícolas. Nesta conta também são incluídos custos adicionais, tais como: beneficiamento, acondicionamento ou outro processo aplicado ao produto. No momento da venda, é necessário dar baixa em Produtos Agrícolas, transferindo-se proporcionalmente para Custo de Produtos Vendidos.

Vale ressaltar que devem ser considerados dois outros aspectos econômicos na escrituração contábil da cultura permanente: i) o aumento da vida útil, obtido por meio de gastos que beneficiam mais de uma safra incrementando sua capacidade produtiva e, ii) as perdas extraordinárias que são decorrentes de incêndios, geadas, inundações, granizo, tempestades, secas e outros eventos desta natureza. Tais eventos devem ser reconhecidos, baixando-se no Ativo Permanente e classificando-se como Despesa não Operacional no Resultado do Exercício.

15.3 A contabilidade na pecuária

A atividade pecuária bovina consiste em três fases distintas, pelas quais passa o animal que se destina ao abate, que são as seguintes:

- a. Cria: a atividade básica é a produção de bezerros que só serão vendidos após o desmame. Normalmente, a matriz (de boa fertilidade) produz um bezerro por ano.
- b. Recria: a atividade básica é, a partir do bezerro adquirido, a produção e a venda do novilho magro para engorda.
- c. Engorda: a atividade básica é, a partir do novilho magro adquirido, a produção e a venda do novilho gordo.

Há empresas rurais que combinam várias fases, obtendo até seis alternativas de produção (especializações):

- cria;
- recria;
- cria-recria;
- cria-recria-engorda;
- recria-engorda;
- engorda.

Adotou-se para análise o tipo de atividade cria-recria-engorda (sistema integrado, isto é, do bezerro desde o seu nascimento, até a venda para o abate, quando adulto e gordo).

O gado bovino no Balanço Patrimonial que será comercializado pelo produtor rural, em forma de bezerro, novilho magro e gordo, deverá ser classificado como estoque vivo. Quando destinado à procriação (Touros e Matrizes) ou ao trabalho, que não será vendido, será classificado no Ativo Permanente.

15.3.1 Classificação Fiscal

A legislação fiscal normatiza a seguinte classificação:

I. Ativo Circulante:

Estoques Vivos: compreende aves, gado bovino, suínos, ovinos, caprinos, coelhos, peixes e pequenos animais destinados à revenda, ou a serem consumidos.

II. Ativo Não circulante:

Gado Reprodutor: representado por touros puros de origem, touros puros de cruz, vacas puras de origem, vacas puras de cruz e gado destinado à inseminação artificial, Gado de Renda - representado por bovinos, suínos, ovinos e equinos utilizados para a produção de bens que constituem objeto de suas atividades (caso típico é o gado leiteiro);

Animais de Trabalho: compreendem equinos, bovinos, muares, asininos destinados ao trabalho agrícola, sela e transporte.

15.3.2 Classificação do gado para corte e para produção

No caso da pecuária bovina de corte, os bezerros nascidos são classificados no Ativo Circulante, como se todos se destinassem à venda. Após certo período, realiza-se uma nova reclassificação, transferindo aqueles aptos para a reprodução para o Permanente. Tal avaliação considera fertilidade, ardor sexual, carcaça, peso, etc., e varia com a política de produção do produtor rural. Alguns produtores transferem para o Permanente as fêmeas e apenas alguns machos. Do Circulante para o Permanente, se o plantel estiver avaliado a preço de custo, é necessário corrigi-lo monetariamente desde o nascimento, até a data da transferência.

Cabe fazermos uma observação quanto ao curto e longo prazo na atividade pecuária. O curto prazo para a pecuária será igual a seu ciclo operacional, em média três a quatro anos. Dessa forma, os estoques constarão no Ativo Circulante a Longo Prazo. Ressalte-se que a regra é a mesma para o Passivo Exigível.

15.3.3 Variação Patrimonial Líquida

Variação Patrimonial significa a mudança dos valores do patrimônio da empresa pela alteração de um ou mais itens patrimoniais. Ou seja, há uma diferença entre o valor que ele está escriturado e o valor praticado no mercado. Existem dois fatores que ocasionam esta variação. Primeiro, o gado através de seu crescimento natural, ganha peso e envergadura com o passar do tempo, ficando o Ativo a constante aumento de valor econômico real.

Segundo, na pecuária pelo ciclo operacional extenso, a rotatividade do estoque é lenta, acarretando os efeitos da inflação com a perda do poder aquisitivo da expressão monetária que está registrado. Desta forma, é essencial que se reconheça essa modificação. A variação patrimonial poderá ser positiva, nos casos em que há ganho econômico, como por exemplo, o nascimento de um bezerro. Ou negativa, com a morte de um novilho por doença. O resultado entre as variações patrimoniais positivas e negativas dará a variação patrimonial líquida, que será destacada nas contas de resultado do exercício.

15.4 Pessoa Física e Pessoa Jurídica na atividade rural

Pequenos e médios produtores rurais não precisam fazer escrituração regular da contabilidade da atividade rural para fins de Imposto de Renda. Podem, apenas, utilizar um demonstrativo simplificado por meio do livro caixa. Apenas os grandes produtores rurais - pessoas físicas equiparadas a pessoa jurídica para fins fiscais - são obrigadas a realizar a escrituração integral fiscal e contábil.

Falta de planejamento dificulta vida do agricultor

Lara Ely

O pagamento dos impostos não é a principal dificuldade da contabilidade rural, segundo o engenheiro--agrônomo, contador e administrador rural Valdir Sangaletti, extensionista rural da Emater de Barra do Guarita. O grande problema é a questão da organização das propriedades. “Não se tem o hábito de se planejar de forma sistemática. Falta fazer a coisa certa na hora certa.” Segundo ele, é fundamental qualificar a tomada de decisão, caso contrário, se tem como prejuízos a perda de oportunidades, os recursos mal investidos e a não obtenção dos resultados esperados.

De acordo com Sangaletti, toda produção tem que emitir a nota fiscal de produtor na comercialização e também para aquilo que ele consome na propriedade. “Se o dono do terreno abate um animal para o consumo próprio, ele tem que emitir a nota fiscal para gerar ICMS no município”, afirma, esclarecendo que esse valor entra no bolo para definir o retorno de ICMS para os municípios.

Sobre as opções de crédito e financiamento, o extensionista explica que a linha Pronaf Mais Alimentos é a mais utilizada atualmente pelos agricultores familiares. “O seu foco é mais voltado para infraestrutura e projetos de produção, e permite o pagamento em até dez anos, com juros de 2% ao ano”, afirma. Ele acredita que o financiamento do governo é bem interessante para os pequenos agricultores, desde que o crédito seja usado de acordo com o projeto. Esse é, inclusive, um dos grandes desafios que se encontra hoje no setor. “A grande questão é a boa aplicação do crédito adquirido. Daí vem a importância da assistência técnica e extensão rural. Ajudamos a garantir uma orientação rural dos produtores na aplicação desses recursos”, afirma.

Como contador que vive a realidade do meio rural, Sangaletti faz questão de diferenciar a contabilidade agrícola e a gestão financeira da propriedade. “Enquanto uma é ferramenta da gestão, a outra envolve planejamento, organização dos recursos, busca por conhecimento e bom nível de tecnologia.” O controle das finanças, na opinião dele, ajuda o agricultor a ter indicadores na mão e, com isso, qualificar o seu processo de tomada de decisão. Indicadores técnicos e econômicos fortalecem o desempenho financeiro e patrimonial da unidade de produção.

“A contabilidade agrícola não é um instrumento obrigatório nas pequenas propriedades, apenas nas propriedades maiores, mas quanto menor o produtor, mais fácil ele aceitar nossa ajuda. O médio e grande produtor tem mais medo de mostrar os números”, relata.

Fonte: Jornal do Comércio, 06 jun.2010.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- Alguns conceitos básicos que norteiam a atividade rural (agrícola e pecuária);
- Os primeiros passos para a construção de um demonstrativo contábil das empresas rurais;
- Que a contabilidade de um empreendimento rural é primordial tanto para o seu gerenciamento quanto para o controle do patrimônio.

Atividades de aprendizagem

1. Marque com um “x” a alternativa correta. Como exemplo de culturas hortícolas e/ou forrageiras temos:

- Vinhedo
- Pomar
- Tubérculo
- Sericultura

2. A Fazenda São Romão possui diversas culturas, com participações apresentadas na tabela seguinte:

Cultura	Época de colheita	Participação (%)
Café	Julho/Agosto	22
Feijão	Março	10
Cana-de-açúcar	Março/Abril	25
Milho	Novembro/Dezembro	20
Uva	Janeiro	10
Outras culturas	-	13

Pergunta-se: Qual o melhor mês para encerrar o ano social na Fazenda São Romão, de acordo com a teoria da contabilidade rural?

Aula 16 - Contabilidade Rural: a depreciação, a exaustão e a amortização dos recursos produtivos

Objetivos

Nesta aula, você compreenderá como considerar na contabilidade rural a depreciação, a exaustão e a amortização dos recursos produtivos, bem como a formalização de um demonstrativo de fluxo de caixa da atividade rural.

16.1 O Ativo Permanente: depreciação, exaustão e amortização

16.1.1 A depreciação na atividade rural

A depreciação na atividade rural é a apropriação ao resultado da atividade, da perda de eficiência ou da capacidade de produção de bens tangíveis que fazem parte dos componentes do Ativo Permanente e que servem para a produção de vários ciclos da atividade e que não se destinam à venda. Engloba-se aí as culturas permanentes, máquinas e equipamentos, tratores, gados reprodutores, animais de trabalho e outros bens que são de propriedade da empresa.

Para se estimar o percentual mensal ou anual desta perda de eficiência, temos que verificar o tempo de vida útil do bem considerando fatores como solo, clima, raças, qualidade da cultura, etc. No caso de máquinas, tratores e outros implementos agrícolas, o próprio fabricante é quem poderá informar a provável vida útil (Vide Anexo). Vale ressaltar que somente têm depreciação os bens que possuem vida útil limitada; portanto, a terra não tem depreciação.

O método mais simples de calcular a depreciação de um bem consiste na sua desvalorização, durante a sua vida útil, de forma constante. É o chamado método linear. A seguinte fórmula pode ser aplicada:

$$\text{Depreciação} = \frac{V - \mathcal{V}}{n}$$

Em que:

V é o valor inicial do bem; ou seja, o valor pelo qual ele foi adquirido, ou até mesmo o seu valor atual;

\mathcal{V} é o valor final ou valor de sucata do bem; ou seja, ao término da vida útil, qual o seu valor? Tratando-se de uma máquina (trator, por exemplo), qual seria o valor pago pelo ferro velho? Esse valor, pago pelo ferro velho, seria o valor de sucata; e,

n é o número de períodos de vida útil estimada do bem. Caso tenha se considerado o valor atual, deverão ser considerados como vida útil os anos restantes (vida total menos anos já utilizados).

Vamos considerar que o produtor adquiriu esse implemento, que tem uma vida útil estimada em 5 anos, por R\$2.000,00. Depois de 5 anos, esse implemento será vendido, como sucata, por R\$100,00. A depreciação será, então, calculada assim:

$$\text{Depreciação} = \frac{R\$2000,0 - R\$100}{5}$$

Podemos concluir que a depreciação anual do implemento comprado por R\$2.000,00, cuja vida útil é de 5 anos, será de R\$ 380,00. Esse valor deverá ser considerado no custo de produção.

Apesar de esse método ser simples e claro, fica evidente que ele não consegue resolver a problemática da depreciação em implementos agrícolas, isso porque, as máquinas agrícolas diferentemente, das empresas “normais” (Contabilidade Geral), não trabalham todo o ano, eles trabalham, apenas em períodos pré- determinados. Por esse motivo, o método mais correto para depreciação de implementos agrícolas é o método por horas de trabalho.

