

## Comercialização de *Commodities* Agrícolas: Um Estudo de Caso em uma Corretora de Grãos

Alexandre Candiotto, EPA, UNESPAR/Campus de Campo Mourão  
ale\_candiotto@hotmail.com

Igor José do Nascimento, UNESPAR/Campus de Campo Mourão  
igor\_jnascimento@live.com

Guilherme Almeida Tabachini, UNESPAR/Campus de Campo Mourão  
gtabachini@hotmail.com

Jefferson Ferreira, UNESPAR/Campus de Campo Mourão  
jefferson\_ferreira@msn.com

Rubyia Vieira de Mello Campos, UNESPAR/Campus de Campo Mourão  
rubyadm@hotmail.com

*Resumo: Este estudo tem por objetivo apresentar um panorama da comercialização de produtos agrícola, especificamente de commodities, pois sabe-se que o agronegócio cresce a cada ano com grande representatividade no PIB brasileiro. A comercialização não compreende somente da venda da produção e sim, de todo o processo da cadeia produtiva, ou seja, no beneficiamento, na venda, na logística, entre outros. Salienta-se que além da Bolsa de Valores, utilizada para a venda no mercado externo, existem também os contratos diretos para a venda no mercado interno, conhecido por Mercado a Termo e Mercado Spot. Desta forma, este trabalho apresenta um estudo de caso em uma empresa corretora de commodities com foco no mercado interno, intermediando a compra de commodities pelas tradings com os produtores. Os resultados mostraram a importância que uma empresa corretora exerce na comercialização das commodities agrícolas, ou seja, faz a intermediação entre a produção e a comercialização, realizando contratos futuros, facilitando a venda do produtor e a compra das empresas interessadas nos produtos. Palavras-chave: comercialização de commodities; agronegócio; intermediação de compra e venda.*

### 1. Introdução

O processo de comercialização inicia-se com a produção, passa pelo beneficiamento, embalagem, compra, venda e atividades de logística. Com a sistemática de produção para a permanência no mercado, implica que os produtores tenham volume, qualidade, diversidade e regularidade de oferta, pois os consumidores precisam se alimentar diariamente e os fornecedores devem estar estruturados para esse tipo de oferta.

Barros (1987) relata que a comercialização agrícola refere-se a um conjunto de funções ou atividades de transformação e adição de utilidade pelo qual bens e serviços são transferidos dos produtores aos consumidores. Assim, nas definições mais amplas, comercialização implica o desenvolvimento de atividades que resultam na transformação dos bens, tratando-se, portanto, também de um processo de produção (BATALHA, 2001).

As bolsas tem grande importância quando se referem à comercialização dos produtos agroindustriais. As Bolsas de Valores exercem um papel fundamental no mercado de capitais brasileiro, ao garantir a transparência e igualdade de informações aos investidores. Mesmo atuando como órgãos auxiliares da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), elas têm um importante papel disciplinador e fiscalizador das operações financeiras realizadas em seus recintos (MEDEIROS, 1987).

Portanto, o objetivo deste estudo foi apresentar as estratégias, os objetivos e meios de comercialização mais comuns utilizados pelas empresas, além de realizar um estudo de caso em uma empresa que comercializa *commodity* agrícola.

## **2. Fundamentação Teórica**

### **2.1 Mercado de comercialização de *commodity***

Para Batalha (2001), a palavra *commodity* – mercadoria, em inglês – adquiriu um sentido mais específico no jargão do comércio. Nem todas as mercadorias são *commodities*. Para que uma mercadoria possa receber essa qualificação é necessário que ela atenda a pelo menos três requisitos mínimos: padronização de um contexto no comércio internacional, possibilidade de entrega nas datas acordadas entre comprador e vendedor e possibilidade de armazenagem ou de venda de unidades padronizadas.

O Brasil tem sido um dos principais beneficiários com os preços das *commodities* no mercado internacional no início do século XXI. As exportações do país saltaram de US\$ 72 bilhões em 2003 para US\$ 201,9 bilhões em 2010, sendo que no último ano, 69,4% do total exportado eram *commodities*, o que demonstra a importância das matérias-primas para a expansão das exportações brasileiras e ao mesmo tempo revela uma concentração da pauta exportadora (MDIC, 2011).

