

**MARGENS E "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS EM RIO BRANCO, ESTADO DO ACRE
1980/1984**



MINISTÉRIO DA AGRICULTURA - MA
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA
Unidade de Execução de Pesquisa de Âmbito
Estadual de Rio Branco
Rio Branco, AC

**MARGENS E "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS EM RIO BRANCO, ESTADO DO ACRE
1980/1984**

Júnia Alencar e Silva



MINISTÉRIO DA AGRICULTURA - MA
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁ
RIA - EMBRAPA
Unidade de Execução de Pesquisa de Âmbito
Estadual de Rio Branco
Rio Branco, AC

Silva, Júnia Alencar e

Margens e "markup" de comercialização de produtos agropecuários em Rio Branco, Estado do Acre; 1980/1984. Rio Branco , EMBRAPA.UEPAE de Rio Branco, 1985.

40p. ilustr. (EMBRAPA.UEPAE de Rio Branco. Documentos, 8).

1. Produtos agropecuários - Comercialização - Brasil - Acre - Rio Branco. I. Título. II. Série.

CDD 338.17098112

c EMBRAPA-1985

Exemplares desta publicação podem ser solicitados
à EMBRAPA-UEPAE de Rio Branco

Telefones: (068) 22-4035 e 224-3931

Caixa Postal, 392

69.900 Rio Branco, AC

Tiragem: 500 exemplares

Comitê de Publicações:

Geraldo de Melo Moura - Presidente

Vitor Hugo de Oliveira

Arlindo Luiz da Costa

Murilo Fazolin

Lair Victor Pereira

Maria Inês Nogueira Alvarenga e

Quitéria Sônia Cordeiro dos Santos

Maria Urbana Corrêa Nunes - Suplente

Edilson Batista de Oliveira - Suplente

Chefe da Unidade:

Vitor Hugo de Oliveira

Subchefe da Unidade:

Geraldo de Melo Moura

AGRADECIMENTOS

A autora agradece à EMATER/AC, à CILA ao SIMA/AC e à SUNAB/DEAC, pelo fornecimento dos dados e aos Drs. Boris Borges Peiró e Tupinambás de Santana de Oliveira Lima pelas sugestões e críticas apresentadas.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS	13
3. MATERIAL E MÉTODOS	14
3.1. Material	14
3.2. Métodos	14
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	16
4.1. Leite	16
4.2. Ovos	22
4.3. Carne de frango	26
4.4. Farinha de mandioca	29
4.5. Alho, batata e cebola	35
5. CONSIDERAÇÕES GERAIS	42
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho determina, através de uma metodologia bastante simples, as variações estacionais, as margens e os "markups" de comercialização de sete produtos considerados básicos na mesa do consumidor acreano: farinha de mandioca, ovos, leite pasteurizado, carne de frango, batata, cebola, e alho.

Seus resultados mostram que essas margens são elevadas e instáveis, evidenciando ainda um acentuado nível de participação dos intermediários e um alto grau de complexidade na comercialização desses produtos no Estado.

Estudos desta natureza, principalmente para o Acre - sempre carente de subsídios que orientem melhor os seus administradores na área econômica - são valiosos instrumentos na definição de diretrizes de governo e orientação das decisões de produtores e consumidores, e mostram a preocupação da UEPAE de Rio Branco na resolução de problemas comuns às principais camadas de nossa população.

VITOR HUGO DE OLIVEIRA
Chefe da UEPAE de Rio Branco-AC

MARGENS E "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS EM RIO BRANCO, ESTADO DO ACRE
1980/1984

Júnia Alencar e Silva¹

1. INTRODUÇÃO

Diversos estudos sobre a comercialização de alimentos mostram, em geral, um elevado conjunto de problemas que afeta tanto aos consumidores como produtores. Dentre os quais o mercado de produtos agropecuários se realiza sob diversos sistemas, com altas margens de lucro para os intermediários, em decorrência da ineficiência do processo de comercialização, havendo com isso um elevado diferencial nos preços desses produtos entre consumidores e produtores.

A falta de informações adequadas e oportunas quanto à comercialização e o elevado nível de incerteza sobre o retorno que terão após a realização da colheita, constitui-se

¹ Econ., EMBRAPA/Unidade de Execução de Pesquisa de Âmbito Estadual de Rio Branco (UEPAE de Rio Branco), Caixa Postal 392, CEP 69900 Rio Branco, AC.

num entrave para os produtores. Por outro lado, segundo Brandt 1974, os intermediários estão localizados em áreas estratégicas, podendo observar quantidades e preços de produtos destinados ao mercado, além de serem possuidores de conhecimentos íntimos de seus negócios, levando com isso, vantagens em relação àqueles.

A margem de comercialização de produtos agrícolas, que indica a diferença que existe entre o preço pago aos produtores e o preço pago pelo consumidor, tem sido motivo de preocupação por parte dos diversos segmentos da sociedade, em virtude de ser considerada bastante elevada.

Este índice, apesar de não especificar os componentes do custo de comercialização (frete, salário, aluguel, custos de embalagem, armazenamento, beneficiamento, distribuição, perdas, administração e comissão) é um instrumento de análise de eficiência na comercialização e base para o planejamento agrícola (Mendes 1976). O "markup" de comercialização é outro indicador no sistema de comercialização que, segundo alguns autores, expressa melhores a eficiência do que as margens, o qual será utilizado igualmente no presente estudo.

De acordo com Brandt 1971, a margem de comercialização parece variar entre produ-

tos de acordo com a estacionalidade da produção, perecibilidade, mudanças tecnológicas nas operações comerciais e alterações na estrutura dos mercados.

Segundo Teixeira et al. 1985 e Brandt 1974, esses estudos auxiliam os executores de política agrícola no mercado agropecuário, atuando no controle de oferta e/ou demanda, garantia de preços mínimos, controlando a margem de comercialização e elevando o grau de integração entre os mercados varejista e atacadista através da exatidão e o acesso à informação de mercado, melhorando sua eficiência e competitividade.

2. OBJETIVOS

- Calcular e analisar as margens e os "markups" de comercialização do leite pasteurizado, ovos, carne de frango, farinha de mandioca, alho, batata e cebola no mercado de Rio Branco, Estado do Acre, no período de 1980 a 1984, bem como suas variações estacionais.
- Determinar o nível de participação dos intermediários envolvidos no processo de comercialização desses produtos.
- Fornecer subsídios aos órgãos governamentais, de maneira tal que venham melhorar sua atuação no mercado desses produtos através da

formulação de sua política agrícola.

3. MATERIAL E MÉTODO

3.1. MATERIAL

Os dados utilizados neste estudo foram obtidos da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Acre - EMATER/AC, Companhia Industrial de Laticínios do Acre - CILA, Sistema de Informação do Mercado Agrícola-SIMA/AC e Superintendência Nacional de Abastecimento - SUNAB - Delegacia do Acre.

A ausência de informações padronizadas entre produtor, atacadista e varejista impossibilitou a estimativa e análise das margens e "markups" de comercialização do feijão, arroz, carne bovina e carne suína.

3.2. MÉTODOS

Para melhor entendimento dos resultados, torna-se necessária a apresentação dos seguintes conceitos básicos.

- Agentes de comercialização são aqueles que agrupam ou distribuem os produtos, tais como: transportadores, armazenadores, cooperativas, atacadistas e varejistas.
- Margem de comercialização (MC) é conceituada

como o valor agregado de todo o processo. Existe a utilidade física, a utilidade tempo, a utilidade lugar que em cada função acrescenta um valor mais nos produtos. Em termos mais genéricos seria o lucro bruto que cada agente recebe no processo de comercialização. Pode ser expressa em termos absolutos (cruzeiros) ou relativos (percentual). Em termos absolutos tanto a margem como o "markup" agregados constituem a diferença de preço entre os agentes de comercialização. Entretanto, a margem em termos relativos utiliza essa mesma diferença e divide-a pelo preço ao nível de consumidor ou varejo, cujo resultado multiplica-se por 100.

O "markup", em termos relativos, é obtido pela relação entre a diferença de preço entre agentes e o preço de custo ou de compra do produto, dando-nos uma variação mais real dos resultados.

As fórmulas dos indicadores são as seguintes: A - Em termos absolutos (cruzeiro)

A.1 - Margem ou "markup" do varejo: $P_v - P_a$

A.2 - Margem ou "markup" do Atacado: $P_a - P_p$

A.3 - Margem ou "markup" total de comercialização: $P_v - P_p$

Onde "Pv" é o preço no varejo; "Pa" preço no atacado e "Pp" preço recebido pelo

produtor.

