

INTRODUÇÃO

Forte ligação entre agricultura e mercados: produtores necessitam vender/trocar seus excedentes para obter os bens que não são produzidos;

A presença de intermediários, cooperativas, integradoras, diminui as dificuldades de comercialização e de aquisição de insumos, sendo responsável por garantir uma estabilidade mínima à produção e circulação dos produtos.

OBJETIVOS

Caracterizar os mercados agrícolas de maior relevância para o comércio dos produtos agropecuários escolhidos para análise no Rio Grande do Sul;

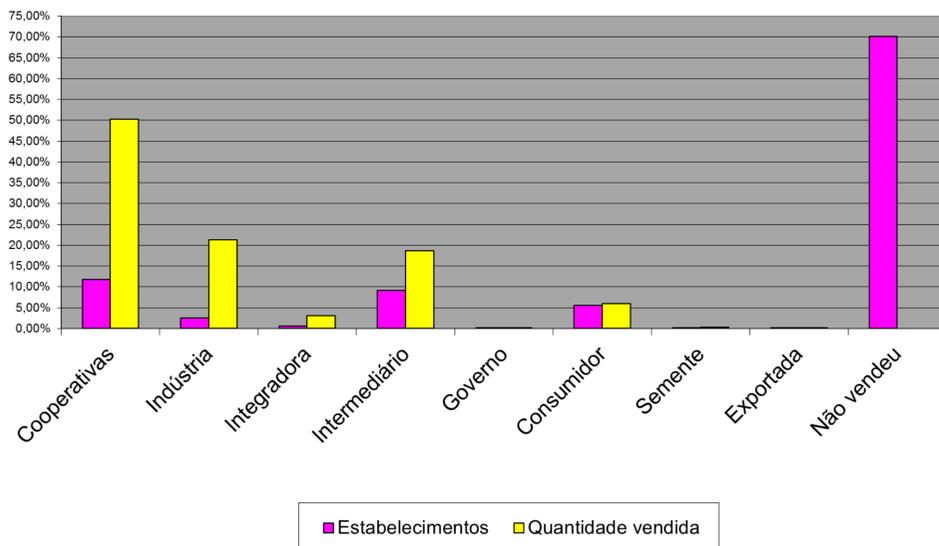
Tentar estabelecer pontos de semelhança e divergências entre os produtos de mesma natureza (hortigranjeiros, frutas, grãos) quanto ao canal de comercialização utilizado.

QUESTÃO CENTRAL

Diferentes formas de comercialização se mostram mais adequadas ou menos as características dos produtos, agentes e instituições envolvidas.

A escolha do canal de comercialização adequado é uma equação complexa e varia em função de inúmeros fatores: social, políticos, econômicos e institucionais.

Milho



METODOLOGIA

Primeiramente, foram feitas leituras para a compreensão do tema e consolidação de um referencial teórico;

Coleta de dados do Censo Agropecuário de 2006 para elaboração de tabelas e gráficos a fim de melhor visualizar as características a serem observadas;

Foram selecionados 18 produtos de origem vegetal e 6 produtos de origem animal, observando a relevância destes produtos para o Estado quanto ao valor da produção, mas ao mesmo tempo procurando abranger uma gama diversificada de produtos como grãos, hortifrutigranjeiros, lã e produção pecuária.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

Foi percebida uma grande diversidade quanto ao canal de comercialização adotado pelas culturas.

De uma maneira geral, a venda para o intermediário se constitui no meio de comercialização predominantemente usado pelos produtores de frutas e hortigranjeiros (maçã, laranja, morango, uva mesa, batata inglesa, tomate), com algumas exceções: uva para vinho e suco, pêssego).

A maioria dos estabelecimentos produtores de hortifrutigranjeiros não vendem sua produção, ou seja, a utiliza para consumo próprio ou de animais. No entanto, quase toda a quantidade colhida e vendida de todos esses produtos não fica no estabelecimento, sendo destinada principalmente para intermediários.

Indústria é importante para comercialização de arroz em casca, pêssego e uva para vinho e suco.

Morango

Estabelecimentos

