

COMPORTAMENTO DE PREÇOS E MARGENS DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS

JULIA CRISTINA CORATO¹, PAULO DABDAB WAQUIL²

¹ Estudante de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e-mail: julia.corato@hotmail.com
² Orientador, Departamento de Economia



CSA - Ciências Sociais e Aplicadas

INTRODUÇÃO:

O estudo do comportamento dos preços e a margem de comercialização dos produtos agrícolas revela a sazonalidade dos preços conforme demanda do consumidor ligados ao desempenho da safra, sendo o preço refletirá nos produtos derivados que estarão dispostos nas gondolas do supermercado. O objetivo do projeto foi fazer um comparativo entre o preço que os produtores recebiam pelos produtos agrícolas e o preço pago pelos consumidores; dessa forma obteve-se a margem de comercialização, além disso, com os dados coletados pode-se analisar o comportamento deles ao longo dos anos.

RESULTADOS:

Os resultados obtidos foram diversos, pela quantidade de produtos estudados, porém foi possível analisar que a margem de comercialização dos produtos foi alta, sendo explicada pelos possíveis impostos cobrados sobre os produtos, além dos gastos de agregação de valor – industrialização. Quando estende-se a avaliação para o comportamento dos produtos ao longo dos anos, pode-se observar a sazonalidade dos preços, sendo explicada principalmente pelo ciclo da cultura, a dinâmica de mercado - “oferta e procura” e o clima, o qual é um aliado importante para a atividade dos comercial. Outra constatação foi que para alguns produtos não se percebeu um aumento real significativo no preço, diferente de outros, como a soja, onde se observou que houve um incremento no valor recebido pelos produtores.

METODOLOGIA:

Os dados foram obtidos de duas fontes: EMATER-RS e IEPE/UFRGS, sendo que foram analisados 34 produtos, divididos entre produtos agrícolas (oito) e produtos finais que são derivados dos produtos agrícolas ou beneficiados e vendidos in natura (vinte seis). O período do estudo foi de janeiro de 1995 até junho de 2013, portanto para obter os preços reais, estes foram deflacionados com o IGP-DI (índice geral de preços), sendo possível a comparação os preços ao longo dos anos.

Soja - preço ao produtor (R\$/Kg)