B - Em termos relativos (percentual)

$$B.1 - \text{Margem do varejo: } \frac{P_v - P_a}{P_v} \cdot 100$$

$$B.2 - \text{Margem do atacado: } \frac{P_a - P_p}{P_a} \cdot 100$$

B.3 - Margem total de comercialização:

$$\frac{P_v - P_p}{P_v} \cdot 100$$

$$B.4 - \text{"Markup" para o varejo: } \frac{P_v - P_a}{P_a} \cdot 100$$

$$B.5 - \text{"Markup" para o atacado: } \frac{P_a - P_p}{P_p} \cdot 100$$

Como a maioria dos produtos agropecuários não é obtida de forma regular durante todo o ano, mas em uma determinada época, estimou-se a variação estacional tanto para a margem como para o "markup" de comercialização.

O período de análise variou para cada produto, no entanto, ficou compreendido entre 1980 a 1984.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. LEITE

O leite consumido pela população de

Rio Branco, na sua quase totalidade, é pasteurizado. Grande parte dos produtores entrega-o à Companhia Industrial de Laticínios do Acre - CILA, evitando desta forma o mercado atacadista. Entretanto, há um sistema de fixação de preços ao nível de produtor e de varejista. A CILA é responsável pelo frete, distribuição, comercialização, além de outros custos operacionais.

A margem e o "markup" de comercialização, tanto absoluto como relativo, foram de terminados para o varejista. Os percentuais relativos médios da margem de comercialização foram de 28,17%, 33,73%, 40,15%, 40,86% e 34,61% para os anos de 1980, 1981, 1982, 1983 e 1984, respectivamente (Tabela 1).

Verifica-se ao longo dos anos que as variações não possuem o mesmo comportamento, enquanto que em um determinado ano as margens permanecem estáveis em alguns meses, no ano posterior, nesses mesmos meses, esse comportamento é bastante diferenciado, como consta na Tabela 1 e Fig. 1 e 2.

Durante o período de 1980/1984 a margem anual esteve em torno de 35,50%, dando ao produtor uma participação de 64,50% no preço final do produto. Essa participação em 1980 foi de 71,83%, passando em 1984 para 65,39%.

Quanto ao "markup" de comercialização, ou seja, o incremento relativo sobre o preço pago ao produtor pelo consumidor, foi em média de 39,45%, 51,37%, 68,28%, 69,82% e 53,43%, nos anos de 1980, 1981, 1982, 1983 e 1984, respectivamente (Tabela 1).

Analisando o quinquênio (1980/1984), nas suas médias mensais, tanto nas margens como nos "markups" de comercialização, a maior variação ocorreu no mês de março e a menor no mês de janeiro.

Vale ressaltar que na época em que os pastos possuem um melhor rendimento, consequentemente aumentando a produção de leite, as margens de comercialização foram mais acentuadas. Supõem-se que este fato seja em virtude do escoamento do produto.

Os dados comprovam que os pecuaristas de leite estão tendo uma menor participação no preço final do produto ao longo dos anos. Isto pode acarretar uma evasão por parte dos mesmos na entrega do produto para sua industrialização, ou então a redução na produção, aumentando ainda mais uma demanda insatisfeita.

TABELA 1 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO TOTAL E RESPECTIVO "MARKUP" DO LEITE PASTEURIZADO, EM RIO BRANCO, AC, 1980/1984

ESPECIFICAÇÃO		M E S	ABSOLUTA					RELATIVA					MÉDIA
			1980	1981	1982	1983	1984	1980	1981	1982	1983	1984	
			- - - (Cr\$/litro) - - -					- - - % - - -					
M A R C A O	C O M	JAN	3,5	6,5	11,00	33,00	100,00	29,16	26,53	27,50	34,73	40,00	31,58
		FEV	3,5	8,00	23,00	48,00	100,00	29,16	30,76	44,23	43,63	40,00	37,55
		MAR	3,5	8,00	26,00	48,00	130,00	29,16	30,76	47,27	43,63	38,23	37,81
		ABR	3,5	8,00	26,00	48,00	130,00	29,16	30,76	40,00	38,40	38,23	35,31
		MAIO	2,6	12,00	26,00	63,00	170,00	19,25	33,33	40,00	45,00	30,90	33,69
		JUN	4,1	12,00	30,00	56,00	170,00	27,33	33,33	42,85	38,88	30,90	34,65
		JUL	4,1	12,00	30,00	68,00	170,00	27,33	33,33	42,85	43,58	30,9	35,59
		AGO	4,1	12,00	30,00	72,00	170,00	27,33	33,33	42,85	45,00	30,9	35,88
		SET	5,0	14,51	30,00	63,00	170,00	27,77	37,67	42,85	35,79	30,90	34,99
		OUT	6,0	16,00	22,00	87,00	230,00	31,57	40,00	31,42	43,50	32,39	35,77
		NOV	7,0	15,00	32,00	87,00	270,00	30,43	37,50	40,00	43,50	36,00	37,48
		DEZ	7,0	15,00	32,00	80,00	270,00	30,43	37,50	40,00	34,78	36,00	35,74
		MÉDIA	4,49	11,58	26,50	62,75	173,33	28,17	33,73	40,15	40,86	34,61	35,50
M A R K U P		JAN	-	-	-	-	-	41,17	36,11	37,93	53,22	66,66	47,01
		FEV	-	-	-	-	-	41,17	44,44	79,31	77,41	66,66	61,79
		MAR	-	-	-	-	-	41,17	44,44	89,65	77,41	61,90	62,91
		ABR	-	-	-	-	-	41,17	44,44	66,66	62,33	61,90	55,30
		MAIO	-	-	-	-	-	23,85	50,00	66,66	81,81	44,73	53,41
		JUN	-	-	-	-	-	37,61	50,00	75,00	63,63	44,73	54,19
		JUL	-	-	-	-	-	37,61	50,00	75,00	77,27	44,73	56,92
		AGO	-	-	-	-	-	37,61	50,00	75,00	81,81	44,73	57,81
		SET	-	-	-	-	-	38,46	60,45	75,00	55,75	44,73	54,87
		OUT	-	-	-	-	-	46,15	66,66	45,83	76,99	47,91	56,70
		NOV	-	-	-	-	-	43,75	60,00	66,66	76,99	56,25	60,73
		DEZ	-	-	-	-	-	43,75	60,00	66,66	53,33	56,25	55,99
		MÉDIA	-	-	-	-	-	39,45	51,37	68,28	69,82	53,43	56,47

FONTE: DADOS BRUTOS DA CILA, SUNAB/AC

FIG-1

VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO TOTAL DO LEITE PASTEURIZADO, EM RIO BRANCO, AC - 1980/1984.

