



ESCOLA DE ENGENHARIA INDUSTRIAL METALÚRGICA DE VOLTA REDONDA

CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE AGRONEGÓCIOS



Título: Canais de comercialização para hortaliças folhosas nos municípios de Volta Redonda e Barra Mansa

Aluna: Sheila de Paula Peixoto

Orientador: Afonso Aurélio de Carvalho Peres

RESUMO

O estudo visa compreender basicamente as principais características e particularidades dos canais de comercialização nos municípios de Volta Redonda e Barra Mansa, identificando e caracterizando os canais de comercialização utilizados no contexto local, regional e nacional. Caracterizar as vantagens e desvantagens dos canais de distribuição utilizados para comercialização das hortaliças folhosas. O estudo utilizou-se de questionário que foi aplicado em diferentes canais de comercialização nas cidades de Volta Redonda e Barra Mansa. A metodologia utilizada na primeira parte do trabalho foi a revisão bibliográfica para construção do questionário investigativo e na segunda etapa a aplicação para a pesquisa qualitativa por meio de estudo de multicasos para o reconhecimento dos diferentes canais de comercialização. Foram levantadas as características de três grupos de canais de comercialização, a partir deles se obteve a tabulação dos dados referente ao perfil dos fornecedores, formas de negociação, relação comercial adotada, apresentação e características dos produtos expostos. Os resultados mostraram que o agricultor da região tem dificuldade de escoar sua produção nos canais denominados regionais e nacionais pelo motivo de baixa qualidade nos produtos, falta de organização e profissionalização do produtor. No canal de comercialização local, o produtor faz a venda diretamente ao comerciante, onde este considera a qualidade apresentada como sendo satisfatória. Neste, existe uma relação de parceria entre o produtor e o estabelecimento no intuito de diminuir perdas decorrentes de excesso de produção. O produtor deve analisar sua estrutura e sua capacidade organizacional e identificar o melhor canal para comercializar seus produtos, com o intuito de proporcionar maior segurança financeira e econômica, de acordo com as características geográficas, produtivas, políticas de comercialização e profissionalização. Essas questões tornaram-se estratégicas positivas, no intuito de viabilizar maiores ganhos, a ponto de ditar melhores preços de seus produtos.

Palavras-chave: horticultura, olericultura, produtor rural, profissionalização, relação comercial