Segundo dados do Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC) as exportações brasileiras de *commodities* totalizam 23 itens, porém cerca de 50% de todas as exportações estão concentradas em seis grupos de produtos primários (minérios, petróleo e combustíveis, complexo soja, açúcar e etanol, complexo carnes – boi, frango e suíno – e celulose) (MDIC, 2011).

O mercado de intermediação em compra e venda de *commodities* é realizado através de corretoras. As corretoras, por sua vez, atuam na assessoria e prestação de serviços de comercialização de cereais e derivados do agronegócio, realizando a intermediação dos negócios mediante a aproximação do comprador com o vendedor (MARQUES, 2000).

Porém, as corretoras fazem suas operações de forma geral a vista, ou em até 30 dias, ou então até a liquidação com o pagamento em reais e a entrega física do produto ou vice-versa (FARINA, 1999).

Atualmente, três empresas controlam mais da metade do mercado de sementes sendo, (53% do mercado mundial de sementes: a Monsanto (26%), a DuPont Pioneer (18,2%) e a Syngenta (9,2%). Entre o quarto e o décimo lugar aparecem a companhia Vilmorin, WinField, a alemã KWS, Bayer Cropscience. Dow AgroSciences e as japonesas Sakata e Takii. As dez empresas dominam 75% do mercado mundial de sementes (MEIO AMBIENTE, 2015).

#### **2.1.1 Instrumentos de apoio a comercialização e seus impactos nos preços**

Segundo Dabdab, Miele e Shultz (2011), os produtos agrícolas estão sempre correndo riscos e incertezas, que impactam diretamente nos custos e no lucro da atividade, estes riscos podem ser relacionados a produção: oriundos de condições climáticas, pragas ou manejo inadequado. Relacionados ao crédito: originado dos juros altos impostos por bancos, valores

insuficientes para financiamento de custos operacionais. E riscos relacionados aos preços: oriundos do mercado através da oferta e demanda.

Nesse contexto os agricultores necessitam de proteção para sua atividade e nesse ponto entra os instrumentos de apoio que visam diminuir os riscos vivenciados pelos produtores. São iniciativas de manobras públicas como financiamento, juros mais baixos isenção de impostos com o intuito de promover uma maior competitividade entre as cadeias produtivas (DABDAB, MIELE e SHULTZ, 2011).

*Política de Garantia de Preço Mínimo:* no Brasil lançada em 1966 a política de preço mínimo é uma “participação” do governo ou de grupos privados, através de regulações ou impostos, que tem como fim o estabelecimento de uma remuneração mínima a uma mercadoria qualquer. Para ser eficaz, obrigatoriamente deve ser maior do que o preço de equilíbrio do mercado, garantindo assim estabilidade no quesito oferta e demanda, minimizando perdas, quebras de agricultores, e descimento do trabalho no campo (DABDAB, MIELE e SHULTZ, 2011).

*Aquisição do Governo Federal – AGF:* funciona como um mecanismo de equilíbrio e consiste na venda dos excedentes da produção para o governo, assim mantendo os preços dos produtos adquiridos pelo governo mais altos, garantindo ao produtor o retorno do valor investido ou financiado inicialmente na cultura, é importante, pois o próprio governo dita efetivamente o preço mínimo, porém tem uma desvantagem se os preços do mercado sobem geralmente em entressafas o agricultor não é beneficiado e sim o governo (FAESP, 2011).

*Prêmio para o Escoamento de Produtos – PEP:* o objetivo deste mecanismo é promover a garantia de preços a cooperativas e ao produtor, sem a necessidade de compra da produção. Através do mesmo, o governo paga um prêmio para que os consumidores do produto o adquiram diretamente dos agricultores ou cooperativas a um preço preestabelecido (preço de referência). Esse prêmio equivalerá à diferença entre o preço garantido e o de mercado. É oferecido por intermédio da CONAB, em leilões públicos organizados pelas Bolsas de Mercadorias assim, o governo garante o preço mínimo ao produtor e livra-se de custos de transporte e estocagem do produto físico (DABDAB, MIELE e SHULTZ, 2011).