Sendo assim, dividimos o valor do equipamento pelo tempo de horas em que esse equipamento trabalha que se encontra no manual do fabricante, da seguinte forma:

$$\frac{\text{Valor.do.equipamento}}{\text{N}^\circ \text{ .estimando.de.horas.de.trabalho}} = \$\text{Depreciação.por.hora}$$

Vamos considerar que o produtor adquiriu um trator por R\$ 58.000,00 cujo o tempo de trabalho dele é de 8.000 horas.

$$\text{Depreciação} = \frac{R\$58.000}{8.000.horas} = \$(\text{valor.a.ser.calculado})$$

Depreciação = R\$ 7,25 por hora

Com isso, foi possível encontrar qual será o valor a ser depreciado desse trator por hora de trabalho.

16.2 A Contabilidade Rural

Contabilidade é um instrumento da função administrativa que tem por finalidade controlar o patrimônio, apurar o resultado e prestar informações sobre o patrimônio das empresas.

A contabilidade, quando é estudada de forma genérica, para uso em qualquer empresa, é dita contabilidade geral ou financeira.

Quando concebida, dirigida e adequada a um segmento específico de determinada produção ou atividade, é denominada em consonância com essa atividade. Desta forma, temos:

1. Contabilidade Agrícola - aplicada às empresas agrícolas;
2. Contabilidade Zootécnica - aplicada às empresas que exploram a zootécnica;
3. Contabilidade da Pecuária - aplicadas às empresas pecuárias;
4. Contabilidade Rural - aplicadas às empresas Rurais;
5. Contabilidade Agropecuária é a contabilidade geral aplicada às empresas agropecuárias;
6. Contabilidade Agroindustrial é a contabilidade geral aplicada às empresas agroindustriais.

A Contabilidade Rural possibilita uma visão global maior da contabilidade de unidades de produção de um segmento primário e primordial da economia brasileira, sendo o rebanho bovino do Brasil um dos maiores do mundo. Além disso, em grande parte dos produtos rurais há uma diversificação e conjugação de atividades agrícolas e zootécnicas. Por este motivo, a Contabilidade Rural será abordada em dois grupos: Tópicos sobre a contabilidade agrícola e Tópicos sobre a contabilidade pecuária.

Antes de iniciarmos a apresentação desses dois grupos, cabe a seguinte observação: uma pergunta constante numa atividade agropecuária é quanto ao término do exercício social. Na empresas em geral, o exercício social é encerrado normalmente em 31/12, coincidindo-se com o ano civil. Mas em uma empresa rural isso não ocorre. Por quê? A resposta é simples. As empresas, de maneira geral, têm receita e despesa constantes durante meses e ano, por isso a opção para o mês de dezembro, não só pelo fato de ser o último mês do ano, mas também pela redução ou até interrupção da atividade operacional, propiciando férias coletivas, conseqüentemente, condições mais adequadas para o inventário das mercadorias.

Vejamos como funciona no caso de uma empresa agrícola e pecuária.

16.2.1 A exaustão na atividade rural

Enquanto uma propriedade física se deteriora fisicamente ou economicamente, os recursos naturais se esgotam. Sendo o esgotamento a extinção dos recursos naturais, a exaustão é a extinção do custo ou do valor desses recursos naturais (florestas artificiais de eucaliptos, de pinos, a cana-de-açúcar, as pastagens artificiais, etc.). Na proporção em que são extraídos os recursos naturais, registra-se a exaustão deste recurso.

Como calcular o valor exaurido? A primeira coisa a se fazer é calcular o valor percentual do volume extraído durante um período, em relação à quantidade total existente no início do período tido como base que compunha a reserva florestal ou mineral. Em segundo lugar, aplica-se este percentual encontrado sobre o valor da reserva registrada no Ativo, sendo o resultado encontrado a cota de exaustão do período.

16.2.2 A amortização na atividade rural

A ocorrência da amortização se dá nos casos de aquisição de direitos sobre bens de terceiros. Corresponde à perda do valor do capital aplicado em Ativos Intangíveis de duração limitada. Como exemplo, a aquisição de direitos de extração de madeira em florestas de propriedade de terceiros ou de exploração de pomar alheio, por prazo determinado, a preço único e prefixado.

O cálculo é realizado da seguinte forma: divide-se o valor do direito ou do gasto em melhoramento, pelo número de períodos de duração deste direito ou melhoramento. Este prazo não poderá ser inferior a cinco anos. Já a lei das Sociedades por Ações estabelece o limite máximo de dez anos para estas amortizações.

16.3 Demonstrações Contábeis

As Demonstrações Contábeis são uma representação monetária estruturada da posição patrimonial e financeira em determinada data e das transações realizadas por uma entidade no período findo nessa data. O objetivo das demonstrações contábeis de uso geral é fornecer informações sobre a posição patrimonial e financeira, o resultado e o fluxo financeiro de uma entidade, que são úteis para uma ampla variedade de usuários na tomada de decisões.

As demonstrações contábeis também mostram os resultados do gerenciamento, pela Administração, dos recursos que lhe são confiados.

16.3.1 Demonstrações contábeis das entidades rurais

As demonstrações contábeis das entidades devem ser elaboradas de acordo com a NBC T3 (Normas Brasileiras de Contabilidade). As demonstrações contábeis devem ser complementadas por notas explicativas elaboradas com obediência à NBC T6 - Da Divulgação das Demonstrações Contábeis e a respectiva Interpretação Técnica, devendo conter, ainda, as seguintes informações:

- a. as principais atividades operacionais desenvolvidas;
- b. os investimentos em culturas permanentes e seus efeitos futuros;
- c. a composição dos tipos de empréstimos, financiamentos, montante a vencer a longo prazo, taxas, garantias e principais cláusulas contratuais restritivas, inclusive os de arrendamento mercantil;
- d. contingências existentes, com especificação de sua natureza, estimativa de valores e situação quanto ao seu possível desfecho;
- e. os efeitos dos resultados decorrentes de arrendamentos e parcerias, quando relevantes;
- f. os efeitos entre os valores históricos dos estoques de produtos agrícolas e o de mercado quando este for conhecido;

- g. eventos subsequentes; e
- h. a composição dos estoques quando esta não constar do balanço patrimonial.

Essas demonstrações são retiradas dos livros e documentos que fazem parte do sistema contábil de qualquer empresa. Deve-se especificar a natureza, a data e/ou o período e a entidade a que se referem.

16.3.2 Fluxo de caixa no setor rural

O fluxo de caixa é o principal relatório contábil não só para o setor agropecuário, como também para outros setores.

Contabilidade a base de caixa

Nos EUA, a maioria dos negócios usa este método dado a sua simplicidade, uma vez que considera apenas os recebimentos e pagamentos. Neste método, o resultado da atividade (lucro do ano) é obtido ao deduzir das vendas recebidas, as despesas pagas. Quando há acréscimos no estoque numa atividade agropecuária, por exemplo, no crescimento do gado ou da plantação, não são considerados como ganhos da atividade neste método. Porém, compras de insumos (fertilizantes) são considerados como despesas do ano a partir do momento que são pagos. Despesas com depreciação, produtos consumidos pelas famílias também não são considerados como tais já que não representam efetivo desembolso do caixa.

Vantagens do método

Alguns administradores rurais nos EUA acreditam que tal método possui suas vantagens. Primeiro, a sua simplicidade, pois evita o detalhamento dos registros da atividade agropecuária.

Ademais, o Imposto de Renda é reduzido, por ocasião da compra de insumos a vista no ano corrente, admitindo-se, assim, que parte dos insumos será utilizada no ano seguinte. Desta forma, os administradores rurais controlam suas flutuações anuais nos seus lucros tributáveis e, portanto, no seu Imposto de Renda devido pela manipulação do momento da venda e compra dos seus insumos. Na pecuária, o desembolso com Imposto de Renda pode ser evitado aumentando seu caixa líquido. Por quê? A resposta é simples: parte da criação mantida pelo pecuarista para engorda do seu plantel - o que provoca desembolso no caixa - será reconhecida antes da venda do gado. Sendo assim, os desembolsos no caixa para a criação do rebanho são considerados, porém, o ganho do crescimento não. Tal resultado provoca uma sequência do lucro tributável enquanto houver a expansão do rebanho.

Desvantagens do método

Uma das desvantagens deste método é quando ocorre a venda de uma produção que estava acumulada, esperando um melhor preço. Tais vendas provocam um crescimento no lucro e, conseqüentemente, no Imposto de Renda a pagar. Outra desvantagem é que neste método proibi-se reduzir do lucro que gera o Imposto de Renda, certas reduções (perdas) no ano corrente referente a colheitas e animais.

16.3.3 Regime de Competências *versus* Caixa

Diferente do método Caixa, o Regime de Competência não possibilita distorção na apuração do resultado. No regime de Competência o Lucro é reconhecido no ano em que é gerado, mesmo que não tenha sido transformado em caixa. Este método também permite reconhecer perdas na produção e no rebanho em estoque reduzindo, assim, o imposto devido já que reduz o lucro tributável.

Outra diferença percebida é que no regime de Caixa consideram-se apenas as vendas recebidas (encaixe), enquanto no de Competência são consideradas as vendas geradas no período. Em relação à Despesa, no regime de Caixa são consideradas as despesas no período, enquanto que no de Competência consideram-se apenas as despesas pagas (desembolsadas).

Pode-se dizer que o regime de caixa não é científico, já que o mesmo é manipulável. Se uma empresa no mês de outubro constata apresenta um lucro elevado no acumulado do ano, ela pagará um Imposto de Renda alto. Num regime de Caixa, o administrador rural poderia vender seus Estoques para receber no início de janeiro, postergando recebimento (passando as vendas para o ano seguinte) e antecipar pagamentos de fornecedores, reduzido, assim, o seu lucro.

Observa-se que a simplicidade é que caracteriza a vantagem do método de Caixa, enquanto a complexidade passa a ser uma desvantagem do método de Competência, em especial, para empresas rurais pequenas e médias.

No Brasil, em relação ao Imposto de Renda para a Pessoa Física, a apuração do resultado se dá por meio do método de Caixa. Há agropecuaristas que utilizam o regime de Competência pensando num sistema de informação mais adequado para a tomada de decisão. Em relação à Pessoa Jurídica, o Imposto de Renda é tributado sobre o resultado do Regime de Competência (exceto se optar pelo lucro presumido), com os ajustes adicionais previstos pelo regulamento do Imposto de Renda. Assim, para fins fiscais, a contabilidade por meio do método de Caixa não tem valor.

16.3.4 A Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC)

A Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC) auxilia na avaliação do potencial da empresa em gerar fluxos futuros de caixa, honrar compromissos, pagar dividendos e identificar a necessidade de recursos externos. Uma das vantagens da DFC é que o lucro líquido e as entradas (recebimentos) e saídas (pagamentos) ficam evidenciadas, bem como a situação financeira da empresa decorrente das transações financeiras e não financeiras (operações que não afetam o caixa) durante um período.

A DFC também serve como instrumento para analisar a relação entre o saldo de caixa líquido evidenciado no Balanço Patrimonial e o Lucro Líquido resultante do regime de Competência.

Geralmente, instituições que concedem Crédito Rural avaliam o passado e o futuro da empresa que recorre ao crédito para tomar decisões quanto à estipulação e concessão. Quem realiza o empréstimo analisa a viabilidade do retorno de um pagamento, ou seja, a capacidade de pagamento do tomador do empréstimo a curto prazo através da DFC e da lucratividade e da rentabilidade que considera a diferença entre receita e despesa, por meio da Demonstração de Resultado do regime de Competência. Isso tudo acontece porque uma empresa pode gerar caixa sem ter tido lucro (venda de estoque a preço baixo, venda de ativo permanente, acréscimos de contas a pagar), concluindo-se que só o caixa não revela todos os fatos. Por outro lado, uma empresa pode obter lucro e, ao mesmo tempo, não conseguir cumprir seus compromissos, uma vez que só a apuração do resultado à base de competência não mede a verdadeira saúde financeira da empresa. Desta forma, combinar os dois fluxos (financeiro e econômico) permite uma melhor análise das instituições de crédito.