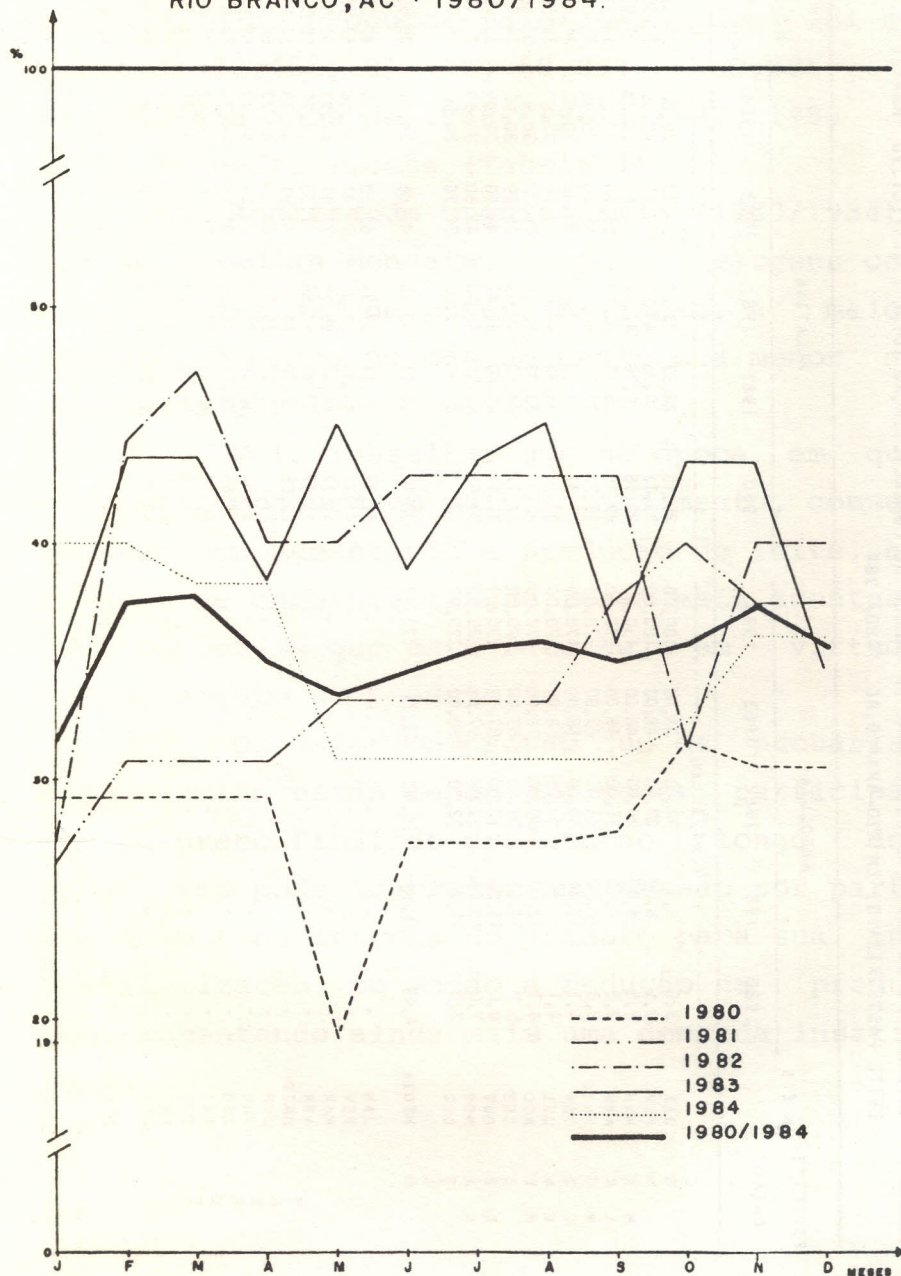
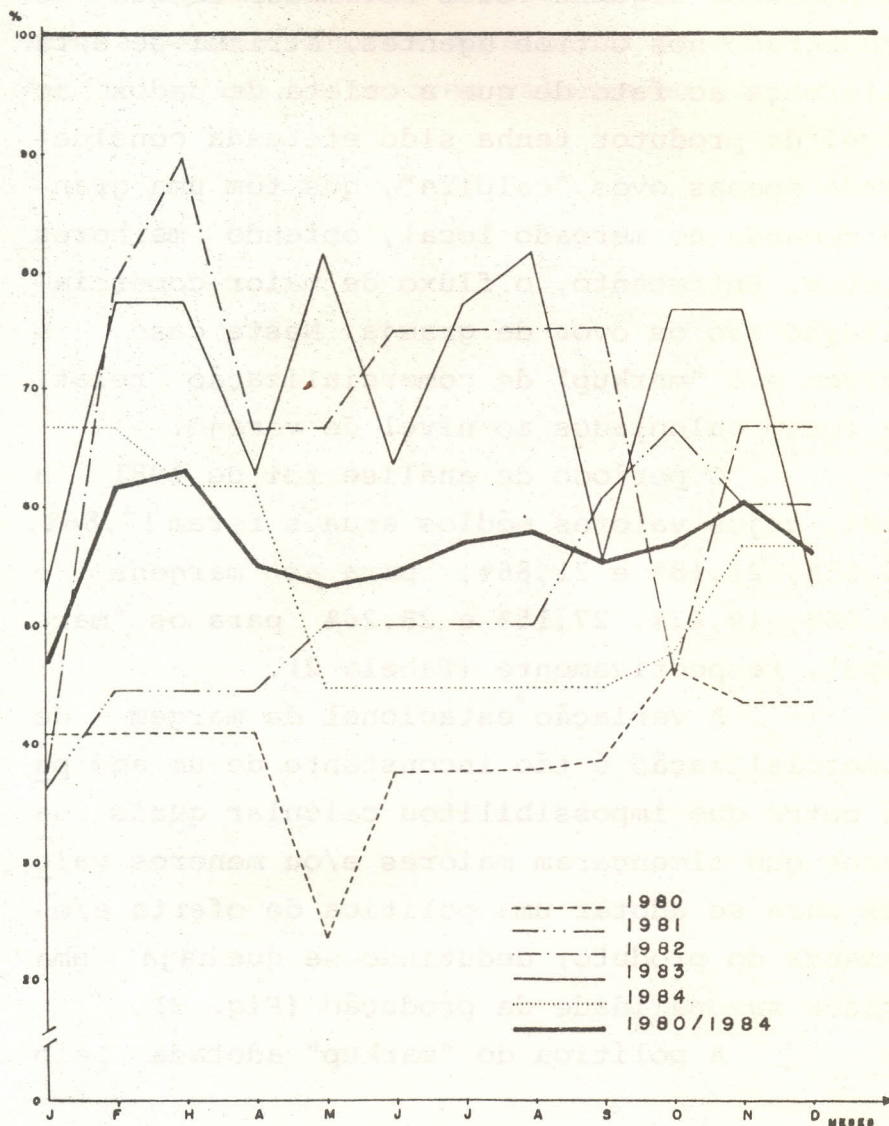


FIG-2

VARIAÇÃO ESTACIONAL DO "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO TOTAL DO LEITE PASTEURIZADO, EM RIO BRANCO, AC - 1980/1984



4.2. OVOS

A margem e o "markup" de comercialização para esse produto foram determinados considerando somente o mercado atacadista e o varejista, tendo-se em vista que o preço ao nível de produtor algumas vezes foi maior do que o encontrado nos outros agentes. Atribui-se esta diferença ao fato de que a coleta de dados ao nível de produtor tenha sido efetuada considerando apenas ovos "caipira", que têm uma grande demanda no mercado local, obtendo melhores preços. Entretanto, o fluxo de maior comercialização são os ovos de granja. Neste caso, a margem e o "markup" de comercialização relativa foram calculados ao nível de varejo.

O período de análise foi de 1981 a 1984, cujos valores médios anuais foram 17,86%, 16,05%, 21,18% e 21,86%, para as margens e 22,06%, 19,47%, 27,15% e 28,26% para os "markups", respectivamente (Tabela 2).

A variação¹ estacional da margem de comercialização é tão inconstante de um ano para outro que impossibilitou calcular quais os meses que alcançaram maiores e/ou menores valores para se adotar uma política de oferta e/ou demanda do produto; deduzindo-se que haja uma grande sazonalidade da produção (Fig. 3).

A política do "markup" adotada pelo

intermediário não nos parece muito rígida, devido a grande variação verificada ao longo dos anos, cujo valor médio durante o quadriênio (1981/1984) foi de 24,23%. Entretanto, as médias mensais para margens e "markups" apresentaram maiores valores em dezembro, devido, talvez, a grande demanda ocasionada pelas festas de fim de ano, e menores valores em janeiro.

TABELA 2 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO E RESPECTIVO "MARKUP" DE OVOS PARA O VAREJISTA, EM RIO BRANCO, AC, 1981/1984