*Prêmio de Risco para Aquisição de Produto Agrícola Oriundo de Contrato Privado de Opção de Venda – PROP:* esse instrumento é um auxílio econômico concedido em leilão público ao segmento consumidor que se dispõe a adquirir determinado produto, em data futura, diretamente de produtores e/ou suas cooperativas, pelo preço fixado e nas unidades da federação estabelecidas pelo governo, utilizando-se para isso do lançamento, em leilão privado, de Contrato Privado de Opção de Venda (CONAB, 2013).

*Prêmio Equalizador Pago ao Produtor – PEPRO:* muito similar ao PROP o prêmio equalizador pago ao produtor é Subsídio econômica concedida ao produtor rural e/ou sua cooperativa que se disponha a vender seu produto pela diferença entre o Valor de Referência estabelecido pelo Governo Federal e o valor do Prêmio Equalizador arrematado em leilão, obedecida a legislação do ICMS vigente em cada estado brasileiro, em outras palavras, é uma ferramenta de garantia do preço mínimo ao produtor, sem aquisição, mediante o pagamento de diferença entre os preços mínimo, ou de referência, e o de mercado. (CONAB, 2013)

*Empréstimo do governo federal – EGF:* essa ferramenta permite que o produtor estoque sua produção em silos credenciados pela CONAB para vender em épocas mais propícias, como épocas de entressafas onde o valor do produto é mais alto, porém é uma ferramenta pouco utilizada, pois a maioria dos agricultores adotam essa política com

cooperativas que também desempenham essa atividade como é o caso da COAMO Agroindustrial Cooperativa. O prazo do EGF varia de acordo com o produto e a época da contratação (FAESP, 2011)

*Linha Especial de Crédito para Comercialização:* Esse instrumento permite financiamentos de produtos fora da PGPM, muito semelhante a EGE, porém o preço base não é calculado de acordo com a política dos preços mínimos, é geralmente aplicada em segmentos de frutas e hortaliças, nas quais os beneficiários são os produtores e agroindústrias desde que as mesmas processem a fruta, possui um limite de 500 mil por produtor rural e 30 milhões para agroindústrias esse financiamento deve ser pago em 6 meses com juros mais baixos comparados aos juros bancários, também é necessário comprovar a aprovação (DABDAB, MIELE e SHULTZ, 2011).

*Contratos de Opção de Venda:* Muito similar a Política dos Preços Mínimos, este instrumento estabelece proteção contra a queda de preços. Normalmente, o preço de exercício é superior ao preço mínimo do respectivo produto. O contrato de opção de venda oferece ao produtor ou à cooperativa o direito (mas não a obrigação) de vender sua produção a um valor preestabelecido (chamado preço de exercício), na data de vencimento do contrato. O governo, por meio da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), vende os contratos por meio de leilões públicos organizados pelas Bolsas de Mercadorias (DABDAB, MIELE e SHULTZ 2011).

### **2.1.2 Mecanismos de Gestão de Riscos nos Preços**

As *commodities* são negociadas em bolsas, portanto seus preços são decididos pelo mercado internacional, sendo suscetíveis a variações nas cotações de mercado em virtude de perdas e ganhos nos fluxos financeiros mundiais, assim são negociadas no mercado físico para exportação ou no mercado interno e nos mercados derivativos das Bolsas de Valores e contratos futuros. (COOPERATIVISMO, 2015)

Ao se referir à soja por exemplo, uma estiagem, ou uma alta produção em um grande polo produtor afeta diretamente o preço do grão mundial. Segundo o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, a produção 2014 que teve uma produção de 305 milhões de toneladas, um incremento de 7% em comparação a 2013, dessa forma esta produção teve uma grande influência para a comercialização do soja brasileiro no período em questão (SISTEMA BRASILEIRO DO AGRONEGÓCIO, 2014).