Mesmo que haja essas diferenças na variação do resultado (lucro) entre os dois regimes estudados, o método caixa, ainda assim, é importante para decisões financeiras. O que não se recomenda fazer é utilizá-lo isoladamente e, sim, em conjunto com outras demonstrações.

16.3.5 Estrutura da Demonstração do Fluxo de Caixa

Para que se obtenha uma boa análise a DFC é dividida em três grupos:

- I. Atividade Operacional: produção e venda de bens e serviços relativos à atividade operacional da empresa. Em relação ao setor rural, subtrai-se além das despesas operacionais pagas, a retirada de dinheiro para a manutenção da família que corresponde a salários de trabalho e administração dos mesmos.
- II. Atividade referente a investimento: fluxo de caixa para compra e venda de bens de capital, animais de reprodução, planos de aposentadoria, etc.
- III. Atividade de Financiamento: financiamentos, empréstimos, amortizações da dívida, capital dos proprietários, operações com *leasing*.

Em resumo, a DFC é a associação dessas três categorias. Se uma empresa adquire novos financiamentos e empréstimos, essa dívida contraída no passado estará na seção atividade financiamento.

Na seção da atividade operacional, haverá a indicação da disponibilidade do caixa para cobrir as despesas, juros, retiradas da família.

Ademais, a DFC mostra se a geração de caixa está sendo suficiente para cobrir financiamentos na seção atividade financeira e, assim sucessivamente.

16.3.6 Método Direto

Além da divisão de categorias estudadas anteriormente, a DFC pode ser dividida em dois métodos: direto e indireto. O Método Direto mostra as entradas (receitas) e saídas (despesas) do caixa operacional, o que facilita a projeção de fluxos futuros. Podemos apresentar este método, como mostra o Quadro 1 seguinte:

Quadro 1 Demonstração do Fluxo de Caixa - Método Direto
Atividades Operacionais
Receita Operacional recebida (-) Despesas Operacionais pagas . De vendas . Administrativas . Financeiras (juros) Caixa gerado no negócio (+) outras receitas recebidas (-) outras despesas pagas (-) imposto de renda contribuições pagas Caixa Líquido após impostos
Atividades de Investimentos
Aquisição de permanente (-) Vendas de permanente
Atividades de Financiamentos
Novos financiamentos Aumento de capital em dinheiro (-) Dividendos Resultado Financeiro Líquido

Fonte: Marion, 2007.

16.3.7 Método Indireto

O método indireto começa com o Lucro Líquido do regime de competência e os ajustes das transações de receitas e despesas que não afetam o caixa, mas que refletirão no resultado econômico, reconciliando os dois fluxos no que tange às atividades operacionais.

A vantagem do método indireto é que apresenta a diferença entre o lucro líquido econômico (DRE) e o lucro líquido financeiro (DFC). Quando se utiliza o método indireto, variações líquidas no ativo circulante são consideradas na seção operacional - o que fornece informações para analisar as principais mudanças nas contas do balanço. No caso de um ativo não circulante ou ativo permanente, com exceção do rebanho de reprodução, os acréscimos e decréscimos brutos resultantes das entradas ou saídas do caixa ficam no registro da DFC com o objetivo de apresentar investimento e desinvestimentos do negócio. Para o passivo, o objetivo é analisar os empréstimos com uma entrada de caixa. Ao se utilizar o método indireto, apenas os acréscimos e decréscimos líquidos do passivo circulante são apresentados na seção operacional, enquanto os montantes do fluxo de caixa de novos empréstimos e pagamentos de financiamentos ficam registrados na seção financiamentos da DFC para passivos de longo prazo.

Para montar a estrutura deste método, é necessário fazer alguns ajustes no Lucro Líquido obtido na Demonstração do Resultado a base de competência para que se possa comparar com o fluxo gerado pela caixa, como se fosse uma comparação entre o fluxo econômico e o fluxo financeiro. A depreciação, por exemplo, é uma despesa não desembolsada, mas reduz o lucro na Demonstração de Resultado do Exercício à base de competência.

Para reconciliar Lucro Líquido com o caixa líquido, a depreciação deveria ser somada de volta ao Lucro. Abaixo, segue exemplo de uma DFC no método indireto (QUADRO 2).

Quadro 2 Demonstração do Fluxo de Caixa - Método Indireto	
Fluxo de caixa das atividades operacionais	
Lucro líquido	
Depreciação e amortização (+)	
Provisão para devedores duvidosos (+)	
Aumento/diminuição em fornecedores (+/-)	
Aumento/diminuição em contas a pagar (+/-)	
Aumento/diminuição em estoques (-/+)	
Caixa líquido das atividades operacionais (+/-)	
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	
Venda de imobilizado (+)	
Aquisição de imobilizado (-)	
Aquisição de outras empresas (-)	
Caixa líquido das atividades de investimento (+/-)	
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	
Empréstimos líquidos tomados (+)	
Pagamento de <i>leasing</i> (-)	
Emissão de ações (+)	
Caixa líquido das atividades de financiamento (+/-)	

Fonte: Marion, 2007.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu como considerar a depreciação, exaustão e a amortização no balanço patrimonial da atividade rural, bem como a importância da realização do demonstrativo contábil como instrumento de informação sobre a situação patrimonial e financeira, e, ainda, a sua utilidade para a tomada de decisão do empreendedor rural.

Atividades de aprendizagem

1. Marque V (verdadeiro) ou F (Falso) para as seguintes afirmativas:
 - () A depreciação corresponde à perda do valor do capital aplicado em ativos intangíveis de duração limitada.
 - () A amortização refere-se à apropriação ao resultado da atividade, da perda de eficiência ou da capacidade de produção de bens tangíveis que fazem parte dos componentes do Ativo Permanente.
 - () A exaustão é a extinção do custo ou do valor dos recursos naturais.
2. A Demonstração de Fluxo de Caixa pode ser dividida em dois métodos. Marque V (verdadeiro) ou F (Falso):
 - () O método direto apresenta a diferença entre o lucro líquido econômico e o lucro líquido financeiro, o que fornece informações para analisar as principais mudanças nas contas do balanço.
 - () O método indireto, por sua vez, apresenta entradas (receitas) e saídas (despesas) do caixa operacional.

Aula 17 - Agronegócios e desenvolvimento econômico no Brasil

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá sobre a importância do agronegócio para a economia brasileira desde finais do século XIX aos dias atuais. Verificará que o setor agrícola é de relevante importância na pauta de exportações do país e muito exposto ao mercado externo sendo, portanto, ações do governo e políticas econômicas que protejam o setor de vulnerabilidades externas.

17.1 A importância agronegócio para a economia brasileira

Uma economia agroexportadora é aquela que se baseia na produção e na exportação de produtos primários. No período de 1889-1930 (República Velha), os produtos primários eram os carros-chefes nas exportações brasileiras, responsáveis pelo desempenho econômico do país e isso possibilitava que o país realizasse importações. Portanto, a economia brasileira tem o agronegócio como sua raiz. Podemos conceituar o agronegócio como a soma total da produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles.

Tivemos grandes ciclos agroindustriais - cana-de-açúcar, café - que foram os precursores do período de colonização e crescimento econômico do país. A exploração da cana-de-açúcar, por exemplo, possibilitou o desenvolvimento da região Nordeste do país. Na Amazônia, a borracha foi importante para desenvolvimento da capital, Manaus. Deve-se destacar o ciclo do café, que dominou a economia no período da República Velha, sendo a fonte de poupança interna do país e financiador da industrialização brasileira.

Dado que o desempenho econômico do país estava atrelado às exportações e, por conseguinte, aos preços internacionais, o setor ficava bastante vulnerável às adversidades do resto do mundo. As condições de mercado é que favoreciam ou não a exportação de café, por exemplo. Em períodos prósperos, a demanda aumentava, em épocas de crise, reduzia-se.

Os EUA e a Inglaterra eram os principais importadores do café brasileiro, influenciando, assim, o comportamento da demanda. Apesar de o Brasil ser o grande produtor mundial de café, neste período, o país não possuía forças para influenciar os preços, pois havia outros ofertantes.

Assim, na ocorrência de crises econômicas e sendo o café o de maior importância na pauta de exportações, o país saía prejudicado, pois

afetava outros setores da economia. Ou seja, a economia agroexportadora brasileira ficava exposta às crises internacionais

Nota-se que o principal problema da economia agroexportadora era a volatilidade dos preços do mais importante produto primário exportado. Preços em alta, maiores lucros que são reinvestidos na própria atividade que, por sua vez, geram mais empregos. Em caso contrário, os investimentos são reduzidos e a geração de empregos também. Restava ao governo, num Brasil agroexportador, poucas alternativas de ação para proteger a economia. Entretanto, duas delas ganham destaque: a desvalorização cambial e a política de valorização do café.

Com o câmbio desvalorizado, a renda dos cafeicultores, entretanto, criava dois problemas:

1º) Estimulava a superprodução, pois a queda de preço no mercado internacional, em geral, era provocada pelo aumento da oferta;

2º) Havia uma socialização das perdas provocada pelo aumento da inflação (dos preços). Uma vez que a produção local de bens era incipiente e as pessoas consumiam produtos importados, a desvalorização cambial aumentava estes preços, causando inflação.

A política de valorização do café, utilizada pela primeira vez em 1906, consistia na formação de estoques reguladores adquiridos pelo chamado preço mínimo. Desta política tivemos dois problemas: o que fazer com os estoques? Como financiar a compra e estocagem do produto? Somados a estes problemas, advêm mais outros dois:

1º) Tendência à superprodução, já que a queda de preços estava ligada normalmente ao aumento da oferta;

2º) Aumento da concorrência internacional, tendo em vista o estabelecimento de um preço mínimo atrativo.

Dado o dinamismo da economia agroexportadora em comparação aos outros setores que geravam uma rentabilidade proporcionalmente menor, todos os recursos disponíveis eram destinados ao setor agroexportador, resultando numa forte concentração de renda e propriedade.

Tínhamos, então, um modelo de crescimento “voltado para fora”. Dependíamos do setor externo. Ou seja, apresentávamos as seguintes características de uma economia agroexportadora: (i) exportação variável e determinante da renda nacional; (ii) a pauta de exportação era concentrada em produtos primário; e, (iii) importação de matérias primas e de bens duráveis para atender a demanda interna. Os países centrais já possuíam características como: (i) renda nacional era derivada do investimento; (ii) a pauta de exportação era baseada no excedente do consumo, sendo os manufaturados predominantes; e, (iii) o conjunto de importações de bens era para atender a demanda interna.

A partir da década de 1960, o processo de industrialização -que começou no início dos anos de 1930 - é consolidado. A partir da década de 1970 - período de modernização do processo produtivo do país - o agrone-

gócio brasileiro é acelerado. A modernização e a disponibilidade de energia elétrica permitiram o uso eficiente da terra, o aumento da produtividade brasileira, a mecanização, variedade de pastagens, fertilizantes e outros. A Figura 1 apresenta a trajetória das exportações brasileiras por setores.

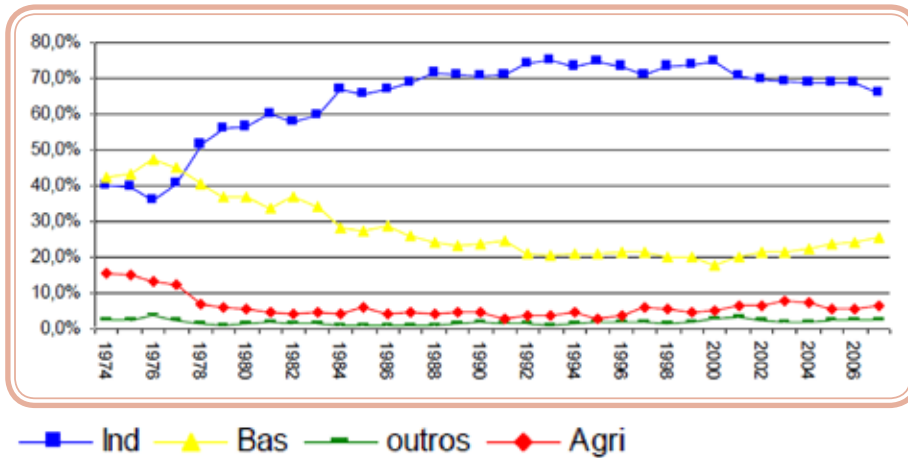


Figura 18 - Exportação brasileira por setores econômicos.
Fonte: IPEADATA.