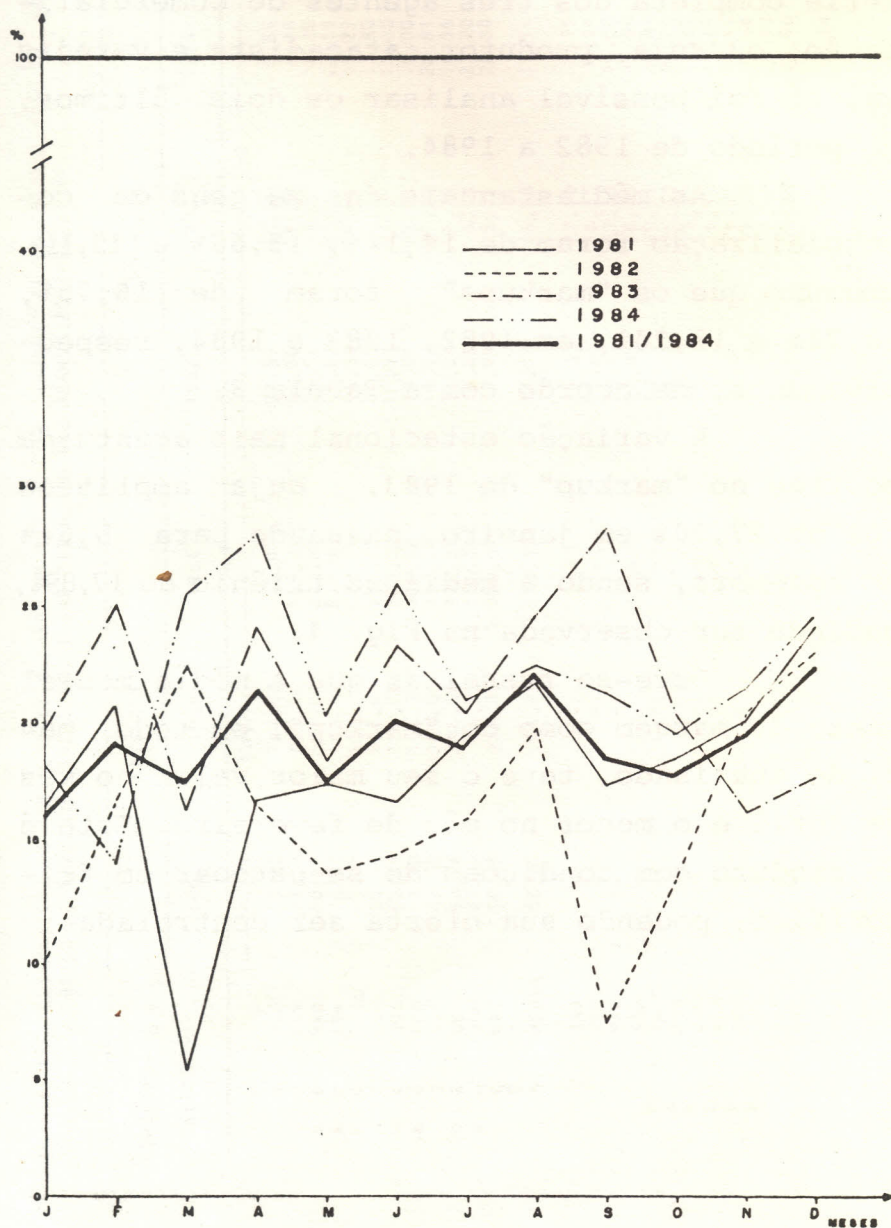
DE

ESPECIFI- M E S		ABSOLUTA				RELATIVA				MÉDIA	
CAÇÃO		1981	1982	1983	1984	1981	1982	1983	1984		
		(Cr\$/dúzia)				%					
M A R K U P	C O M M E A R C G I E M L I D Z E Ç A O	JAN	13,75	20,37	70,96	234,85	16,41	10,18	19,89	18,06	16,13
		FEV	20,59	36,44	100,00	186,67	20,74	16,69	25,00	14,14	19,14
		MAR	5,42	62,08	65,08	395,62	5,42	22,40	16,27	25,52	17,40
		ABR	30,00	48,51	133,54	539,04	16,66	16,44	24,00	28,00	21,27
		MAIO	22,50	41,27	94,83	372,50	17,42	13,75	18,41	20,29	17,46
		JUN	19,99	42,50	128,70	483,56	16,65	14,52	23,29	25,96	20,10
		JUL	24,16	42,00	116,04	383,34	19,45	15,00	20,35	21,29	19,02
		AGO	28,25	51,66	151,24	403,51	21,73	19,74	24,59	22,41	22,11
		SET	24,29	18,63	211,67	427,87	17,35	7,45	28,15	21,21	18,54
		OUT	25,00	37,41	201,67	461,86	18,51	13,36	20,30	19,57	17,93
		NOV	27,50	65,75	167,55	570,00	20,00	20,23	16,21	21,40	19,46
		DEZ	39,31	80,21	207,11	736,12	24,00	22,91	17,77	24,53	22,30
	MÉDIA	23,39	45,56	137,36	432,91	17,86	16,05	21,18	21,86	19,23	
	JAN	-	-	-	-	19,64	11,33	24,83	22,04	19,46	
	FEV	-	-	-	-	26,17	20,03	33,33	16,47	24,00	
	MAR	-	-	-	-	5,73	28,87	19,43	34,27	22,07	
	ABR	-	-	-	-	20,00	19,68	31,59	38,89	27,54	
	MAIO	-	-	-	-	21,09	15,95	22,56	25,47	21,26	
	JUN	-	-	-	-	19,99	17,00	30,36	35,06	25,60	
	JUL	-	-	-	-	24,16	17,64	25,56	27,05	23,60	
	AGO	-	-	-	-	27,76	24,60	32,61	28,89	28,46	
	SET	-	-	-	-	20,99	8,05	39,19	26,92	23,78	
	OUT	-	-	-	-	22,72	15,42	25,47	24,33	21,98	
	NOV	-	-	-	-	25,00	25,36	19,35	27,24	24,23	
	DEZ	-	-	-	-	31,58	29,73	21,62	32,51	28,86	
	MÉDIA	-	-	-	-	22,06	19,47	27,15	28,26	24,23	

FONTE: DADOS BRUTOS DA EMATER/AC, SIMA/AC, SUNAB/AC

FIG-3

VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO PARA O VAREJISTA DE OVOS, EM RIO BRANCO, AC - 1981/1984.



4.3. CARNE DE FRANGO

Em virtude da não disponibilidade da série completa dos três agentes de comercialização, ou seja, produtor, atacadista e varejista, só foi possível analisar os dois últimos, no período de 1982 a 1984.

As médias anuais das margens de comercialização foram de 14,14%, 15,66% e 15,11%, enquanto que os "markups" foram de 16,70%, 18,74% e 18,24%, em 1982, 1983 e 1984, respectivamente, de acordo com a Tabela 3.

A variação estacional mais acentuada ocorreu no "markup" de 1983, cuja amplitude foi de 27,70% em janeiro, passando para 5,64% em novembro, sendo a média no triênio de 17,89%, podendo ser observada na Fig. 4.

Deve-se ressaltar que a média mensal tanto da margem como do "markup", em todo período analisado, teve o seu maior valor no mês de abril e o menor no mês de fevereiro. Este é um produto com condições de se estocar em frigorífico, podendo sua oferta ser controlada.

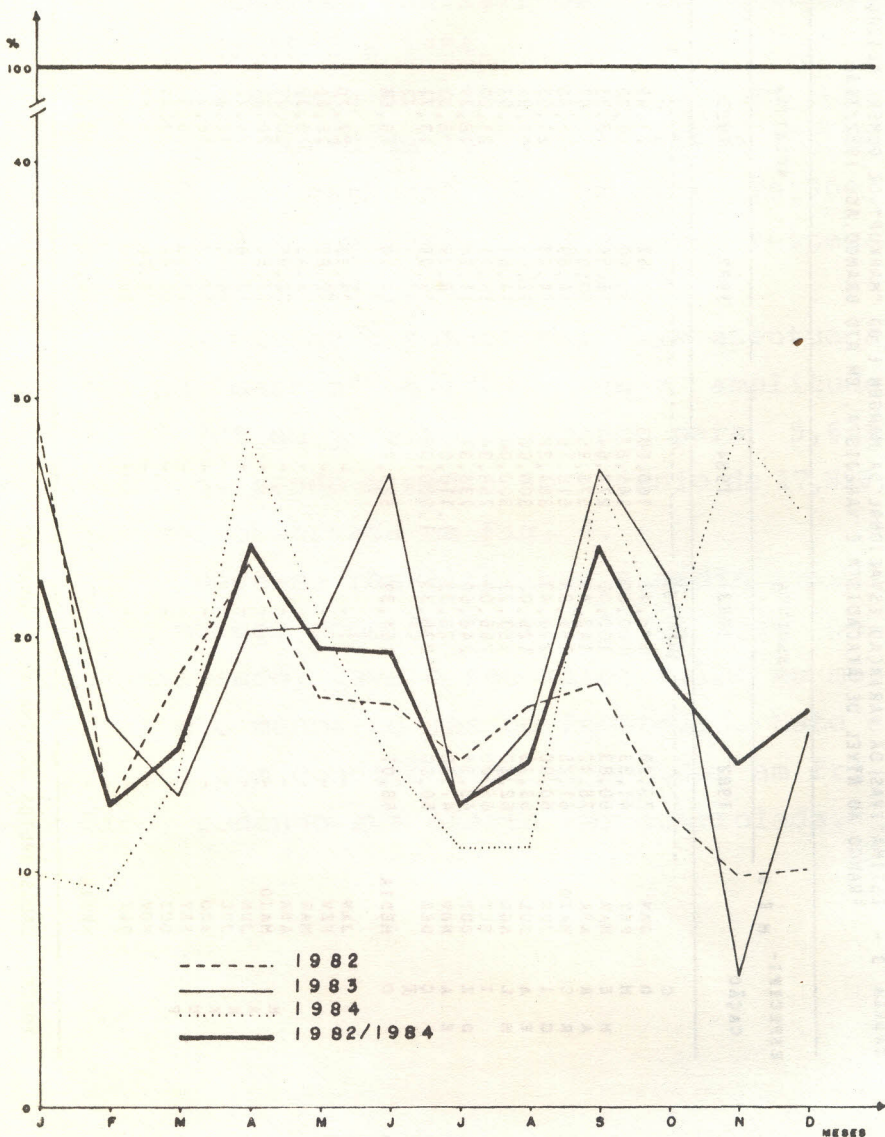
TABELA 3 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM E DO "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO DA CARNE DE FRANGO AO NÍVEL DE ATACADISTA E VAREJISTA, EM RIO BRANCO, AC, 1982/1984