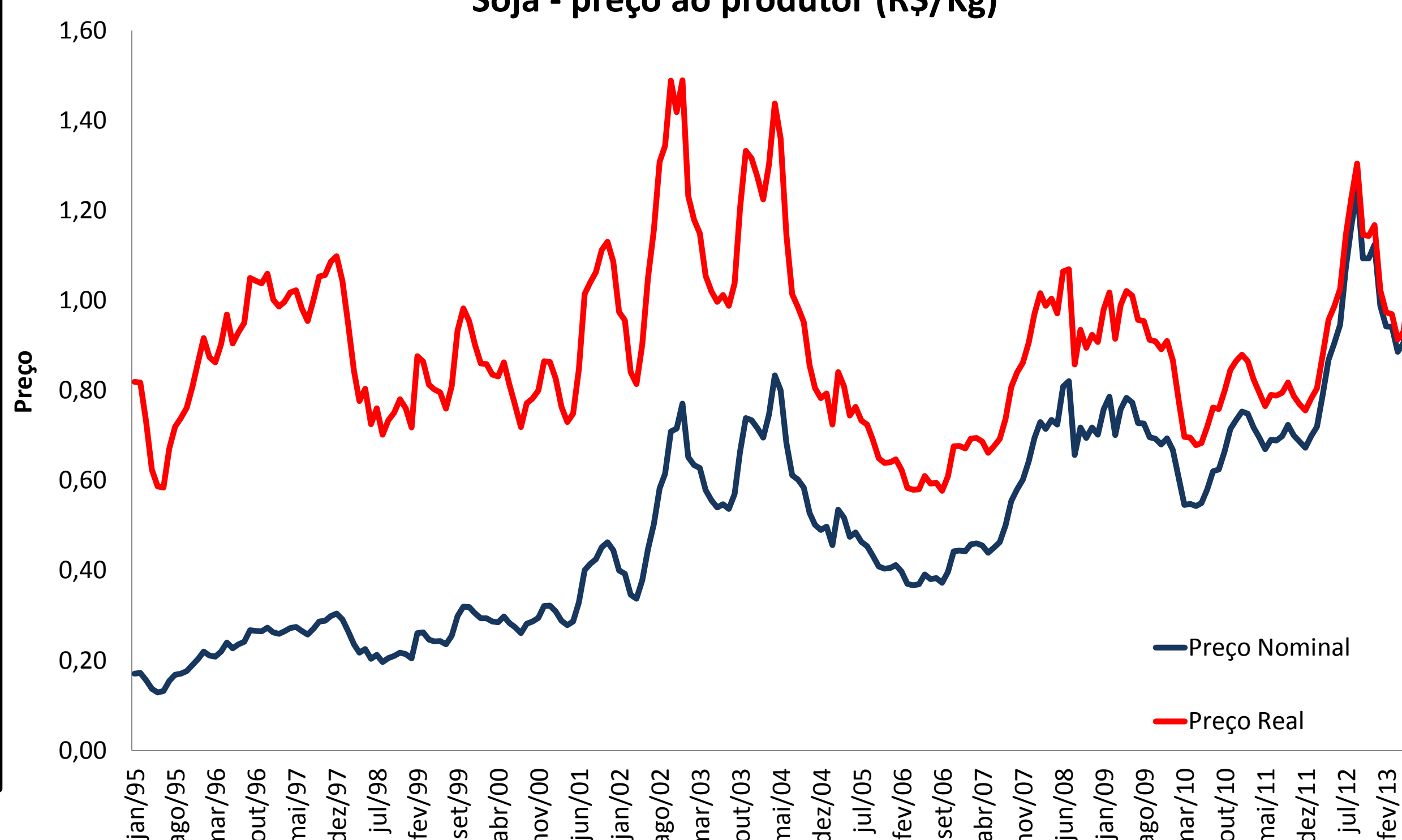


Tabela síntese

Matéria-prima (MP)	Produto Final (PF)	Relação de Troca (kg MP / kg PF)	Margem de Comercialização MC = (Pc - Pp) / Pc
TRIGO	Farinha de Trigo	3,94	74%
	Pãozinho	12,54	92%
	Biscoito Doce	15,86	93%
ARROZ	Massa com Ovos	10,15	90%
	Arroz Agulha	3,48	71%
FEIJÃO	Feijão Preto	2,2	54%
MILHO	Farinha de Milho	4,88	79%
	Maizena	21,12	95%
	Milho em Lata	21,29	95%
SOJA	Óleo de soja	5,12	80%
	Margarina	10,65	90%
	Ração para Cães	11,57	91%
	Leite Integral Longa Vida	3,29	69%
LEITE	Leite em Pó	15,98	94%
	Creme de Leite	20,62	95%
	Leite Condensado	13,89	93%
	Queijo	33,41	97%
	Mussarela/Prato	12,01	91%
	Iogurte com Sabores	5,64	80%
SUÍNO	Linguíça Fresca	5,64	80%
	Carne Suína-Lombinho	5,98	83%
	Carne Suína-Pernil	3,76	73%
BOVINO	Salame Nacional	8,01	86%
	Carne Moída	4,43	77%
	Carne Bovina-Costela	3,08	67%
	Carne Bovina-Alcatra	6,00	83%

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Para o agronegócio, observa-se que é indispensável a visão do todo, principalmente o “fora da porteira” para dar suporte da logística dos produtos agropecuários. Portanto, a visão da comercialização dos produtos brasileiros esclarece sobre o comportamento dos preços e a margem de comercialização ao longo das últimas duas décadas.

REFERÊNCIAS:

MARQUES, Pedro V.; AGUIAR, Danilo R. D. de. **Comercialização de produtos agrícolas**. São Paulo: Campi 13, 1993. 295 p.

Modalidade da bolsa:

Probic - Voluntária