Deste período para o momento recente, no Brasil, o agronegócio passou a compreender as seguintes atividades econômicas:

- I. insumos para a agricultura (ex.: fertilizantes e defensivos);
- ii) a produção agrícola (lavouras, pecuária, florestas e extrativismo);
- II. a agroindústria;
- III. o transporte e a comercialização de produtos primários, bem como os processados.

Observa-se que existe uma cadeia produtiva no agronegócio. Tanto a agricultura moderna (mecanizada) como a familiar dependem de insumos que são adquiridos fora das propriedades rurais. Logo, decidir o quê, quanto e como produzir, depende do tamanho e exigência do mercado consumidor. Nesta cadeia produtiva, os vários agentes econômicos participantes possuem uma relação permanente baseada na negociação de quantidades e preços.

Atualmente, o agronegócio brasileiro possui grande importância em dar segurança ao abastecimento, principalmente de alimentos *in natura*, mas também dos processados. A Europa carrega um “trauma” em relação ao abastecimento que começou durante e perdurou logo após a Segunda Guerra Mundial, época em que passou momentos de escassez de alimentos. Hoje, ainda subsidia o setor - uma agricultura ineficiente do ponto de vista econômico - por volta de US\$ 250 bilhões. No Brasil, passamos por algumas crises de abastecimento interno de produtos agrícolas, o que prejudica, principalmente, as famílias de rendas mais baixas. Logo, garantir o abastecimento de produtos agrícolas (alimentos, em especial) é uma questão básica de equidade e justiça social.

O Brasil tem no agronegócio seu setor chave de inserção no comércio mundial. Dentre todos os setores da economia mundial, a agropecuária é

o setor mais aberto e competitivo do cenário internacional. Infelizmente, as restrições externas e internas ao setor fazem com que o país detenha uma parcela no mercado mundial de alimentos e fibras artificialmente baixa.

Atualmente, o agronegócio é o maior negócio da economia brasileira e mundial e a fase de processamento e distribuição que correspondem ao sistema de comercialização são o destaque do valor global gerado ao longo das cadeias de produção agroindustriais. Estima-se - segundo a Harvard Business School - que o setor, nos próximos 20 anos, apresentará um crescimento de 1,5% a.a., chegando em 2025 a US\$ 16,5 trilhões.

Exportações do agronegócio brasileiro superam marca de US\$ 80 bilhões

por Danilo Macedo (maio de 2011)

As importações no período somaram US\$ 14,7 bilhões, o que resultou num saldo de US\$ 66,6 bilhões. Apenas em abril, as exportações chegaram a US\$ 7,9 bilhões, com crescimento de 24,4% em relação ao mesmo mês do ano passado e *superávit* de US\$ 5,3 na balança comercial do agronegócio.

O Ministério da Agricultura informou que o resultado de abril foi possível graças ao bom desempenho de algumas culturas, com destaque para o complexo soja (grão, farelo e óleo), carnes, complexo sucroalcooleiro (etanol e açúcar), produtos florestais (madeira, celulose, papel, borracha) e café.

Apenas o complexo da soja foi responsável por 38,4% de todas as exportações do agronegócio em abril, com US\$ 3 bilhões, crescimento de 35,7% em relação ao mesmo mês de 2010.

As carnes tiveram aumento de 19,2%, chegando a US\$ 1,3 bilhão.

Em terceiro lugar aparece o complexo sucroalcooleiro, com aumento de 23,9% na comparação com abril do ano passado, passando de US\$ 677 milhões para US\$ 811 milhões.

Os três setores foram responsáveis por 65,7% do valor total exportado.

Os principais destinos dos produtos do agronegócio brasileiro foram a Ásia, com US\$ 2,7 bilhões em compras, e União Europeia (UE), com US\$ 2 bilhões. As duas regiões importaram 59,5% dos embarques da agropecuária do país.

Fonte: Agência Brasil, maio de 2011.

17.2 O desenvolvimento econômico e a comercialização de produtos agrícolas

Os objetivos do desenvolvimento econômico são:

- Aumentar a taxa de crescimento do produto interno *per capita* (PIB *per capita*);
- Aumentar o pleno emprego da força de trabalho ou, no mínimo, apresentar uma taxa de desemprego aceitável;
- Maior igualdade na distribuição da renda.

Para que haja o desenvolvimento econômico, deve-se transformar as economias rurais, baseadas na agropecuária em economias mais evoluídas e baseadas na industrialização do produto.

Entende-se que desenvolver o sistema de comercialização de produtos agrícolas está estreitamente relacionado com o desenvolvimento global da economia. Ao ampliar o processo de desenvolvimento, a crescente concentração populacional em áreas urbanas, juntamente com o aumento real da renda “*per capita*” possibilita a geração de dois fatores fundamentais: i) dependência cada vez mais acentuada da sociedade no esquema da comercialização; e ii) mudança na composição e organização das atividades comerciais agrícolas, baseadas num maior grau de especialização e eficiência.

Existem evidências de que o desenvolvimento econômico possibilita:

- a. o aumento da especialização da mão-de-obra;
- b. o aumento da adoção de novas tecnologias;
- c. aumenta a separação geográfica entre a produção e o consumo;
- d. aumento da renda “*per capita*”.

Esses quatro resultados do desenvolvimento aumentam a demanda dos serviços da comercialização, tornando-os mais complexos. Sendo assim, a comercialização no processo de desenvolvimento desempenha papel ativo através de:

- a. Preços baixos de alimentos;
- b. Altos salários reais e baixos salários nominais no setor não agrícola;
- c. Expansão da demanda por produtos agrícolas;
- d. Estímulo à criação de empregos;
- e. Incremento do nível de renda agrícola.

O desenvolvimento econômico necessita de crescimento equilibrado entre os setores urbano e rural, bem como da integração do mercado nacional para aumento da produtividade agrícola, eficiência tecnológica e comercialização. Mas, para que haja incentivo à produção a fim de assegurar uma demanda de mercado, o setor deve oferecer preços razoavelmente estáveis, sistema de posse de terra satisfatório, além de facilidades adequadas de mercado.

17.3 O agronegócio brasileiro para o futuro

O Agronegócio brasileiro já tem sido fortemente influenciado, pelo cenário de crise econômica que se instaura no ambiente econômico global, mas ainda não nas proporções possíveis.

O agronegócio brasileiro é o motor da economia do país. Como já foi dito, temos vantagens comparativas no setor em relação aos demais países. O setor também é o principal ator nas nossas exportações, por isso a importância de não se manter nossa moeda sobrevalorizada. É importante, também, a atuação do governo por meio de políticas econômicas em incen-

ativar os produtores do nosso país e protegê-los do ambiente externo, principalmente, em tempos de crise, dado que o resto do mundo se dispõe a realizar importações ou as realiza, porém, em proporções menores do que as realizadas em tempos em que não há crises.

Vejamos: se a produção é incentivada e passamos por momentos de crise no mercado externo, o que acontece? Haverá um excedente de produtos agrícolas que serão destinados ao mercado interno (doméstico). Se há muita oferta, os preços desses produtos tendem a cair, reduzindo o lucro dos produtores que, por sua vez, ficarão desmotivados em produzir. Qual o resultado disso? A produção é diminuída, a renda, conseqüentemente, é reduzida, o consumo e o nível de emprego também. Com isso, arrecada-se menos e um ciclo vicioso é formado. Por isso, a importância do governo em oportunizar o setor.

O agricultor já sofre com a falta e o excesso de chuva por longos períodos e, somada a essas adversidades climáticas, ainda é tensionado por políticas econômicas ora favoráveis, ora desfavoráveis. Sabemos que o agronegócio movimenta outros setores da indústria e comércio; sendo assim, pouco investimento e poucos incentivos governamentais podem prejudicar a sociedade além das porteiras. Adversidades como a gripe do frango, febre aftosa, transgênicos causam efeitos sobre as exportações e dificultam a negociação no mercado internacional.

O Brasil possui uma extensa área com terras planas e baratas (cerados com uma reserva de 80 milhões de hectares) e, além disso, possui produtores rurais com experiência e motivados em transformar essa vantagem comparativa, potencialidades em produtos que possam ser comercializados. Além disso, detém uma bagagem de conhecimentos e tecnologias no setor agropecuário transformadores de recursos em produtos.

Apesar de suas potencialidades, o setor precisa de políticas econômicas saudáveis, pois manter taxa de juros elevada, inflação alta e moeda sobrevalorizada, como aconteceu no período de 1994-98, prejudica o agronegócio. O que também pode prejudicar o pleno desenvolvimento do agronegócio é a falta de infra-estrutura adequada, por exemplo, transportar em meio terrestre por longas distâncias em estradas mal conservadas eleva os custos dos produtos agrícolas e deprime os preços dos produtos, em nível de produtor.

Outro obstáculo que também merece ser destacado e que impossibilita o desenvolvimento pleno do agronegócio diz respeito ao sistema tributário. A economia aberta ao exterior possibilita exportar e importar qualquer produto do agronegócio; a carga tributária deve ser compatível com a dos nossos competidores. Porém, nossos competidores, alguns do Mercosul, possuem impostos baixos, o que prejudica o produtor brasileiro que se torna menos competitivo no mercado externo, já que o dos competidores pode oferecer os mesmos produtos a preços mais baixos. Pode, até mesmo, perder mercado interno, já que os produtos importados chegam mais baratos. A competitividade no mercado pode ser prejudicada se o governo exigir do produtor rural e criar novos impostos, ou aumentar os atuais.

Podemos concluir este tópico destacando alguns pontos sobre o agronegócio: 1º) o agronegócio está na raiz do processo de desenvolvimento econômico do país; 2º) o setor contribui muito para a renda, o emprego, as exportações, o desenvolvimento do interior e da equidade regional; 3º) o país dispõe de terra, mão-de-obra e tecnologia que são vantagens comparativas em relação aos concorrentes de mercado externo; e, 4º) são necessárias políticas econômicas de melhoria de infra-estrutura física (estradas, portos) e reforma tributária, ou seja, redução da carga tributária sobre a produção do setor.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu:

- A importância dos produtos agrícolas no histórico do desempenho da economia brasileira;
- A participação relevante da agricultura na pauta de exportações do país;
- Que o desenvolvimento do setor impacta o desenvolvimento de outros setores e, portanto, merece especial atenção;
- Que, apesar das vantagens comparativas e destaque no comércio internacional, o agronegócio brasileiro está exposto aos preços internacionais;
- Que é necessário proteger, investir e estimular o setor de agronegócios e, tais ações devem ter a participação constante do governo.

Atividades de aprendizagem

1. Em relação ao processo histórico do desenvolvimento econômico do Brasil no início do século XX, marque verdadeiro (V) ou falso (F) para as seguintes afirmativas:

- () Uma economia agroexportadora é aquela que se baseia na produção e na exportação de produtos primários.
- () A economia brasileira passou de industrializada para agroexportadora.
- () A pauta de exportações do Brasil tinha como carro chefe produtos duráveis, responsáveis pela manutenção da poupança interna.
- () O câmbio desvalorizado, no ciclo cafeeiro, prejudicou a exportação brasileira.

2. Em relação à importância do agronegócio na economia brasileira, atual marque verdadeiro (V) ou falso (F):

- () O Brasil tem no agronegócio seu setor chave de inserção no comércio mundial.
- () Desenvolver o sistema de comercialização de produtos agrícolas está estreitamente relacionado com o desenvolvimento global da economia.
- () O setor agrícola deve oferecer preços razoavelmente estáveis, sistema de posse de terra satisfatório, além de facilidades adequadas de mercado.
- () Nossos competidores, alguns do Mercosul, possuem impostos baixos, o que prejudica o produtor brasileiro que se torna menos competitivo no mercado externo.