Risco pode ser entendido, segundo Harwood *et al.* (1999), como uma insegurança que afeta o bem-estar das pessoas e está adjunto frequentemente com a ideia de desventura ou perda. Uma forma eficiente que os produtores encontraram para minimizar os riscos de comercialização é a utilização de mercados futuros que funcionam como um seguro para o produtor rural e para as empresas em meio a tanto risco, possibilitando uma garantia quanto à volatilidade dos preços de mercado. Esta pode ser uma forma eficaz de eliminação de um dos principais riscos da atividade agropecuária, aquele decorrente da incerteza de preços em um tempo futuro, quando se dará então a comercialização da safra agrícola (COOPERATIVISMO, 2015).

Para a comercialização, algumas técnicas são utilizadas para minimizar essa insegurança e garantir a comercialização entre duas ou mais entidades, as mesmas estão apresentadas nos próximos tópicos.

*Hedging:* Batalha (1997) descreve que uma das ferramentas mais importantes para redução de riscos é o *Hedging*, que tem por objetivo a realizações de operações de compra e vendas de mercadorias através de contratos de futuro. Esses contratos podem ser comercializados inúmeras vezes nas bolsas de valores pelos chamados especuladores em um

tempo estabelecido previamente no contrato. Essas negociações de compra e venda do mesmo contrato ocorrendo varias vezes supre as diferenças de flutuações diárias. Caso as flutuações do preço forem negativas, quem pagará a diferença é o comprador ou especulador. Por outro lado, caso essa flutuação seja positiva, quem leva vantagem é o especulador que comprou mais barato e revendeu mais caro, mesmo assim os custos de produção são pagos, pois o valor do contrato do produtor com o especulador já supre as suas necessidades.

*Operação de swap:* Define-se como um acordo entre duas contrapartes para trocar fluxos de caixa no futuro, que define o montante e as datas dos fluxos de caixa a serem pagos e também a forma como esses fluxos serão calculados. Contratos futuros e a termo são exemplos simples de *swap*, pois os compradores e os vendedores dos contratos fazem uma troca de fluxo de caixa no futuro (DABDAB, MIELE e SHULTZ 2011).

*Contratos futuros:* São contratos padronizados negociados entre os compradores e vendedores através da bolsa de valores, nele são negociados determinada quantidade de uma mercadoria por um preço acordado entre eles, para liquidação física (entrega da mercadoria) ou financeira (entrega do dinheiro) em data futura previamente definida (DABDAB, MIELE e SHULTZ, 2011).

*Contratos a Termo:* Os contratos a termo também são contratos de compra e venda de uma mercadoria com quantidade, preço e prazos de entrega definidos pelos compradores e vendedores. Porém esses contratos não precisam ser padronizados, os montantes e os vencimentos são definidos pelos compradores e vendedores, por isso os contratos a termo não são negociados nas bolsas de valores. A negociação dos contratos a termo é feita, exclusivamente, entre duas contrapartes, ou seja, sem o intermédio da bolsa. As negociações que não têm o intermédio da bolsa de valores são denominadas transações ou operações de balcão (DABDAB, MIELE e SHULTZ, 2011).

*Mercado Spot:* Segundo BATALHA (1997), o mercado Spot é caracterizado pelas transações se resolverem em um único instante de tempo. Por exemplo, efetuar uma compra no mercado, compra-se e efetua o pagamento no ato de 3 dúzias de ovos, essa compra já foi finalizada, claro que eventualmente pode-se fazer novas transações com o mercado, porém todas a vista, essa é a característica do mercado *Spot*.

### **2.1.3 Estratégias de mercado e canais de comercialização**

As estratégias de mercado são utilizadas por todas as empresas que realizam a comercialização de *commodities*, podendo ser ela uma empresa que realiza apenas a intermediação, ou seja, interliga o produtor ao consumidor, também pode ser empresas que realizam o beneficiamento, isso envolve um processo pelo qual o produto é submetido para ser padronizado, entretando ele ainda é considerado *in natura*, e por fim a empresa pode realizar o processamento, o qual ira transformar a *commoditie* e um produto final para ser comercializado (CONAB, 2015).

Atualmente grande parte dos pequenos e médios produtores preferem realizar a comercialização por meio de cooperativas por motivos de armazenagem, já grupos de grandes produtores negociam diretamente com a bolsa por intermédio de empresas privadas, pois possuem condições de armazenagem e escoamento na propriedade (CONAB, 2015).

