

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A ARMAZENAGEM DE GRÃOS EM 2017

FERNANDO VINÍCIUS DA ROCHA

Pesquisador do Grupo de Pesquisa e Extensão em Logística Agroindustrial da Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" da Universidade de São Paulo (ESALQ-LOG/USP)

JOSÉ VICENTE CAIXETA FILHO

Professor titular do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq e coordenador do ESALQ-LOG/USP

EM UM setor com margens de comercialização reduzidas, a utilização da armazenagem como forma de aumentar a receita obtida com a venda da produção tem sido cada vez mais recorrente. O Sistema de Informações de Armazenagem (SIARMA) objetiva disponibilizar informações de qualidade sobre a armazenagem no Brasil, facilitando o planejamento e a utilização inteligente da armazenagem. Isso auxilia a tomada de decisão de produtores e exportadores, com o aumento da competitividade do produto brasileiro no mercado internacional.

Variáveis econômicas importantes, como o preço do produto no mercado internacional, a taxa de câmbio, os custos de transporte e os custos de armazenagem, dentre outras, influenciam no processo de tomada de decisão. Temos, ainda, a necessidade de capital de giro para pagamentos diversos e o financiamento do plantio da segunda safra entre as questões que afetam a decisão de armazenar.

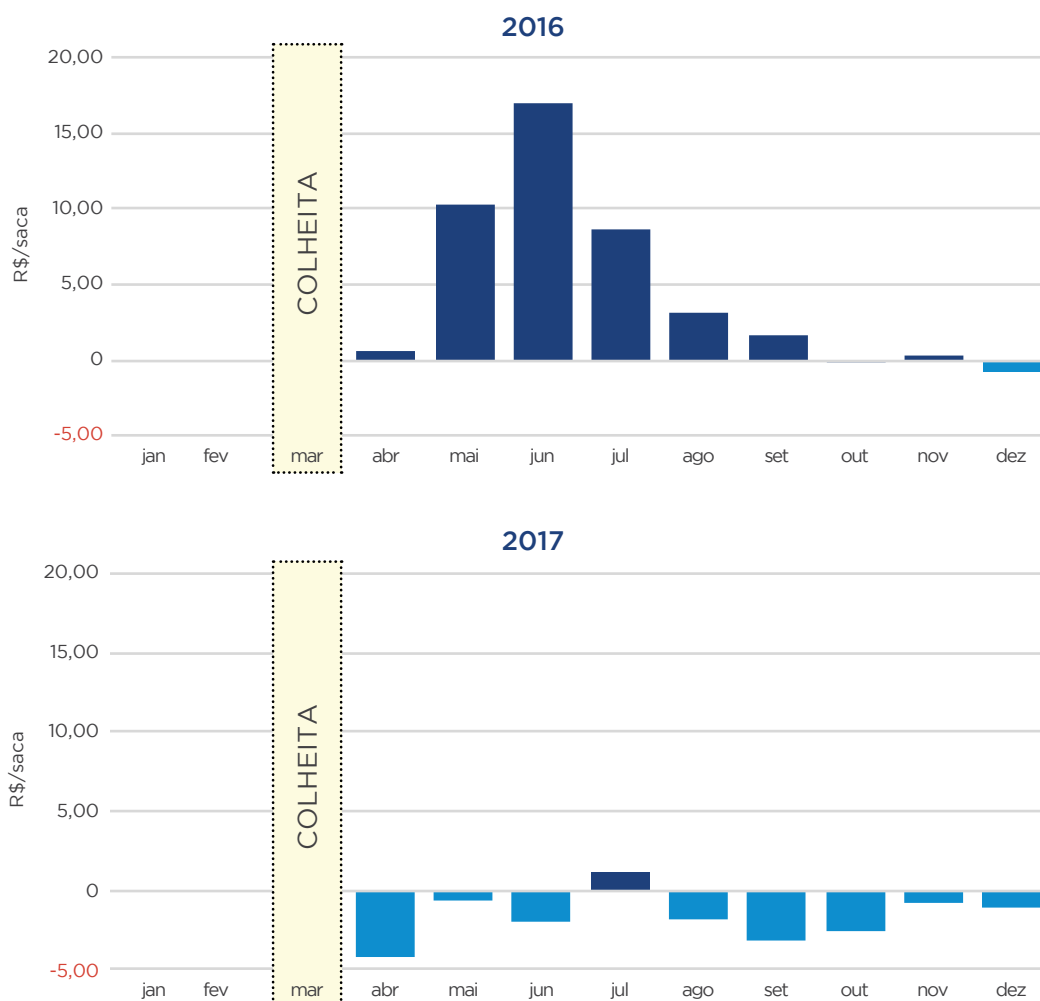
Para os produtores e exportadores de soja brasileiros, 2017 foi marcado por preços baixos, que ficaram, na média, em torno de 12% abaixo dos observados em 2016. A maior diferença ocorreu no bimestre de maio e junho, com o preço do grão, respectivamente, 20% e 28% menor em 2017. Em 2016, o preço da soja esteve favorecido pela cotação da *commodity* na bolsa e pela desvalorização do real frente ao dólar. Isso possibilitou ganhos

adicionais para os produtores e os exportadores que optaram por armazenar parte da produção colhida para escoá-la em períodos futuros.

Desde 2007, o SIARMA acompanha as diferentes estratégias de comercialização adotadas pelos produtores e pelos exportadores. O uso da armazenagem ajuda na decisão da comercialização, pois possibilita a obtenção de preços de venda maiores e o pagamento de custos logísticos inferiores. Quando se toma o período pós-2007, constata-se que o uso da armazenagem trouxe resultados econômicos (receita superior) aos produtores em oito dos onze anos analisados. Há, também, evidências de que a comercialização tardia por meio do uso da armazenagem é mais assertiva para as colheitas de soja realizadas em fevereiro e março.

Especificamente sobre 2016, as análises do SIARMA, ao considerarem o preço do produto no mercado internacional, a cotação do dólar, os custos de transporte, os custos de armazenagem e o custo de oportunidade, mostram que o mês de junho é período ideal para a comercialização da produção colhida em março. Apesar de arcar com custos maiores de armazenagem, os sojicultores tiveram incremento de receita estimado em R\$ 16,90 por saca. Dada a dinâmica dos preços da soja no mercado internacional, a comercialização tardia da soja colhida em março trouxe ganhos econômicos aos produtores que venderam a produção em abril e setembro: os preços nos meses

RESULTADOS ECONÔMICOS COM A UTILIZAÇÃO DA ARMAZENAGEM COMO ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO EM 2016 E 2017



Fonte: SIARMA

posteriores ao da colheita foram superiores aos custos associados ao armazenamento da produção.

Por outro lado, essa mesma análise, quando aplicada em 2017, mostra uma situação diferente. Com o mercado caracterizado por preços baixos ao longo do ano, o produtor que colheu parte da sua produção em março e optou por armazená-la teve prejuízo na venda entre maio e junho, de R\$ 0,66 e R\$ 2,00 por saca, respectivamente. Nesse ano, o preço do produto no mercado internacional

não reagiu de forma a compensar os custos com o armazenamento da produção.

Para esse produtor, em 2017, julho foi o único período em que as estimativas mostraram possibilidade de obtenção de ganhos econômicos com a utilização da armazenagem. Mesmo que positivo, o ganho estimado foi baixo, de R\$ 1,21 por saca. A utilização da armazenagem como estratégia de comercialização teve uma janela de venda estreita e retornos financeiros muito pequenos em 2017. ■