Aula 18 - A Comercialização agrícola e o desenvolvimento econômico

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá:

- A importância do desenvolvimento econômico para a comercialização agrícola;
- Os objetivos básicos da comercialização agrícola;
- A importância da comercialização nos países em desenvolvimento;
- As características da produção e do mercado agrícola.

18.1 Introdução

De forma geral, podemos dizer que os objetivos do desenvolvimento são: aumentar a taxa de crescimento do produto interno *per capita* (PIB), aumentar a taxa de emprego e aumentar a igualdade na distribuição da renda do país.

De acordo com Coelho (1979), o processo de desenvolvimento sugere a transformação de economias rurais/agropecuárias em economias mais evoluídas que sejam baseadas na industrialização do produto. O desenvolvimento do sistema de comercialização de produtos agrícolas está intimamente relacionado com o desenvolvimento global da economia. É importante dizer que, na medida em que o desenvolvimento se amplia, verifica-se uma crescente concentração de população em áreas urbanas, aliada aos aumentos reais na renda *per capita* gerando dois fatores muito importantes. O primeiro refere-se à dependência cada vez mais forte da sociedade no esquema da comercialização. O segundo refere-se à mudança na composição e organização das atividades comerciais agrícolas, o que significa dizer: um maior grau de especialização e eficiência.

Como falamos anteriormente, com o desenvolvimento econômico, percebe-se o aumento de alguns pontos importantes para o crescimento do país, que são: a especialização da mão-de-obra, a adoção de novas tecnologias, a separação geográfica entre produção e consumo e a renda *per capita*.

Em consequência disto, provoca-se uma maior demanda dos serviços da comercialização, tomando-os mais complexos.

Assim, a comercialização pode desempenhar papel ativo no desenvolvimento através de preços baixos de alimentos, maior possibilidades de altos salários reais, a expansão da demanda de produtos agrícolas (como é o caso da soja), um estímulo à criação de empregos, promoção da produção e a distribuição de alimentos que melhor reflitam a preferência do consumidor e aumento do nível de renda agrícola.

A-Z

O Produto Interno Bruto (PIB):

refere-se ao valor agregado de todos os bens e serviços finais produzidos dentro do território nacional de um país em um determinado período, independentemente da nacionalidade dos proprietários das unidades produtoras destes bens e serviços. O PIB do Brasil é divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Renda Per Capita:

Resultado da divisão do montante total da renda tributável pelo número de pessoas, em economia, indicador usado para medir o grau de desenvolvimento de um país.

De acordo com Rostow (1961), são necessárias duas condições básicas para haver desenvolvimento econômico: uma é o crescimento equilibrado entre os setores urbano e rural; e a outra é a integração do mercado nacional, cujo papel é o aumento da produtividade agrícola e melhoria na comercialização agrícola através de maior eficiência e inovação tecnológica.

O autor ainda destaca três condições importantes para assegurar uma demanda de mercado que ofereça os incentivos necessários à produção: preços razoavelmente estáveis para os produtos agrícolas, facilidades adequadas no mercado e um sistema satisfatório de posse da terra.

18.2 Objetivos básicos da comercialização

A comercialização deve facilitar a responder os seguintes problemas econômicos: “O que” e “quanto” produzir? “Quando”, “como” e “onde” e de que “forma” distribuir os produtos? O que pode ser traduzido em: Orientar a Produção, ou seja, mostrar aos produtores da existência de uma demanda; Orientar o Consumo, através da promoção, visando aumentar a demanda (como por exemplo: soja na alimentação humana) e Produção da utilidade (ou seja, da facilidade) de posse, através das trocas.

De lugar, através do transporte, colocar as mercadorias no local adequado para os consumidores; de tempo, através do armazenamento, dispor da produção no momento certo; de forma, através de processamento, beneficiamento e embalagem, os produtos podem sofrer alterações visando atender às necessidades humanas.

Embora existam muitos objetivos sociais e econômicos que o sistema de comercialização possa contribuir, podemos evidenciar duas metas fundamentais e diretas:

- a. Adotar os serviços de transferência de mercadorias de qualidade eficientes e econômicas do produtor ao consumidor;
- b. Fornecer um mecanismo eficiente para a determinação de preços.

18.2.1 O Dualismo Tecnológico da Comercialização

Podemos observar que alguns produtos no Brasil apresentam uma grande diferença em termos tecnológicos, em nível de produção, quando comparamos com o processo de outras culturas. Esta diferenciação na produção está no nível de comercialização.

Podemos pegar como exemplo a soja e o feijão. A soja, um produto mais voltado para o mercado externo, utiliza insumos modernos de forma mais intensiva, possui maior grau de mecanização, tem maior facilidade acesso ao crédito, maior volume de produção por propriedade, maior organização dos produtores e demanda relativamente mais elástica a preços. Tais fatores possibilitam que, ao nível da comercialização, as vendas da soja ocorram em grandes lotes, permitindo, em consequência, mais eficiência e menor margem de comercialização. Já o feijão é uma cultura produzida por

pequenos produtores com baixa tecnologia, e com elevada parcela da produção destinada ao autoconsumo é comercializado em pequenos lotes e com maior margem de comercialização.

Sendo assim, estas características devem ser levadas em consideração, tendo em vista que elas estão relacionadas com a estrutura do mercado.

18.2.2 A Comercialização nos países em desenvolvimento

Segundo Mendes e Júnior (2006), existe uma crença que nos países em desenvolvimento que os seus sistemas de comercialização são explorativos, economicamente ineficientes e operam com elevadas margens de lucro. Muitas vezes, o sistema comercialização, em países de baixa renda, não é competitivo (pouca concorrência), fazendo com que as disparidades de preços regionais sejam resultados de elementos monopolísticos e especulativos.

Contudo, normalmente o número de intermediárias é muito grande para permitir o monopólio, e, então, as diferenças acentuadas de preços se dão na falta de transporte adequado e na intervenção do governo na movimentação do produto (como é o caso do ICMS).

Os lucros exagerados, nestes países, se devem aos baixos volumes de operação (não utilização das vantagens de economia de escala), especulação, e habilidade para julgar a tendência de mercado, estoques e estimativa do volume da nova colheita. Em vista disso, levantam-se hipóteses tais como que as imperfeições, nos países de baixa renda, resultam da falta de conhecimento e condições inadequadas de transporte e armazenagem. Os problemas de transporte fazem com que os produtos perecíveis sejam produzidos próximos ao centro consumidor e as perdas de estocagem, nos climas tropicais, são grandes.

Dessa forma, as melhorias nas condições da comercialização contribuem para um melhor uso da produção, o aumento da produção pela redução do custo de comercialização, o que possibilitaria melhor preço para os produtos; o aumento do valor econômico do produto devido ao melhor desempenho na criação de utilidades e a expansão da área de mercado (exemplo: a utilização de caminhões frigoríficos).

Segundo Rostow (1961), a base essencial da industrialização e diversificação de uma economia consiste em um setor rural moderno, adicionado de um sistema de comercialização eficiente.

18.3 Características da produção e do Mercado Agrícola

Julga-se importante ressaltar que os produtos agrícolas possuem características próprias que os diferenciam dos produtos industriais e isso se dá tanto em nível de produção como de mercado. As principais características são: a dificuldade de controlar a produção devido ao grande número de produtores; a dificuldade de prever a volume de produção por causa dos

fatores incontrolláveis (clima, pragas, doenças); a produção sazonal, cujos reflexos são negativos sobre o transporte, armazenamento e processamento; produtos volumosos e perecíveis (maior custo de estocagem e transporte); etc. (MENDES E JÚNIOR, 2006).

Segundo Feldens (1980), “nos países de renda mais alta o crescimento da demanda de produtos agrícolas depende mais do crescimento da população do que do aumento da renda da mesma”.

Em países de renda mais baixa, a situação é um pouco diferente. Mesmo assim, havendo um aumento na renda da população em 10%, o aumento no consumo de alimentos seria em torno de 3,0% a 5,0%. No caso de ocorrer um aumento da renda, conjugado com um aumento da população, sem um aumento substancial na oferta interna de produtos agrícolas, ocorrerá um aumento nos preços ou o racionamento de produtos agrícolas (MENDES E JÚNIOR, 2006).

Resumo

Nesta aula, você aprendeu qual é a importância do desenvolvimento econômico para a comercialização agrícola e os objetivos básicos da comercialização agrícola. Além disso, aprendeu sobre a importância da Comercialização nos países em desenvolvimento e da existência do dualismo tecnológico da comercialização agrícola.

Atividades de aprendizagem

1. À medida que ocorre o desenvolvimento econômico, percebe-se o aumento de fatores importantes para o crescimento do país, exceto:
 - a. redução da renda *per capita*.
 - b. a adoção de novas tecnologias.
 - c. separação geográfica entre produção e consumo.
 - d. maior especialização da mão-de-obra.
2. São consideradas características principais da produção e do mercado agrícola, exceto:
 - a. A dificuldade de controlar a produção, devido ao grande número de produtores.
 - b. A facilidade de prever a volume de produção por causa dos fatores incontrolláveis (clima, pragas, doenças).
 - c. A produção sazonal, cujos reflexos são negativos sobre o transporte, armazenamento e processamento.
 - d. Produtos volumosos e perecíveis (maior custo de estocagem e transporte).

Aula 19 - Introdução aos mercados futuros de *commodities* agropecuárias

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá:

- os princípios básicos de funcionamento do mercado de futuros agropecuários;
- compreender os conceitos envolvidos nos mercados de futuros agropecuários, além de sua aplicabilidade prática.

A-Z

Commodity:

é um termo de língua inglesa que, como o seu plural *commodities*, significa mercadoria, é utilizado nas transações comerciais de produtos de origem primária nas bolsas de mercadorias .

19.1 Introdução

Os mercados futuros de *commodities* agropecuárias são uma forma de proporcionar um certa segurança, em meio a tanto risco, para o produtor rural e para a agroindústria, possibilitando uma garantia quanto à redução ou à elevação de preços. Os mercados futuros podem ser uma forma eficaz de eliminar um dos principais riscos da atividade agropecuária: a incerteza de preços em um tempo futuro, o momento da comercialização da safra agrícola.

19.2 O que é um mercado futuro?

Mercado futuro é um mercado que funciona na Bolsa e onde são transacionados contratos de produtos agropecuários como o café, a soja e o boi gordo, com um preço determinado para uma data futura. No Brasil, os contratos futuros são negociados na Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM&F), localizada em São Paulo. No mercado futuro da BM&F são negociados contratos referentes a uma quantidade de produto agropecuário, de acordo com uma especificação de qualidade, classificação, não existindo necessariamente a intenção de comercializar produtos físicos diretamente na Bolsa. Isto é, mercado futuro em Bolsa é um mercado de contratos, de intenções, onde na realidade são negociados “preços” futuros de uma mercadoria (BERTOLO, 2009).

É importante entender que muitas pessoas que fazem negócios em mercados futuros não estão preocupadas em entregar ou receber uma mercadoria física, e sim em garantir um preço futuro para a sua mercadoria, em uma data pré-determinada.

Portanto, apenas um pequeno número de contratos ao final das negociações darão origem a entregas e recebimentos físicos na Bolsa, em praças de entrega e armazéns credenciados pela BM&F, e previamente acertados pelas partes envolvidas na negociação.

Por outro lado, a possibilidade de entrega e recebimento do produto agrícola, através de normas claras de classificação, em locais de formação de lotes conhecidos e de confiança do mercado, e a convergência de preços entre o mercado disponível e o futuro, na época de liquidação destes contratos, é que proporcionam a segurança necessária ao funcionamento e a liquidez dos mercados futuros (BERTOLO, 2009).