Conforme Dabdab, Miele e Shultz (2011), as comercializações de *commodities* são realizadas através de canais de comercialização ou de distribuição podendo ser definido como um procedimento pelo qual o produto agrícola passa, considerando todos os processos e etapas para que o mesmo possa ser comercializado, configurando a organização dos

intermediários, cada qual desempenhando uma ou mais funções de comercialização, ou seja, sera toda e qualquer forma na qual o produtor terá acesso a comercialização de seus produtos.

Kotler (1998), em seu livro administração de marketing, elabora uma tabela, a qual é possível identificar claramente os canais de comercialização de uma *commodity*, conforme o Quadro 1.

Corretor	É aquele que busca aproximar compradores e vendedores. Ele não estoca bens, não financia, nem assume risco.
Facilitador	É aquele que auxilia o processo de distribuição, porém não assume a propriedade dos bens e não negocia o processo de compra ou de venda.
Representante de fabricante	É representado pela empresa que vende os bens de vários fabricantes. Pode ser contratada pelos fabricantes, mas não faz parte de suas forças de vendas internas.
Comerciante	Intermediário que compra, assume a propriedade e revende mercadorias.
Varejista	Empresa que vende bens ou serviços diretamente ao consumidor final para uso pessoal, não empresarial.
Agente de vendas	Intermediário que procura clientes e negocia em nome de um fabricante, mas não assume a propriedade dos bens.
Força de vendas	Grupo de pessoas contratado diretamente por uma empresa para vender seus produtos e serviços.
Atacadista (distribuidor)	Empresa que vende bens ou serviços comprados para revenda ou uso empresarial.

Quadro 1 - Canais de Comercialização de uma *Commodity* Fonte: KOTLER, 1998.

### 3. Metodologia

A pesquisa classifica-se quanto aos fins como descritiva e explicativa, quanto aos meios como bibliográfica e estudo de caso. Foram utilizados dados qualitativos, uma vez que foi realizada uma revisão bibliográfica para verificar as práticas de comercialização explicadas pela teoria e visualizadas na prática, em uma empresa de comercialização de commodities agrícolas.

Para a revisão de literatura foram utilizados os bancos de dados: Scientific Electronic Library Online (SciELO) e no e no site de pesquisas Google Acadêmico. Foram consultados livros e outros materiais impressos. As palavras chaves utilizadas foram: placas de gesso; gesso acartonado; gesso reciclado; e aditivos.

Foram realizadas visitas na empresa no período de 5 de outubro a 15 de outubro de 2015. Para coleta de dados na empresa foi utilizado um questionário estruturado, elaborado a partir das práticas, estratégias e metodologias de comercialização encontrados na teoria.

O quadro 2 mostra o questionário utilizado para a realização do estudo.

1. Qual a área inserida e o ramo de atuação? O mercado foco é externo ou interno?
2. Como e onde é realizada a comercialização e quais são os canais de comercialização? (mercado físico, negociação de contratos, etc)
3. Quais as empresas são os seus fornecedores?
4. Quais são as empresas são os seus clientes?
5. Como funciona o Fluxo de negócios da empresa?
6. Quais os mecanismos utilizados para gerenciar os riscos nos preços dos produtos?
7. Realizam contratos futuros, contratos com preços atuais para entrega futura, etc?
Realizam negócios na bolsa de mercadorias/futuros?
Utilizam alguma estratégia de ação perante os fornecedores/clientes?
Utilizam o Hedging como estratégia para reduzir riscos?
Quais impactos de sua atuação nos preços da commodity? Qual a sua porcentagem ganha devido a sua atuação sobre o produto?
Qual impacto da crise brasileira em seus negócios?
13. Qual a sua porcentagem ganha devido a sua atuação sobre o produto?
14. Qual impacto da crise brasileira em seus negócios?

Quadro 2 - Questionário sobre a comercialização de commodities na corretora de grãos.