ESPECIFICAÇÃO	MÊS	ABSOLUTA			RELATIVA			MÉDIA
		1982	1983	1984	1982	1983	1984	
		(Cr\$/kg)			%			
C O M M A R C R G E M M D E A Ç Ã O	JAN	73,33	146,42	160,00	22,67	21,69	8,88	17,72
	FEV	41,33	100,00	165,87	11,40	14,28	8,46	11,38
	MAR	60,83	100,00	272,64	15,56	13,33	12,28	13,72
	ABR	78,42	143,43	578,95	18,67	16,87	22,26	19,26
	MAIO	61,25	159,83	518,19	14,89	16,88	17,27	16,34
	JUN	60,00	221,43	384,22	14,63	21,08	12,80	16,17
	JUL	53,75	125,00	300,00	12,95	11,36	10,00	11,43
	AGO	62,50	153,27	300,00	14,61	13,93	10,00	12,84
	SET	65,00	265,00	758,34	15,11	21,20	20,91	19,07
	OUT	48,34	246,66	736,37	11,24	18,31	16,36	15,30
	NOV	41,38	73,33	1.110,00	8,89	5,33	22,20	12,14
	DEZ	50,00	238,33	1.000,00	9,09	13,71	20,00	14,26
	MÉDIA	58,01	164,39	523,71	14,14	15,66	15,11	14,97
M A R K U P	JAN	-	-	-	29,33	27,70	9,75	22,26
	FEV	-	-	-	12,86	16,66	9,24	12,92
	MAR	-	-	-	18,43	13,38	14,00	15,27
	ABR	-	-	-	22,95	20,29	28,64	23,96
	MAIO	-	-	-	17,50	20,31	20,87	19,56
	JUN	-	-	-	17,14	26,72	14,68	19,51
	JUL	-	-	-	14,17	12,82	11,11	12,93
	AGO	-	-	-	17,12	16,18	11,11	14,80
	SET	-	-	-	17,80	26,90	26,45	23,71
	OUT	-	-	-	12,66	22,42	19,56	18,21
	NOV	-	-	-	9,76	5,64	28,53	14,64
	DEZ	-	-	-	10,00	15,88	25,00	16,96
	MÉDIA	-	-	-	16,70	18,74	18,24	17,89

FONTE: DADOS BRUTOS DO SIMA/AC, SUNAB/AC

FIG-4

VARIAÇÃO ESTACIONAL DO "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO PARA O VAREJISTA DA CARNE DE FRANGO, EM RIO BRANCO, AC - 1980/1984.



4.4. FARINHA DE MANDIOCA

Os dados analisados foram obtidos ao nível de produtor, atacadista e varejista. O período de análise para a margem e o "markup" total de comercialização foi de 1981 a 1984, enquanto que para o varejo foi de 1980 a 1984.

As margens totais foram de 40,62%, 34,58%, 34,51% e 37,61%; os "markups" foram de 71,23%, 57,88%, 55,29% e 62,22% nos anos de 1981, 1982, 1983 e 1984, respectivamente. Nesse quadriênio, a participação do produtor de farinha de mandioca foi de 63,17% do preço final do produto pago pelo consumidor; a diferença, ou seja, 36,83%, ficou com o atravessador. Quanto ao "markup", constatou-se um índice de 61,65% em todo o período e sua variação estacional foi mais acentuada no ano de 1982, passando de 14,28% em janeiro para 115,53% em maio (Tabela 4).

As médias mensais das margens e dos "markups" totais de comercialização no quadriênio alcançaram maiores índices no mês de maio (45,71% e 86,15%) e os menores no mês de fevereiro (27,11% e 39,06%), evidenciando uma maior e/ou menor lucratividade bruta para o intermediário nos respectivos meses.

A margem e o "markup" de comerciali

zação entre o atacadista e o varejista abrangem o período de 1980 a 1984, sendo que para o primeiro as médias anuais foram de 27,29%, 30,58%, 26,68%, 30,43% e 35,70% e o segundo 38,67%, 46,10%, 37,31%, 44,13% e 61,83% (Tabela 5). A participação do atacadista em todo o quinquênio foi de 69,87%, superior à do produtor.

Enquanto que a variação estacional do "markup" total foi mais acentuada no ano de 1982, a do "markup" para o varejo ocorreu em 1984, cuja amplitude foi de 28,75% no mês de março passando para 115,08% no mês de novembro, podendo ser observado na Fig. 5. As médias mensais das margens e dos "markups" de comercialização em todo o período de análise registraram os maiores valores no mês de novembro (36,68% e 60,88%) e os menores no mês de abril (21,62% e 27,62%) (Tabela 5).

Apesar de haver disponibilidade de dados para os três agentes de comercialização, não foi possível verificar as margens entre o produtor e o atacadista e entre este e o varejista, em decorrência do preço ao nível do produtor em alguns meses ter sido superior ao do atacado, sendo um caso atípico de análise.

Sabe-se, empiricamente, que o processo de comercialização da farinha de mandioca

não é muito oneroso, devido aos poucos serviços usualmente adicionados e as baixas taxas de perda física, por isso torna-se necessário verificar quais as causas dessas elevadas margens, podendo acarretar desestímulo ao produtor no que tange a elevação da produção desse produto.

TABELA 4 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM TOTAL DE COMERCIALIZAÇÃO E RESPECTIVO "MARKUP" DA FARINHA DE MANDIO-
CA, EM RIO BRANCO, AC, 1981/1984

ESPECIFI- CAÇÃO	M E S	ABSOLUTA				RELATIVA				MÉDIA
		1981	1982	1983	1984	1981	1982	1983	1984	
		(Cr\$/kg)				%				
C O M M E R C I A L I Z A C I O	JAN	6,67	6,25	51,67	150,33	33,35	12,50	32,29	34,66	28,20
	FEV	7,20	8,85	56,87	121,67	34,40	13,59	35,13	25,34	27,11
	MAR	8,78	21,66	71,33	165,00	38,49	26,38	37,94	32,03	33,71
	ABR	7,61	52,50	104,52	210,42	32,68	41,17	41,98	38,69	38,63
	MAIO	9,75	76,38	121,06	326,11	38,05	53,60	45,59	45,60	45,71
	JUN	6,34	67,49	106,06	260,83	26,91	42,40	40,71	37,39	36,85
	JUL	20,83	84,93	55,61	152,08	52,07	47,34	22,74	25,61	36,94
	AGO	19,86	67,85	42,08	341,67	49,65	39,96	16,83	42,05	37,12
	SET	16,66	44,93	56,17	291,67	41,01	30,59	22,24	38,25	33,02
	OUT	21,41	43,05	107,00	306,67	47,14	30,38	35,66	38,81	37,99
	NOV	23,95	62,39	174,99	407,17	48,92	38,75	41,74	46,86	44,06
	DEZ	21,66	62,98	177,50	402,78	44,81	38,31	41,27	46,03	42,60
	MÉDIA	14,22	49,93	93,73	261,11	40,62	34,58	34,51	37,61	36,83
M A R K U P	JAN	-	-	-	-	50,03	14,28	47,69	53,05	41,26
	FEV	-	-	-	-	52,43	15,73	54,16	33,95	39,06
	MAR	-	-	-	-	62,58	35,84	61,13	47,14	51,67
	ABR	-	-	-	-	48,56	70,00	72,36	63,12	63,51
	MAIO	-	-	-	-	61,43	115,53	83,81	83,85	86,15
	JUN	-	-	-	-	36,81	73,62	68,67	59,73	59,70
	JUL	-	-	-	-	108,65	89,93	29,44	34,43	65,61
	AGO	-	-	-	-	98,60	66,55	20,23	72,56	64,48
	SET	-	-	-	-	69,53	44,07	28,60	61,94	51,03
	OUT	-	-	-	-	89,20	43,65	55,44	63,44	62,93
	NOV	-	-	-	-	95,80	63,26	71,66	88,18	79,72
	DEZ	-	-	-	-	81,21	62,11	70,29	85,29	74,72
	MÉDIA	-	-	-	-	71,23	57,88	55,29	62,22	61,65