Vamos entender melhor o funcionamento das operações em Mercados Futuros, que é de fundamental importância para compreender como ocorre um processo de garantia de preços, sem necessariamente ocorrer a entrega FÍSICA da mercadoria em Bolsa.

19.3 O que é a BM&F?

O mercado futuro de *commodities* agropecuárias no Brasil começou com a fundação da Bolsa de Mercadorias de São Paulo em 1917, que foi a responsável por iniciar as operações do mercado futuro de algodão. Em 1991, houve a fusão da Bolsa de Mercadorias de São Paulo com a Bolsa Mercantil e de Futuros dando origem à Bolsa de Mercadorias e Futuros ou BM&F, como é usualmente reconhecida (BERTOLO, 2009). A Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM&F) é atualmente a única Bolsa onde são realizados negócios com futuros agropecuários no Brasil. Não é a Bolsa que determina os preços, mas apenas o local onde o mercado ganha voz.

19.4 Como funciona o mercado de futuro?



Pregão é a modalidade de licitação para aquisição de bens e serviços comuns, qualquer que seja o valor estimado da contratação, em que a disputa é feita por meio de propostas e lances em sessão pública.

Um contrato futuro vem a ser uma obrigação, legalmente exigível, de entregar ou receber determinada quantidade de mercadoria, de qualidade anteriormente estabelecida, pelo ajuste no pregão que é negociada em uma bolsa de futuros, sob a supervisão de um órgão regulador governamental. Nos mercados futuros de *commodities* agropecuárias existe uma série de agentes que atuam como *compradores*, *vendedores*, *especuladores*, *corretores* e *operadores*.

Os **vendedores** (produtores rurais e cooperativas) são aqueles que têm o produto físico. Estes vendedores estão à procura de segurança, por exemplo, em caso de uma eventual baixa de preços em uma data pré-determinada no futuro (data da comercialização da safra agrícola), e são chamados de *hedgers*. Assim, esses *hedgers* entram no mercado vendendo contratos futuros referentes a uma quantidade de produtos agropecuários e mantêm uma posição de mercado chamada *short* (posição vendida).

Os **compradores** são aqueles que necessitam de um produto físico, como por exemplo os exportadores, as agroindústrias e as cooperativas. Portanto, quando eles também estão procurando ter uma certa segurança contra uma eventual alta de preços em uma data pré-determinada no futuro, (data de vencimento dos contratos de entrega e/ou exportação), também são chamados de *hedgers*.

Estes *hedgers* entram no mercado comprando contratos futuros referentes a uma quantidade de produtos agropecuários, isto é, mantêm uma posição de mercado chamada de *long* (posição comprada) (BERTOLO, 2009).

Segundo Bertolo (2009), para a realização de uma operação no mercado futuro de *commodities* agropecuárias, o vendedor (*Hedger* com posição *Short*) e o comprador (*Hedger* com posição *Long*), devem operacionalizar as suas intenções através de uma corretora de mercadorias que seja membro da BM&F.

Estas corretoras são credenciadas a participar do pregão da Bolsa através de seus operadores de pregão, e, além de executar as ordens de seus clientes, acompanham também as suas contas. São os operadores de pregão que executam as ordens de compra e venda que vêm das corretoras por ordem dos seus clientes.

Há, também, no pregão da BM&F, os operadores especiais, que são aqueles que operam em conta própria e/ou prestam serviços para algumas corretoras.

Não podemos deixar de mencionar que neste mercado, ainda existe um agente de fundamental importância estratégica para a liquidez dos negócios, que é chamado de “ESPECULADOR”. Esta palavra não deve ser entendida no sentido pejorativo, como “explorador” nas transações comerciais. É o especulador que entra e sai do mercado com rapidez maior que o *hedger*, pois ele está interessado em ganhos com a compra ou venda de contratos, não se interessando diretamente pela mercadoria física.

É muito importante dizer que este agente de mercado (Especulador) é que “garante” a compra ou venda de um contrato, em um determinado momento de tempo, permitindo que o *hedger* possa entrar ou sair do mercado quando lhe convier e for melhor para a sua operação de “seguro” de preços, assumindo e transferindo os riscos do produtor rural para o mercado (BERTOLO, 2009).

Vejamos um exemplo: os produtores rurais entram vendendo contratos futuros, de uma mercadoria agropecuária como é o caso da Soja, através de uma corretora, que cuida das suas contas e manda suas ordens para a sala de pregão através de operadores. Estes vendem imediatamente os contratos para especuladores, que vendem para outros especuladores, e assim por diante. Então, chega uma hora em que uma agroindústria entra no mercado comprando contratos futuros através de uma corretora, que manda a ordem de compra para o seu operador na sala de pregão da BM&F, que, então, efetua a compra de contratos, possivelmente de um especulador que deseja sair fora do mercado”.

19.5 Como são estas operações?

Vamos procurar entender melhor como funciona as operações que conferem uma certa segurança contra as flutuações de preços em um mercado futuro, chamado *hedging*, sem que necessariamente haja a entrega do produto físico em Bolsa.

Será importante pensarmos, de um lado, como se estivéssemos atuando como produtor que está tentando buscar uma garantia contra a baixa nos preços futuros do café, e, de outro lado, uma empresa agro-processadora ou exportadora tentando buscar nos mercados futuros uma garantia contra uma alta de preços de café no futuro.

Através do exemplo poderemos ver o que ocorre se os preços futuros subirem, e se os preços futuros baixarem.

A. Uma cooperativa de cafeicultores objetiva oferecer uma garantia aos seus produtores associados contra uma queda de preços do café no futuro.

- O custo de produção do café para o produtor é de US\$ 70,00/saca
- A margem de comercialização necessária ao produtor e para a cooperativa é de US\$ 18,00/saca

Portanto, o objetivo de preço futuro da cooperativa é de US\$ 88,00/saca.

B. Uma firma exportadora de café fechou hoje um contrato de exportação para entrega do café daqui a 3 meses, e objetiva se proteger contra uma eventual alta de preços do café no futuro.

- O valor do contrato de exportação é de US\$ 110,00/saca;
- A margem de comercialização necessária para esta firma manter a sua lucratividade é de US\$ 22/saca.

Portanto, o objetivo de preço futuro da exportadora é de US\$ 88,00.

O café está cotado no mercado a US\$ 83,00/saca e o custo de carregamento do estoque para 3 meses está orçado em US\$ 6,00/saca.

Na BM&F, o contrato de café, para vencer daqui a 3 meses, está sendo negociado hoje para um preço futuro de US\$ 88,00/sc. Garantir um preço futuro de US\$ 88,00/saca é interessante tanto para a cooperativa como para a firma exportadora.

Na BM&F:

- A cooperativa vai à sua corretora e lança uma ordem de venda de um contrato de café para daqui a 3 meses por US\$ 88,00/saca.
- A exportadora vai à sua corretora e lança uma ordem de compra de um contrato de café para daqui a 3 meses por US\$ 88,00/saca.

As respectivas ordens vão para pregão na BM&F, onde, através dos operadores, ocorre o negócio, que é “compensado” e garantido pela Bolsa.

É depositada uma margem de garantia e são pagas as taxas operacionais.

Então, vamos agora para o momento que é a liquidação deste contrato, isto é, 90 dias depois. Vamos imaginar agora duas situações diferentes:

- Situação I: o preço de mercado nesta época é mais baixo que o anteriormente contratado.
- Situação II: o preço de mercado é mais alto que o anteriormente contratado.

SITUAÇÃO I

O preço de mercado do café é US\$ 86,00/saca, abaixo do esperado.
Na BM&F

A cooperativa que vendeu um contrato futuro, inverte a sua posição comprando um contrato, zerando a sua posição.

A exportadora que comprou um contrato futuro, inverte a sua posição vendendo um contrato, zerando a sua posição.

A Cooperativa		A Exportadora	
Vende café no mercado	US\$ 86,00/saca	Compra café no mercado	US\$ 86,00/saca
Ganha na BM&F	US\$ 2,00/saca	Paga na BM&F	US\$ 2,00/saca
Total	US\$ 88,00/saca		US\$ 88,00/saca

Fonte: Bertolo (2009).

Sendo assim, tanto a cooperativa como a exportadora atingiram o seu preço objetivo de US\$ 88,00, sendo que a exportadora “deixou de ganhar” US\$ 2,00/saca no Mercado (pois pagou esta importância na Bolsa) como um pagamento pelo seu “seguro contra preços altos”.

SITUAÇÃO II

O preço de mercado do café é US\$ 90,00/sc, acima do esperado.
Na BM&F

A Cooperativa que vendeu um contrato futuro, inverte a sua posição comprando um contrato, zerando a sua posição.

A exportadora que comprou um contrato futuro, inverte a sua posição vendendo um contrato, zerando a sua posição.

A Cooperativa		A Exportadora	
Vende café no mercado	US\$ 90,00/saca	Compra café no mercado	US\$ 90,00/saca
Paga na BM&F	US\$ 2,00/saca	Ganha na BM&F	US\$ 2,00/saca
Total	US\$ 88,00/sc		US\$ 88,00/ssc

Fonte: Bertolo (2009).

Tanto a cooperativa como a exportadora atingiram o seu preço objetivo de US\$ 88,00/saca, sendo que a cooperativa deixou de “ganhar” US\$ 2,00 no mercado, pois pagou esta importância na Bolsa como um pagamento pelo seu “seguro contra preços baixos”.

O que podemos observar com estes exemplos é que tanto em uma situação de alta ou de baixa de preços futuros, os *hedgers* estão protegidos pelas suas operações na Bolsa de Futuros, uma vez que é estabelecido um preço meta possível por estes agentes e o mercado.

Se houver modificações de preços de mercado desfavoráveis, os *hedgers* não perdem, mas se houver modificações de preços de mercado favoráveis, os *hedgers* também não ganham.

Para deixar o exemplo mais claro, vamos observar como ocorrem os “ajustes” no dia-a-dia do mercado de futuros a partir da Situação I.

No dia-a-dia das operações na Bolsa de Mercadorias e Futuros, os detentores de contratos, ou seja, aqueles que têm posições em aberto, venderam ou compraram um contrato, são chamados pelas respectivas corretoras a fazerem ajustes diários de sua posição. Assim, conforme o preço futuro varia de modo favorável ou desfavorável a sua posição, as partes envolvidas são chamadas a fazer depósitos na Bolsa, ou então é creditado em sua conta.

Através destes exemplos apresentados, se o preço futuro baixou, isso favoreceu ao *hedger* com posição *long* (comprada), no caso a exportadora; neste caso, este *hedger* terá que efetuar o depósito referente à diferença diária de preços na Bolsa. Por outro lado, do mesmo modo, se este preço futuro baixou de modo desfavorável ao *hedger* com posição *short* (vendida), no caso a cooperativa, este *hedger* terá creditado em sua conta a diferença diária destes preços.

Produtores que participam da Feira Nacional do Milho (Fanamilho) aprenderam como funciona o mercado futuro de *commodities* agrícolas e quais as previsões no Brasil para o café e a bovinocultura. Este tipo de comercialização é uma das estratégias para garantir maior rentabilidade no campo.

Com cerca de 190 milhões de animais, o Brasil tem um dos maiores rebanhos comerciais do mundo e é também o maior exportador. No ano passado, os negócios movimentaram cerca de U\$5 bilhões. No seminário, os produtores foram alertados que é preciso se adequar às normas do mercado internacional. A barreira sanitária é a principal dificuldade para aumentar as exportações. Uma forma que os países concorrentes têm de barrar o produto brasileiro.

Os participantes conheceram também as perspectivas da cafeicultura. O valor da saca de 60 quilos já ultrapassou R\$550. Um dos melhores preços já pagos ao produtor. Mas o conselheiro da Bolsa Brasileira de Mercadorias, Luiz Eduardo de Paula, alertou que é preciso ficar de olho no dólar. A desvalorização da moeda americana reflete na agricultura brasileira.

Fonte: Megaminas, 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu como o mercado de futuros agropecuários permite uma estabilização nos preços, reduzindo o risco e a volatilidade, além de propiciar uma renda mais estável ao produtor rural.