#### 4. Estudo de Caso

O estudo de caso foi desenvolvido em uma empresa localizada na cidade de Campo Mourão – PR, que atua no município desde 2002. A corretora é especializada na intermediação da compra e venda de sementes certificadas: soja, trigo, triticale, aveia e feijão. Recentemente passou também a atuar na corretagem de grãos: soja, milho, trigo, triticale, aveia.

A corretora foi criada como uma oportunidade de atuação no mercado, em uma parcela de produtores regionais que não eram cooperados de nenhuma outra cooperativa e, portanto, não tinham ligação entre a produção e a comercialização.

É uma empresa de pequeno porte e possui 14 colaboradores. A principal região atuante é a COMCAM - Comunidade dos Municípios da Região de Campo Mourão. Quanto a área de atuação, a empresa estudada classifica-se como área agrícola, o seu ramo é a corretagem de grãos e sementes. O foco de atuação da mesma é o mercado interno.

Com a aplicação do questionário elaborado pelos autores, constatou-se que a empresa atua apenas com a intermediação de compra e venda de grãos, ou seja, a mesma não estoca, não realiza compras ou vendas de *commodity*, apenas faz a intermediação entre o comprador e o vendedor.

A empresa é responsável em realizar contratos e os termos de compra e venda, além dos termos logísticos, sendo que o mesmo pode ser *Free On Board – FOB*, que se caracteriza numa modalidade em que o comprador assume todos os riscos e custos de transporte da mercadoria, assim que a mesma é embarcada, ou pode ser *Cost, Insurance and Freight – CIF*, caracterizado pelo fornecedor ser responsável por todo o custeio do transporte e também pelos

riscos da entrega da mercadoria, incluindo o seguro de transporte, a mesma termina assim que a mercadoria é descarregada.

A empresa possui dois tipos de clientes, ou seja, as empresas que estão interessadas em adquirir as *commodities* e os produtores agrícolas que estão interessados em vender sua produção. Desta forma, têm-se as *trades* como compradores (Bunge, Cargill, entre outras), além das indústrias de ração e como vendedores têm-se os produtores regionais.

O Fluxo de negócios da empresa ocorre da seguinte forma: Um produtor que tem sua colheita programada os próximos meses, ou então possui certa quantidade de grãos estocados, firma contrato de venda com a corretora e a mesma encontra empresas interessadas nessa produção para o período em que haverá a colheita ou o período de interesse de entrega do produtor, concretizando as negociações. Portanto, o risco na corretagem é nulo para a empresa corretora, ficando por conta do comprador e do fornecedor, pois na venda o preço é travado, através de contratos futuros com a empresa interessada, havendo o risco para o produtor de ocorrer perda de safra por intempéries climáticas, elevação da oferta (queda do preço), entre outros.

Para o comprador, os riscos estão relacionados com a lei de oferta e procura, pois se houver uma supersafra, o preço poderá ser menor do que o firmado em contrato.

Sendo assim, por meio da corretagem no mercado interno de grãos, a empresa estudada não comercializa diretamente na bolsa de valores, porém, o faz com intermédio de outras empresas, ou seja, as corretoras do mercado exterior.

Salienta-se que a corretagem de grãos possui um pequeno percentual de ganho sobre cada contrato e, segundo a empresa, a mesma varia conforme a *commodity* e conforme a situação da mesma no mercado.

Destaca-se também que no setor em que a mesma está inserida, a crise brasileira não está causando impacto negativo, pois as vendas são geralmente para *tradings* que possui como foco o mercado exterior, porém os produtores agrícolas sofrem com a elevação dos custos operacionais devido à alta do dólar e, portanto, ficam mais receosos para concretizar negociação de maiores volumes através de contratos futuros.

## **5. Considerações Finais**

Com este estudo, foi possível concluir que o processo de comercialização abrange todo um sistema, desde o início da produção, processo de beneficiamento, até a comercialização, que possui um impacto enorme em relação ao lucro do produtor. Um dos responsáveis pelo controle das oscilações do preço das *commodities* é a bolsa de valores, as quais exercem um papel fundamental para que seja possível a comercialização das mesmas.