FONTE: DADOS BRUTOS EMATER/AC, SUNAB/AC

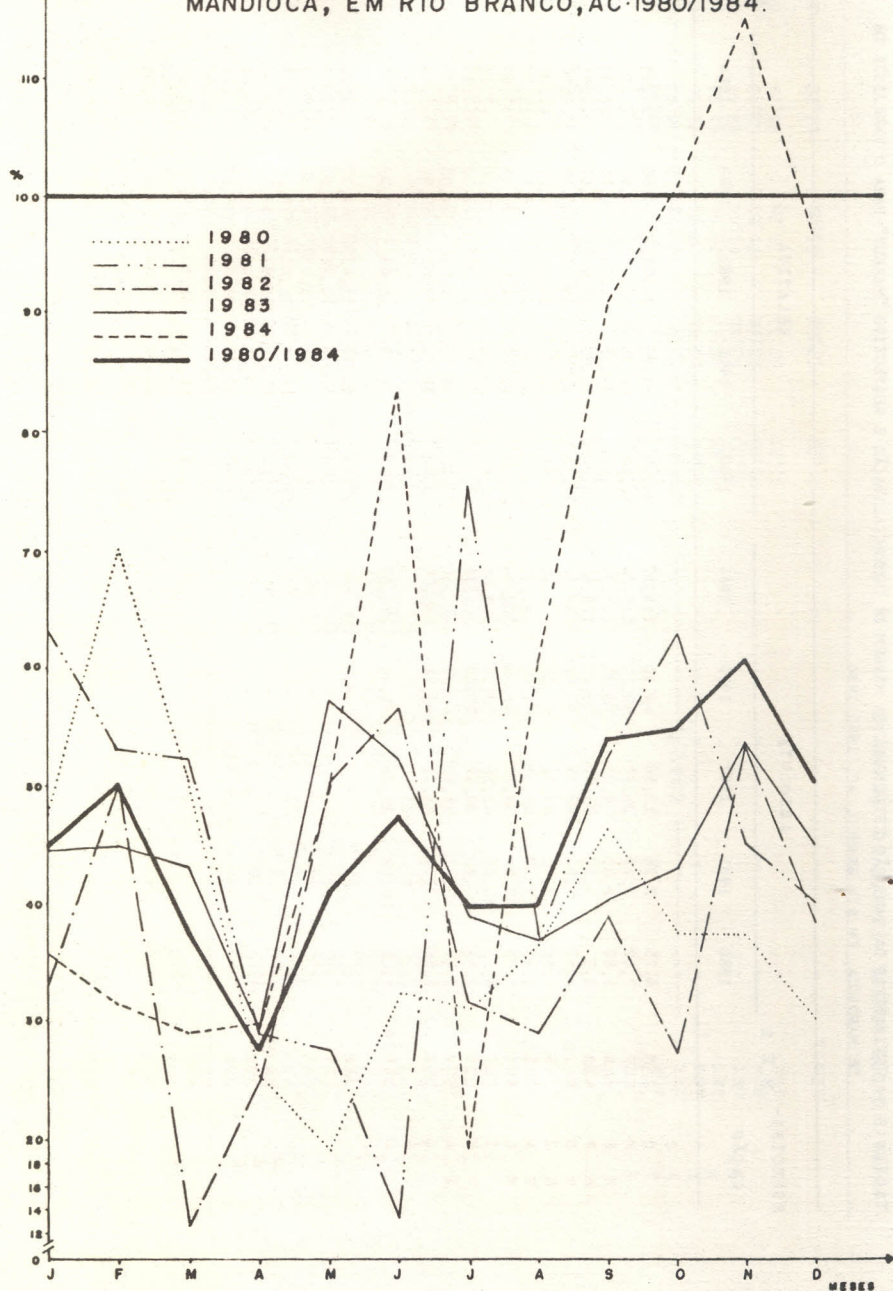
TABELA 5 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO E RESPECTIVO "MARKUP" PARA O VAREJISTA DA FARINHA DE MANDIOCA, EM RIO BRANCO, AC, 1980/1984

ESPECIFI-		M E S	ABSOLUTA					RELATIVA					MÉDIA
CAÇÃO			1980	1981	1982	1983	1984	1980	1981	1982	1983	1984	
			(Cr\$/kg)					%					
	C												
	O	JAN	4,75	7,76	12,54	49,10	114,57	32,20	38,80	25,08	30,68	26,41	30,63
	M	FEV	7,42	7,28	21,92	50,11	115,24	41,22	34,78	33,67	30,95	24,00	32,92
	E	MAR	5,80	7,89	9,08	56,81	115,00	33,62	34,59	11,06	30,21	22,33	25,36
	A	ABR	3,3	5,20	25,50	56,29	124,80	20,24	22,33	20,00	22,61	22,95	21,62
	R	MAIO	2,62	5,54	48,11	97,08	239,67	15,76	21,62	33,76	36,56	33,52	28,24
	G	JUN	4,52	2,76	57,41	89,31	316,45	24,51	11,71	36,07	34,28	45,36	30,38
	E	JUL	4,60	17,17	43,32	48,07	93,75	23,73	42,92	24,15	27,84	15,78	26,88
	M	AGO	5,33	10,81	38,22	67,39	306,14	26,74	27,02	22,51	26,95	37,67	28,17
	I	SET	6,32	14,04	41,16	73,75	363,06	31,60	34,56	28,02	29,20	47,61	34,19
	D	OUT	5,45	17,66	30,27	90,00	396,36	27,25	38,89	21,36	30,00	50,17	33,53
	E	NOV	5,45	15,21	55,83	146,53	461,50	27,25	31,07	36,67	34,95	53,50	36,68
	Ç	DEZ	4,68	13,89	45,79	133,16	430,00	23,40	28,74	27,85	30,96	49,14	32,01
	Á												
	O	MÉDIA	5,02	10,43	35,76	81,46	256,37	27,29	30,58	26,68	30,43	35,70	30,13
		JAN	-	-	-	-	-	47,50	63,39	33,47	44,27	35,90	44,90
		FEV	-	-	-	-	-	70,13	53,33	50,76	44,83	31,59	50,12
		MAR	-	-	-	-	-	50,65	52,88	12,43	43,30	28,75	37,60
		ABR	-	-	-	-	-	25,38	28,76	25,00	29,21	29,78	27,62
		MAIO	-	-	-	-	-	18,71	27,58	50,97	57,65	50,42	41,06
		JUN	-	-	-	-	-	32,47	13,26	56,42	52,17	83,04	47,47
		JUL	-	-	-	-	-	31,12	75,20	31,84	38,58	18,75	39,09
		AGO	-	-	-	-	-	36,50	37,03	29,04	36,90	60,45	39,98
		SET	-	-	-	-	-	46,19	52,82	38,93	41,25	90,89	54,01
		OUT	-	-	-	-	-	37,45	63,63	27,17	42,85	100,69	54,35
		NOV	-	-	-	-	-	37,47	45,08	53,08	53,74	115,08	60,88
		DEZ	-	-	-	-	-	30,54	40,33	38,61	44,85	96,62	50,19
		MÉDIA	-	-	-	-	-	38,67	46,10	37,31	44,13	61,83	45,60

FONTE: DADOS BRUTOS SIMA/AC, SUNAB/AC

FIG-5

VARIAÇÃO ESTACIONAL DO "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO PARA O VAREJISTA DA FARINHA DE MANDIOCA, EM RIO BRANCO, AC-1980/1984.



4.5. ALHO, BATATA E CEBOLA

Esses três produtos foram analisados conjuntamente, havendo uma particularidade em relação aos outros, ou seja, a existência de apenas um agente de comercialização em Rio Branco, AC, com série completa de dados, neste caso o varejista.

De acordo com o SIMA/AC, esses produtos na sua totalidade são importados do mercado atacadista de São Paulo. Por esta razão, optou-se em fazer uma análise entre aquele mercado e o varejista de Rio Branco, a fim de detectar as possíveis disparidades de preço.

As margens e os "markups" de comercialização foram calculados isoladamente, com as variações estacionais representadas na Fig. 6, inclusive prevalecendo as médias mensais de todo o período analisado.

Para o **alho** o período de análise foi de 1981 a 1984, enquanto que para **batata** e **cebola** foi de 1980 a 1984.

Os "markups" de comercialização do alho foram de 176,55%, 203,91%, 144,48% e 137,51% para os anos de 1981, 1982, 1983 e 1984, sendo a sua média anual de 165,61% para o quadriênio (Tabela 6). A maior variação das médias mensais do "markup" foi registrada no mês de maio (217,57%) e a menor no mês de dezem-

bro (113,18%).

O alho é um produto que pode ser conservado por um prazo de até 24 meses, dependendo das condições em que foi produzido e armazenado.

Os "markups" da batata foram extremamente elevados, como podem ser constatados na Tabela 7, registrando-se uma média anual do qüinqüênio (1980/1984) de 768,55%. A maior elevação ocorreu no mês de abril (1.273,68%) e a menor no mês de setembro (449,63%).

Os "markups" para a cebola alcança-ram os seguintes valores: 312,67%, 558,07%, 307,76%, 391,36% e 270,19%, nos anos de 1980, 1981, 1982, 1983 e 1984, respectivamente, re-gistrando-se uma média anual em todo o período de 368,01%. O mês de maior elevação foi de-zembro (571,27%) e o de menor foi o mês de ju-nho (259,47%) (Fig. 8).

Deduz-se que devido ao grau de pere-cibilidade desses produtos, a grande distância que existe entre os dois centros consumidores e os altos custos de transporte fazem com que esses "markups" atinjam valores tão elevados. Com isso, faz-se necessário incentivo por par-te dos órgãos de política agrícola de modo que esses produtos sejam produzidos neste Estado, pois além da redução dos custos de produção e

comercialização, ter-se-á também melhoria na qualidade do produto e constância de abastecimento. Outro fator diz respeito ao benefício que será dado ao produtor e consumidor local, principalmente quando se leva em consideração a alta aceitação do alho, batata e cebola por parte da população.