Atividades de aprendizagem

1) Para operar nos mercados futuros agropecuários é preciso:

- a. Entrar em contato com uma corretora.
- b. Ir diretamente ao pregão da BM&F.
- c. Entrar em contato com um funcionário da BM&F.
- d. Nenhuma das alternativas.

2) O Especulador do mercado de futuros é:

- a. Aquele que possui o produto físico.
- b. Aquele que necessita de um produto físico.
- c. Aquele que está interessado em ganhos com a compra ou venda de contratos.
- d. Aquele que está interessando diretamente na mercadoria física.

Aula 20 - Agronegócio no Brasil: Perspectivas e limitações

Objetivos

Nesta aula, você aprenderá:

- Sobre as perspectivas e limitações do Agronegócio e suas implicações para a economia brasileira.

Nos últimos 20 anos O Brasil conseguiu dobrar a produção de grãos para aproximadamente 100 milhões de toneladas, em relação aos 50,8 milhões de toneladas do início dos anos de 80, graças à utilização de insumos como sementes, adubo e agrotóxicos e aos níveis tecnológicos alcançados pelos produtores rurais brasileiros que permitiram aumentar a produtividade no campo (GUANZIROLI, 2006).

O crescimento do agronegócio nos últimos anos mostra que o Brasil possui um grande potencial para tornar-se o maior produtor e exportador de produtos agropecuários, pois apresenta diversos fatores como clima diversificado, chuvas regulares, energia solar abundante e quase 13% de toda a água doce disponível no planeta, além de 388 milhões de hectares de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade que lhe dá vantagens relativas ao setor (CERAGRO, 2005).

Devemos destacar a soja, que foi uma das principais responsáveis pelo crescimento do agronegócio no país. De acordo com Lourenço (2008), até 2015, a participação nacional no mercado internacional de soja deve crescer dos atuais 36% para 46%. No caso do frango, o salto será de 58% para 66%.

O aumento das exportações do agronegócio no Brasil se deve à melhoria da competitividade da agricultura e pecuária, principalmente nos últimos dez anos, e do esforço do governo e da iniciativa privada em estimular e divulgar os produtos agrícolas no exterior.

Segundo Guanziroli (2006), para aumentar a participação de mercado dos produtos agrícolas brasileiros, além do trabalho promocional desenvolvido em conjunto pelo governo federal e iniciativa privada, o governo tem atuado junto a OMC (Organização Mundial de Comercio) no sentido de eliminar as barreiras comerciais nos países importadores. Não podemos deixar de dizer que o sucesso do agronegócio faz parte de uma estratégia planejada na década de 70 que direcionava o país para resolver diversos problemas que travavam o desempenho da agricultura. O desenvolvimento tecnológico promovido pela EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), a abertura de fronteiras agrícolas nos Cerrados, as inovações introduzidas nos mecanismos tradicionais de política agrícola etc. são fatores que contribuem

para que haja chances, no longo prazo, de o Brasil aumentar sua produção agrícola (principalmente de soja e milho).

Quando se analisa pelo lado da oferta, o Brasil possui grandes áreas que não foram exploradas e outras ainda deficientemente exploradas que poderão ser agrupadas à produção agrícola no futuro, mas será necessário investir em produtividade e em escoamento das safras. Observa-se que as perspectivas de continuidade do desempenho do agronegócio são promissoras, porém, há diversos problemas como: declínio dos preços internacionais e domésticos como o avanço de algumas pragas que podem afetar a produtividade, o problema da infra-estrutura de transportes e o desmatamento que vem sendo observado em áreas de expansão da soja que podem abater este sucesso.

Pelo lado da demanda, existe uma tendência do seu aumento devido ao crescimento econômico dos países do terceiro mundo e do aumento da renda *per capita* nos países mais pobres (GUANZIROLI, 2006).

Segundo Belik e Vian (2005), podemos destacar algumas limitações do modelo agro exportador, como: a baixa geração de emprego do modelo exportador, a grande oferta de produtos brasileiros que gera uma redução dos preços internacionais e baixos níveis de produtividade quando comparados a outros países do mundo, tanto na parte agrícola como na agroindustrial.

Para o autor, não adianta apenas se fixar nos baixos salários e nos recursos naturais para garantir a competitividade no setor. Verificou-se, através de diversos estudos, que nos últimos anos os estímulos em consequência dos aumentos de renda provocaram aumentos na demanda doméstica e direcionavam a atuação de empresas para esse setor.

Podemos dizer que parte dos subsídios ao crédito rural e aos preços agrícolas foi excluída ao final da década de 80. De acordo com Guanziroli (1994), enquanto a oferta agrícola vinha crescendo, passando de 50,9 milhões de toneladas em 1979/80 para 76,2 milhões de toneladas em 1993/1994, o crédito agrícola encolheu de R\$ 23,03 bilhões em 1979 para R\$ 6,8 bilhões em 1993. Diante dos juros altos, os grandes produtores encontraram financiamento através dos adiantamentos das exportações e das compras antecipadas e ou empréstimos das indústrias de transformação e cooperativas e os agricultores familiares fugiram também do crédito institucionalizado e ficaram mais expostos aos mecanismos informais de acesso ao financiamento. Ainda assim, a produção agrícola não parava de crescer, superando em 2004/2005 113 milhões de toneladas, que muitos autores chamaram de amadurecimento da matriz produtiva do setor agrícola em consequência da modernização provocada pelo Estado através de programas especiais de crédito (CERAGRO, 2005).

Porém, este processo gerou uma divisão de segmentos no setor agrícola entre as chamadas culturas de exportação (como soja, da laranja e a cana de açúcar) e as culturas voltadas ao mercado interno (como o arroz, mandioca e milho), que recebiam um impulso muito maior, em razão das políticas agrícolas que as beneficiavam mais diretamente. Por trás desse processo de modernizar a agropecuária no Brasil nos anos 60 e 70, encontram-se

principalmente as políticas agrícolas de crédito rural subsidiado e a política de garantia de preços mínimos.

Por qualquer ângulo que se analise o mercado, as perspectivas do agronegócio se revelam promissoras, mesmo em áreas em que o país ainda tem uma pequena parcela do comércio mundial. O agronegócio é o maior negócio mundial e brasileiro. No mundo, representa a geração de U\$ 6,5 trilhões/ano e, no Brasil, em torno de R\$ 350 bilhões, ou 26% do PIB (CERAGRO, 2005).

O agronegócio é também muito importante na geração de renda e riqueza do País. Na agricultura, é o setor econômico que mais ocupa mão-de-obra, ao redor de 17 milhões de pessoas, que somadas a 10 milhões dos demais componentes do agronegócio representam 27 milhões de pessoas, no total (RENAI, 2007).

Um dos principais desafios do país é a necessidade de expandir suas relações comerciais com o resto do mundo através de estratégias para estreitar as relações com países e blocos econômicos gerando novos negócios e conseguir manter um bom nível de crescimento econômico e desenvolvimento social. É importante também que o governo desenvolva políticas favoráveis e que incentivem investimentos por parte dos empresários de todos os setores envolvidos. Aos empresários, é necessário desenvolver novos métodos para aumentarem a produtividade, o que geraria mais emprego e contribuiria para o crescimento econômico do país (CERAGRO, 2005).

A evolução do agronegócio no Brasil trouxe desenvolvimento para a economia e, conseqüentemente, para a sociedade com a geração de empregos no campo e nas cidades, aumentos de renda aos produtores familiares, desenvolvimento das regiões, etc. O processo só pode continuar se houver mais dinamismo por parte do governo, através do desenvolvimento de políticas e mecanismos de incentivo, investimento em pesquisa e tecnologia, além da promoção do produto brasileiro no exterior e fortalecimento nas relações comerciais (CERAGRO, 2005).

Uma estratégia interessante também é que o segmento empresarial possa concentrar maiores esforços em abastecer a crescente demanda do mercado mundial, enquanto os pequenos e médios produtores abasteçam o mercado doméstico. Mas, para que isso ocorra é necessário que algumas barreiras sejam superadas, como a infraestrutura logística do país, o pequeno investimento em educação e formação do produtor, dificuldades no acesso ao crédito, ausência de políticas agrícolas regionais e de incentivos à assistência técnica. Se tais barreiras puderem ser eliminadas, isso provocaria uma grande revolução no agronegócio e na sociedade brasileira.

Quatro pontos fundamentais mostram a importância do agronegócio na economia do país: é responsável por um quarto da renda nacional, emprega 35% da força de trabalho brasileira, é o setor com maior saldo na balança comercial e responsável pela segurança alimentar. Contudo, o autor acredita que é preciso elaborar novas políticas de comércio exterior que favoreçam o crescimento desse fluxo de recursos, além de construir bases que permitam o abastecimento dessa nova demanda. Países em desenvolvimento como o Brasil necessitam do agronegócio para gerar emprego, renda

e riqueza e assim, conduzir o país ao desenvolvimento de setores industriais e de serviços (TENÓRIO, 2011).

Para Tenório (2011), milhões de produtores não recebem orientação técnica, em um universo de 3,9 milhões de propriedades no país, isso quer dizer que 76% das propriedades não tiveram acesso a qualquer tipo de orientação especializada. Sendo assim, a tecnologia representa um instrumento essencial para conquistar novos degraus na evolução do agronegócio, além de aumentar os índices de produtividade, garante que os alimentos produzidos sejam mais saudáveis.

Texto Complementar

Desafios ao agronegócio

Tom Coelho

O Brasil é o terceiro maior exportador agrícola do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos e da União Européia. E o setor primário é responsável por 34% de nosso PIB, 37% dos empregos gerados e nada menos que 85% do superávit da balança comercial obtido em 2005, sem o qual o desequilíbrio nas contas nacionais teria levado ao colapso da política econômica do governo.

Todavia, por opção, miopia ou ambos, as políticas públicas parecem desconsiderar esta importância do agronegócio. Relevam a um segundo plano o setor primário de nossa Economia, como que dando as costas para uma tradição e, mais do que isso, uma vocação agrícola que acompanha nossa história.

O consumo mundial de carne bovina é crescente e os rebanhos vêm se reduzindo gradualmente, elevando os preços internacionais. Por isso, a participação brasileira nas exportações mundiais mais que triplicou em apenas dez anos: de 6,7% em 1994 para 21,4% em 2004. Doenças como a gripe aviária e a vaca louca atingiram países asiáticos e europeus, permitindo este crescimento, interrompido apenas com o foco de febre aftosa ocorrido no Mato Grosso do Sul em fins do ano passado e que gerou embargos à carne bovina brasileira.

Ainda assim, no que tange a frangos, suínos e bovinos, o Brasil é referência em qualidade. A pecuária tem sido tecnificada, utilizando mais animais por hectare. E o custo do hectare de terra no Brasil é inferior a 10% do valor norte-americano.

Com relação a grãos, a redução de subsídios agrícolas na Europa e nos EUA por força das negociações travadas na OMC (Organização Mundial do Comércio), associada à saturação de novas terras disponíveis nestes lugares, colocaram o Brasil em posição privilegiada, elevando nossa participação no comércio global.

Condições climáticas favoráveis e novas técnicas de plantio propiciaram-nos a criação de uma base exportadora de frutas de clima tropical e temperado.

Porém, transcorremos o ano de 2005 migrando da euforia à apreensão. Da estiagem registrada no Sul do país ao surto de aftosa, passando pela superprodução de soja norte-americana, nada abalou mais o desen-

volvimento do agronegócio do que a queda na taxa de câmbio. Com muitos insumos (defensivos e fertilizantes) adquiridos no início do ciclo produtivo com dólar sobrevalorizado, a comercialização da produção na baixa cambial acarretou uma terrível queda na renda do produtor. As consequências serão sentidas na próxima safra: redução da área plantada, abrindo espaço para concorrentes como a Argentina; diminuição dos estoques, causando pressão sobre a inflação; menor investimento em implementos, fragilizando a qualidade da colheita.