Entretanto com o estudo de caso realizado, foi possível perceber que para realizar a comercialização de produtos agrícolas, ou seja, de *commodities*, é de grande valia trabalhar com empresas especializadas, como a empresa estudada. Visto que elas realizam a intermediação entre o comprador e o vendedor, e se responsabilizam pela execução dos contratos, bem como dos termos de compra e venda, além de considerar todos os fatores logísticos que impactarão nos custos de entrega.

Outro fator que deve ser ressaltado, é a localização da empresa, visto que a região de Campo Mourão passou por um grande desenvolvimento no setor de produção de aves e conseqüentemente se instalaram fábricas de ração para que seja possível fomentar os aviários. Essas atividades impactam diretamente na empresa estudada, já que a mesma também faz a intermediação entre os produtores da região com as fábricas de ração.



## Referências

- BATALHA, Mário Otávio. *Gestão Agroindustrial: GEPAI: Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais – Volume 1. 1ª. Edição – São Paulo: Atlas, 1997*
- BARROS, G.S.A.C. *Economia da comercialização agrícola*. Piracicaba. FEALQ, 1987.
- BATALHA, Mário Otávio. *Gestão Agroindustrial: GEPAI: Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais – Volume 2. 3ª ed., São Paulo: Atlas, 2001.*
- CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento. *Cartilha do Premio de Risco para Aquisição de produtos Agrícolas Oriundo de Contrato Privado de Opção de Venda - PROP*. 2013, Disponível em: <[http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/15\\_06\\_10\\_15\\_18\\_19\\_bd57516e9f09f3c4ac68896e2cf4742e.pdf](http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/15_06_10_15_18_19_bd57516e9f09f3c4ac68896e2cf4742e.pdf)> Acesso em 29 de agosto de 2015.
- CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento. *Relatório de Gestão 2008 – Superintendência Regional do Rio Grande do Sul*. 2008. Disponível em <[http://www.agricultura.gov.br/arq\\_editor/image/RELATORIO\\_GESTAO/CONAB/2008RS.pdf](http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/image/RELATORIO_GESTAO/CONAB/2008RS.pdf)> Acesso dia 29 de agosto de 2015.
- DABDAB, P.; MIELE, M.; SHULTZ, G.; *Mercados e Comercialização de Produtos Agrícolas*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011. Curso de Graduação Tecnológica Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural Disponível em <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad016.pdf>> Acesso dia 29 de agosto de 2015.
- FAESP - Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de São Paulo, *Política Agrícola – comercialização*. 2011. Gestão: Fábio de Salles Meirelles. Disponível em: <<http://www.faespsenar.com.br/faesp/pagina/exibe/assuntos/politica-agricola/157-56>> Acesso dia 29 de agosto de 2015.
- FARINA, E. M. M. Q. *Competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual*. In: *Gestão & Produção*, São Carlos, v. 6, n. 3, p. 146-161, dez. 1999.
- KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. 5º ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- MDIC (2011). *Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio. Estatísticas de Comércio Exterior – DEPLA*. Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1955&refr=608>>. Acesso dia 29 de agosto de 2015.
- MDIC. *Cooperativismo: Mercado de Commodities*. 2015. Disponível em: <[http://www.mdic.gov.br/sistemas\\_web/aprendex/cooperativismo/index/conteudo/id/304](http://www.mdic.gov.br/sistemas_web/aprendex/cooperativismo/index/conteudo/id/304)>. Acesso em: 30 ago. 2015.
- MARQUES, P.V. *Mercados futuros e de operações agropecuários*. In: ZYLBERSTAJN, D. NEVES, M.F. *Economia e gestão de negócios agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária*. São Paulo: Pioneira, 2000.
- MEDEIROS, Paulo de Tarso. *O que é o mercado de ações: as bolsas de valores e sua evolução*. Rio de Janeiro: Simposium Consultoria e Serviços Técnicos, 1987. p. 13-18.
- REVISTA MEIO AMBIENTE. *10 empresas dominam 75% do mercado mundial de sementes*. Disponível em <<http://www.revistameioambiente.com.br/2015/08/03/10-empresas-dominam-75-do-mercado-mundial-de-sementes/>> Acesso dia 28 de agosto de 2015.