TABELA 6 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO E RESPECTIVO "MARKUP" DO ALHO ENTRE O ATACADISTA DE SÃO PAULO, SP E O VAREJISTA DE RIO BRANCO, AC, 1981/1984

ESPECIFICAÇÃO		ABSOLUTA				RELATIVA				MÉDIA
		1981	1982	1983	1984	1981	1982	1983	1984	
		--- (Cr\$/kg) ---				--- % ---				
C O M M E R C I A L I Z A Ç Ã O	JAN	258,93	474,74	1.317,26	2.700,00	63,54	47,47	48,86	54,00	-
	FEV	301,33	1.082,85	941,91	2.886,77	63,66	64,97	41,17	55,78	-
	MAR	352,63	1.284,20	2.129,55	3.473,53	67,16	64,74	74,07	60,40	-
	ABR	446,77	1.257,35	1.723,06	4.473,69	75,13	59,11	66,91	63,90	-
	MAIO	440,58	1.085,01	2.001,52	4.797,62	76,35	54,25	71,27	64,39	-
	JUN	450,12	972,57	1.893,10	4.690,58	76,18	52,74	65,77	64,14	-
	JUL	291,09	1.323,25	1.828,41	3.397,31	36,38	64,81	62,20	54,17	-
	AGO	291,20	1.518,71	1.323,92	4.125,73	36,40	75,30	44,13	48,77	-
	SET	731,43	1.527,08	1.792,32	5.164,48	62,69	78,98	45,10	55,08	-
	OUT	651,00	1.448,04	2.802,64	5.561,37	57,86	75,87	57,19	55,89	-
	NOV	621,25	1.537,49	2.197,50	5.735,00	57,79	71,92	46,75	57,35	-
	DEZ	447,87	1.476,97	2.363,50	5.452,00	38,70	63,86	48,17	54,52	-
MÉDIA		440,35	1.249,02	1.859,55	4.371,50	59,32	64,50	55,96	57,36	-
M A R K U P	JAN	-	-	-	-	174,28	90,38	95,55	117,39	119,14
	FEV	-	-	-	-	175,19	185,47	70,00	126,15	139,20
	MAR	-	-	-	-	204,57	183,68	285,67	152,58	206,62
	ABR	-	-	-	-	302,09	144,56	202,25	177,08	206,49
	MAIO	-	-	-	-	322,76	118,58	248,07	180,87	217,57
	JUN	-	-	-	-	319,89	111,63	192,14	178,93	200,64
	JUL	-	-	-	-	57,19	184,19	164,61	118,22	131,05
	AGO	-	-	-	-	57,23	304,99	78,98	95,22	134,10
	SET	-	-	-	-	168,05	375,89	82,18	122,65	187,19
	OUT	-	-	-	-	137,34	314,59	133,62	126,72	178,06
	NOV	-	-	-	-	136,91	256,24	87,81	134,46	153,85
	DEZ	-	-	-	-	63,15	176,77	92,95	119,87	113,18
MÉDIA		-	-	-	-	176,55	203,91	144,48	137,51	165,61

FONTE: DADOS BRUTOS DO SIMA/AC, SUNAB/AC

TABELA 7 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO E RESPECTIVO "MARKUP" DA BATATA INGLESA ENTRE O ATACADISTA DE SÃO PAULO, SP E O VAREJISTA DE RIO BRANCO, AC, 1980/1984

ESPECIFICAÇÃO		M E S	ABSOLUTA					RELATIVA					MÉDIA
			1980	1981	1982	1983	1984	1980	1981	1982	1983	1984	
			(Cr\$/kg)					Z					
COMERCIALIZADO	JAN	27,18	68,00	262,48	370,40	690,08	92,13	85,00	95,44	92,60	86,26	-	
	FEV	27,00	85,55	274,15	462,74	815,80	90,00	89,12	96,38	91,78	86,78	-	
	MAR	46,67	87,94	287,25	578,10	1.214,22	93,34	87,94	95,75	88,93	87,98	-	
	ABR	46,66	162,56	290,80	602,46	1.555,26	91,85	93,42	95,93	86,21	89,29	-	
	MAIO	28,26	81,44	221,82	500,72	1.898,02	80,74	81,44	93,39	82,08	90,38	-	
	JUN	37,34	75,04	176,39	443,02	992,08	79,65	80,85	88,19	77,72	85,03	-	
	JUL	30,19	84,90	178,38	453,13	788,50	67,08	84,90	89,19	77,67	83,00	-	
	AGO	32,43	82,60	175,42	390,98	836,96	70,25	82,60	89,57	65,89	83,69	-	
	SET	34,59	81,79	159,12	497,23	839,92	71,73	81,79	88,81	69,38	83,99	-	
	OUT	35,14	84,84	170,15	654,74	921,07	65,07	77,12	88,38	80,83	84,50	-	
	NOV	52,92	99,38	241,64	668,33	1.335,84	76,05	82,81	92,79	84,24	84,14	-	
	DEZ	54,00	123,43	294,42	663,94	1.475,94	76,05	89,76	92,36	84,58	83,15	-	
	MÉDIA	37,69	92,95	227,66	523,81	1.113,64	79,49	84,72	92,18	81,82	85,68	-	
MARKUP	JAN	-	-	-	-	-	1.171,55	566,66	2.096,48	1.251,35	627,80	1.142,76	
	FEV	-	-	-	-	-	900,00	819,11	2.664,23	1.117,18	656,84	1.231,47	
	MAR	-	-	-	-	-	1.401,50	729,18	2.252,94	804,14	732,42	1.184,03	
	ABR	-	-	-	-	-	1.127,05	1.420,97	2.360,38	625,67	834,36	1.273,68	
	MAIO	-	-	-	-	-	419,28	440,21	1.414,66	458,19	939,70	734,40	
	JUN	-	-	-	-	-	391,40	422,28	747,09	348,88	568,26	495,58	
	JUL	-	-	-	-	-	203,84	562,25	825,06	348,02	488,23	485,48	
	AGO	-	-	-	-	-	236,19	474,71	859,48	193,21	513,34	455,38	
	SET	-	-	-	-	-	253,77	449,14	794,01	226,59	524,68	449,63	
	OUT	-	-	-	-	-	186,32	337,20	761,29	421,70	545,23	450,34	
	NOV	-	-	-	-	-	317,64	481,95	1.287,37	534,66	530,81	630,48	
	DEZ	-	-	-	-	-	317,64	877,25	1.210,11	548,52	493,52	689,40	
	MÉDIA	-	-	-	-	-	577,18	631,74	1.439,42	573,17	621,26	768,55	

FONTE: DADOS BRUTOS SIMA/AC, SUNAB/AC

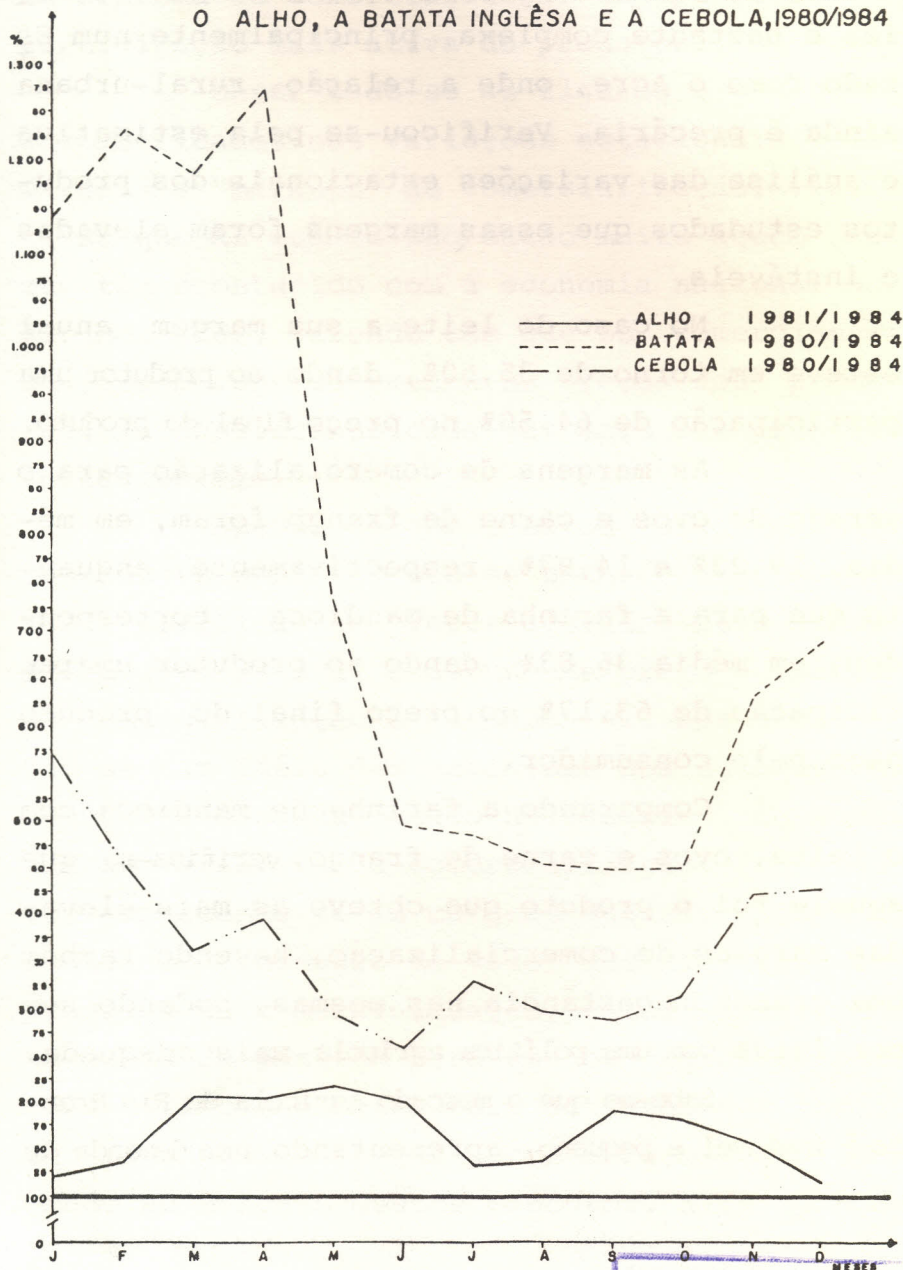
TABELA 8 - ESTIMATIVAS DA VARIAÇÃO ESTACIONAL DA MARGEM DE COMERCIALIZAÇÃO E RESPECTIVO "MARKUP" DA ~~CEBOLA~~ ENTRE O ATACADISTA DE SÃO PAULO, SP E O VAREJISTA DE RIO BRANCO, AC, 1980/1984