O gargalo do crescimento brasileiro chama-se infraestrutura. A este, somam-se entraves de ordem institucional. Uma agenda mínima capaz de contemplar estas questões deve considerar os seguintes aspectos:

1. Transporte: nossa produção é escoada através de estradas esburacadas - quando há estradas - e mediante uma frota antiga. Na década de setenta o governo investia 1,8% do PIB em estradas; hoje, apenas 0,1%. Na Argentina, a opção também é pelo transporte rodoviário, porém as distâncias percorridas são muito menores. Os EUA utilizam o transporte hídrico em larga escala, com custos até 80% menores. O Brasil escoava apenas 5% de sua produção de soja por hidrovias. Basta olhar para o mapa hidrográfico brasileiro para enxergar a grande oportunidade que temos em nossas mãos. Além disso, faltam também investimentos em ferrovias, que poderiam integrar especialmente o Centro-Oeste à rede portuária. Nossa malha ferroviária é de apenas 30 mil quilômetros de extensão, a mesma de oitenta anos atrás.

2. Portos: pouco eficientes e sobrecarregados, apresentam custos operacionais elevados que comprometem a competitividade de nossas commodities. As taxas portuárias, por exemplo, representam de 1% a 1,5% do valor da carga na Argentina e nos EUA. Por aqui, chegam ao patamar de 5%.

3. Armazéns: a seca ocorrida ano passado na região Sul, a pior em quarenta anos, que provocou uma queda de 75% da safra de soja, adiou um problema iminente representado pela estocagem de grãos. Nos últimos cinco anos a produção brasileira saltou cerca de 50% enquanto a capacidade de armazenagem cresceu apenas 5,7%. Segundo a OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), temos um déficit de capacidade de armazenagem da ordem de 35 milhões de toneladas. Isso provoca congestionamento nos portos, elevação do preço dos fretes e até perda de parte da produção.

4. Crédito Rural: a política de crédito precisa ser revista e ampliada em especial aos pequenos produtores. Pesquisa elaborada pelo professor Guilherme Leite da Silva Dias, da Universidade de São Paulo, comprova que 15% dos tomadores de recursos, os grandes agricultores, respondem por 85% da inadimplência na carteira de crédito. E são estes agricultores que, respaldados por sua força política orquestrada pela bancada da UDR no Congresso, atrasam seus pagamentos mesmo em períodos de bonança no campo, como estratégia de dependência sistemática do setor público.

5. Seguro Rural: variações climáticas e oscilação nos preços internacionais são riscos inerentes ao agronegócio, mas que podem e precisam ser gerenciados através de mecanismos de salvaguarda. O seguro rural é um instrumento praticamente inexistente neste país. E, propriamente por não ser difundido, apresenta custos proibitivos para contratação, desestimulando companhias seguradoras e contratantes. A exemplo do que o governo federal fez com o sistema bancário, o setor primário necessita de um fundo garantidor para custear crises causadas por estiagens, problemas fito-sanitários ou redução abrupta dos preços decorrentes de variações cambiais expressivas ou oscilações dos preços no mercado externo. Um funding auto-sustentável alimentado por um percentual dos prêmios de seguro, do

crédito rural e dos lotes comercializados funcionaria como hedge.

6. Recursos Públicos: o orçamento deve prever recursos para defesa sanitária, custeio e comercialização da produção. Mas o sistema de contingenciamento precisa ser aprimorado. É lamentável observar a retenção dos já escassos recursos previstos na dotação orçamentária da União por força da burocracia institucional que impõe como regra para a efetivação dos repasses que o Estado beneficiado esteja adimplente com o governo federal.

7. Questões Fundiárias: há cartórios pelo interior do país que fazem registro de terra a mão, sem qualquer precisão geográfica. Além disso, o direito de propriedade deve ser respeitado, o que significa equacionar a questão do Movimento dos Sem Terra e buscar uma atuação sinérgica do INCRA, no que tange à demarcação de terras indígenas.

8. Rastreabilidade e Certificação: numa nação com dimensões continentais, torna-se imprescindível adotar medidas como a regionalização, proibindo o trânsito de animais vivos de uma região para outra, possibilitando conter o foco de eventuais doenças identificadas. A emissão de certificados de origem também permitiria monitorar e elevar a qualidade dos bens transacionados.

9. Biotecnologia e Agroenergia: o investimento em pesquisa e desenvolvimento deve ser estimulado, tendo a inovação tecnológica como meta. O Brasil está diante da oportunidade ímpar de liderar em posição de vanguarda a geração de fontes energéticas renováveis, avançando além do álcool combustível.

10. Cooperativismo e Associativismo: são instrumentos capazes de impulsionar a atividade agropecuária, fortalecendo os pequenos produtores e criadores, auxiliando-os na redução de custos, no aumento da produtividade, no custeio através das cooperativas de crédito, no desenvolvimento tecnológico, na difusão de práticas de gestão e na obtenção de melhores preços na comercialização, elevando conseqüentemente a renda no campo.

Os desafios são tão amplos quanto as oportunidades. Enfrentar os desafios e aceitar as oportunidades pode ser o caminho mais breve para o desenvolvimento sustentável do agronegócio brasileiro, selando nossa condição de grande celeiro do mundo.

Tom Coelho, com formação em Economia pela FEA/USP, Publicidade pela ESPM/SP, especialização em Marketing pela MMS/SP e em Qualidade de Vida no Trabalho pela FIA-FEA/USP, é empresário, consultor, professor universitário, escritor e palestrante. Diretor da Infinity Consulting e Diretor Estadual do NJE/Ciesp.

Fonte: Disponível em: <<http://www.spiner.com.br/modules.php?name=News&file=article&sid=1163>>. Acesso em: 18 jun. 2011.

Resumo

Nesta aula, você aprendeu sobre os principais desafios, perspectivas e limitações do Agronegócio no Brasil e quais são seus impactos na economia brasileira.

Atividades de aprendizagem

1. Não representa um fator que contribuiu para que o Brasil aumentasse sua produção agrícola:

- a. () A abertura de fronteiras agrícolas nos Cerrados.
- b. () Inovações introduzidas nos mecanismos tradicionais de política agrícola.
- c. () As barreiras comerciais nos países importadores.
- d. () O desenvolvimento tecnológico promovido pela EMBRAPA.

2. Todas as alternativas abaixo representam limitações do modelo agroexportador, exceto:

- a. () Baixa geração de emprego.
- b. () Aumentos de renda aos produtores familiares.
- c. () Grande oferta de produtos brasileiros que gera uma redução dos preços internacionais.
- d. () Baixos níveis de produtividade quando comparados a outros países do mundo.

Referências

- ABRASEM - Associação Brasileira de Sementes e Mudanças. 2005. Disponível em: <<http://www.abrasem.com.br/>> Acesso em: 31 Mar. De 2011.
- BARROS, G. S. de C. Economia da comercialização agrícola. Universidade de São Paulo - USP: Piracicaba. 2007. 221p.
- BARROS, G.S.C. de. Economia da Comercialização Agrícola. Piracicaba, FEALQ, 1987.306 p. il.
- BELIK, W. & VIAN, C.E. F. Agricultura, comércio internacional e consumo de alimentos no Brasil. XLIII in Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural - 24 a 27 julho1992. Ribeirão Preto 2005.
- BERTOLO, L. A. Introdução aos Mercados Futuros de Commodities Agropecuárias. 2009. Disponível em: <http://www.bertolo.pro.br/adminfin/html/mercados_futuros.htm> Acesso em: 15 jun. 2011.
- CERAGRO. Panorama Geral do Agronegócio no Brasil - 2005. Disponível em: <[http://ceragro.iica.int/SiteCollectionDocuments/Panorama](http://ceragro.iica.int/SiteCollectionDocuments/Panorama%20Geral%20do%20Agronegocio%20no%20Brasil%20-2005.doc)> Geral do Agronegócio no Brasil - 2005.doc. Acesso em: 13 mai. 2011.
- COELHO, C.N.A. Organização do Sistema de Comercialização e Desenvolvimento Econômico. Brasília, CFP, 1979.
- DALLAGNOL, R. C. C. Apostila Economia I. FAG- FACULDADE ASSIS GURGACZ, Cascavel, 2008.
- Equipe de Professores da FEA da USP. Contabilidade Introdutória. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1986.
- FELDENS, A. M. Comercialização dos Produtos Agrícolas. UFRGS. 1980.
- GUANZIROLI, C. E. Agronegócio no Brasil: perspectivas e limitações. Universidade Federal Fluminense. Textos para Discussão, UFF/Economia, 2006. Disponível em: <http://www.uff.br/econ/download/tds/UFF_TD186.pdf> Acesso em: 13 mai. 2011.
- HOFFMAN, R. Estatística para Economistas. São Paulo: Biblioteca Pioneira de Ciências Sociais, 1980.
- LOURENÇO, Joaquim Carlos. A evolução do agronegócio brasileiro no cenário atual. 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informese/artigos/a-evolucao-do-agronegocio-brasileiro-no-cenario-atual/24824/>> Acesso em: 13 mai. 2011.
- MANKIW, N.G. Introdução à Economia. Trad. M.J.C.Monteiro. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- MARION, José Carlos. Contabilidade Rural. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- MARQUES, P.V. Comercialização de Produtos Agrícolas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

MENDES, J. T. G; Júnior, J. B. P. Comercialização de Produtos Agropecuários. Universidade Federal do Paraná, 127 p. 2006.

MENDES, J. TADEU, G. Economia Agrícola: Princípios Básicos. Curitiba. Scientia et Labor, 1989. 399p.

NOGAMI, Otto. Princípios de Economia. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 4 Edição, 2003.

O'SULLIVAN, A. et al. Introdução à economia. São Paulo, Prentice Hall. 2004.

PADILHA Jr., J. B. Deflacionamento de Preços Agropecuários - Uma Visão Analítica e Prática. Tópicos Especiais em Comercialização: UFPR, 2005.

PINHO, D.; VASCONCELLOS, M. et al. Manual de Economia. Saraiva, São Paulo, 1998.

PIZA, C.T.; R.W. WELSH, 1968. Introdução à Análise da Comercialização. Série Apostila n.º 10. Departamento de Economia - ESALQ/USP, Piracicaba-SP.

POSSAMAI, A. Apostila Economia. UNERJ, Jaraguá do Sul, 2001.

RENAI. A Rede Nacional de Informações sobre o Investimento. O Setor de Agronegócio no Brasil: Histórico e Evolução do Agronegócio Brasileiro. Disponível em: <<http://investimentos.desenvolvimento.gov.br/interno>>. Acesso em: 13 mai. 2011.

ROSTOW. W.W. Stages of Economic Growth. Cambridge: CAMBRIDGE UNIVERSITY, 1961. 171p.

SANTOS, Gilberto José dos; MARION, José Carlos. Administração de Custos na Agropecuária. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

TENÓRIO, R. Inclusão pelo campo. Disponível em: <<http://desafios2.ipea.gov.br/sites/000/17/edicoes/64/pdfs/rd64not04.pdf>> Acesso em: 13 mai. 2011.

VASCONCELLOS, M. A. S.; GREMAUD, A. P.; TONETO, R. J. Economia Brasileira Contemporânea. São Paulo: Atlas, 7 ed. 2007. Capítulos. 13 e 14.

Currículo do professor conteudista



Françoise de Fátima Barbosa

Graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual de Montes Claros (2003). Possui MBA especialização em Gerência de projetos pela Fundação Getúlio Vargas - FGV (2006) e Mestrado em Economia pela Universidade Federal de Viçosa - UFV (2009). Atualmente é responsável pelas cadeiras de Economia I na UNIMONTES; Fundamentos de Administração e Projetos Agroindustriais I e II na Faculdades Unidas do Norte de MG - FUNORTE, Cenários Econômicos na Faculdade de Tecnologia de Ensino Superior - FATEC e Economia na Faculdade de Computação de Montes Claros - FACOMP.



e-Tec Brasil/CEMF/Unimontes
Escola Técnica Aberta do Brasil