ESPECIFI- CAÇÃO	M E S	ABSOLUTA					RELATIVA					MÉDIA
		1980	1981	1982	1983	1984	1980	1981	1982	1983	1984	
		(Cr\$/kg)					x					
C O M E R C I A L I Z A D O	JAN	29,54	79,04	262,21	430,36	621,20	63,87	90,33	88,63	86,07	77,65	-
	FEV	34,67	82,45	238,00	388,31	694,89	69,34	89,42	83,51	80,68	73,92	-
	MAR	79,33	79,58	226,55	479,70	1.027,90	83,50	79,58	76,79	79,50	65,47	-
	ABR	38,86	178,70	275,32	543,29	1.601,49	65,86	90,25	73,41	78,45	67,90	-
	MAIO	45,56	82,19	248,84	506,94	1.869,48	66,26	81,17	63,53	81,11	70,52	-
	JUN	46,61	81,11	254,11	470,96	1.233,00	50,84	82,66	69,69	70,82	70,96	-
	JUL	53,69	88,08	229,22	447,86	790,84	59,32	88,08	72,86	65,06	75,31	-
	AGO	56,85	86,02	174,85	439,35	696,42	72,19	86,02	67,14	64,61	69,46	-
	SET	52,04	83,73	165,93	478,58	759,61	74,01	83,73	61,17	66,46	74,10	-
	OUT	61,26	82,63	137,49	663,43	909,21	77,93	75,11	52,12	82,92	76,40	-
	NOV	65,69	82,63	239,87	690,38	1.260,00	85,92	68,85	73,80	86,29	78,75	-
	DEZ	64,45	102,31	310,70	677,64	1.154,00	87,43	75,08	78,90	84,70	67,88	-
	MÉDIA	52,37	92,37	230,25	518,06	1.051,51	71,37	82,52	71,79	77,22	72,37	-
M A R K U P	JAN	-	-	-	-	-	176,78	934,27	779,92	617,97	347,42	571,27
	FEV	-	-	-	-	-	226,15	845,64	506,49	417,80	283,50	455,91
	MAR	-	-	-	-	-	506,25	389,71	330,97	388,01	189,61	360,91
	ABR	-	-	-	-	-	192,94	925,90	276,20	364,11	211,60	394,15
	MAIO	-	-	-	-	-	196,46	431,21	174,23	429,39	239,31	294,12
	JUN	-	-	-	-	-	103,43	476,83	230,02	242,71	244,40	259,47
	JUL	-	-	-	-	-	145,85	738,92	268,53	196,24	305,15	328,93
	AGO	-	-	-	-	-	259,58	615,30	204,50	182,56	229,40	298,26
	SET	-	-	-	-	-	284,83	514,62	157,54	198,23	286,22	288,28
	OUT	-	-	-	-	-	253,28	301,89	108,89	485,78	323,80	314,72
	NOV	-	-	-	-	-	610,50	221,11	281,76	629,79	370,58	422,74
	DEZ	-	-	-	-	-	696,00	301,44	374,11	553,80	211,35	427,34
	MÉDIA	-	-	-	-	-	312,67	558,07	307,76	391,36	270,19	368,01

FONTE: DADOS BRUTOS SIMA/AC e SUNAB/AC

FIG-6

VARIAÇÃO ESTACIONAL DO "MARKUP" DE COMERCIALIZAÇÃO ENTRE O ATACADISTA DE SÃO PAULO-SP E O VAREJISTA DE RIO BRANCO-AC PARA O ALHO, A BATATA INGLÊSA E A CEBOLA, 1980/1984



5. CONSIDERAÇÕES GERAIS

A comercialização de produtos agrícolas é bastante complexa, principalmente num Estado como o Acre, onde a relação rural-urbana ainda é precária. Verificou-se pela estimativa e análise das variações estacionais dos produtos estudados que essas margens foram elevadas e instáveis.

No caso do leite a sua margem anual esteve em torno de 35,50%, dando ao produtor uma participação de 64,50% no preço final do produto.

As margens de comercialização para o varejo de ovos e carne de frango foram, em média, 19,23% e 14,97%, respectivamente, enquanto que para a farinha de mandioca correspondeu, em média 36,83%, dando ao produtor uma participação de 63,17% no preço final do produto pago pelo consumidor.

Comparando a farinha de mandioca com o leite, ovos e carne de frango, verifica-se que aquele foi o produto que obteve as mais elevadas margens de comercialização, havendo também uma grande inconstância nas mesmas, podendo ser corrigida com uma política agrícola mais adequada.

Sabe-se que o mercado agrícola de Rio Branco é instável e pequeno, apresentando uma demanda de



alimentos cada vez maior, com pouca competitividade, muitas vezes refletindo na ausência de um sistema de comercialização que permita uma participação mais ativa do produtor.

Observando-se as figuras e vendo as instabilidades nas variações estacionais das margens e "markups" de comercialização, verifica-se que as mesmas não estão muito aquém do que tem acontecido com a economia nacional nos últimos anos, fazendo com que os comerciantes reajustem constantemente os preços dos produtos, intensificando cada vez mais o processo inflacionário.

Apesar de que o método utilizado foi bastante simplista, não se obtendo informações sobre políticas de preços adotadas pelo atacadista e varejista, o estudo de preço e margem de comercialização é fundamental. Neste estudo não se tem idéia das variações nos estoques em relação à demanda, sendo necessário conhecer outras variáveis da comercialização. Entretanto, conhecendo-se as margens que são apenas um indicador grosseiro do valor dos serviços empregados na comercialização, estas constituem-se ponto de partida para que os órgãos de política agrícola atentem para detecção dos pontos de estrangulamento que porventura estejam ocorrendo no mercado destes produtos, além de pode

rem diminuir uma grande insatisfação que há entre o produtor e os intermediários, em virtude destes obterem margens de lucro tão elevadas.

Outro aspecto a ser considerado é que no instante em que os compradores conhecem as margens de comercialização e preço de produtos é mais fácil decidirem onde e quando comprarem, tentando, quem sabe até, um equilíbrio entre oferta e procura.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDT, S.A. Análise econométrica de margens de comercialização. In: REUNIÃO DA SOBER, 7, Piracicaba, SP, 1969. Anais... Piracicaba, SOBER, 1971. p.70-107

BRANDT, S.A. Pesquisas de mercados e preços agrícolas no Brasil. Revista de Economia Rural, São Paulo, 5(5):79-120, jul. 1974.

MENDES, J.T.G. Margens e "Markup" de comercialização de produtos pecuários no Estado do Paraná, 1966/75. Revista Paranaense de Desenvolvimento, Curitiba, (56):51-93, set./out. 1976.

TEIXEIRA, H.H.L.; BRANDT, S.A. & VIEIRA, R. de C.M.T. Margens de comercialização: uma análise econométrica de desequilíbrio. Revista de Economia Rural, Brasília, 23(2):291-311 abr./jun. 1985.