

PEQUENOS AGRICULTORES VÍI - MÉTODOS DE PESQUISA DE COMERCIALIZAÇÃO

AGRÍCOLA: o caso do feijão na região de Ouricuri- PE.

- Angel Gabriel Vivallo Pinare⁽¹⁾
- Antonio Pedro Matias Honório⁽²⁾
- Francisco Pinheiro de Araújo⁽³⁾
- Carlos Alberto da Silva⁽²⁾
- Pedro Carlos Gama da Silva⁽²⁾
- Manoel Abílio de Queiroz⁽²⁾

RESUMO

Apresenta-se os resultados de uma pesquisa de comercialização de feijão , na região de Ouricuri, no alto sertão do Pernambuco, no Nordeste brasileiro. A pesquisa foi realizada por pesquisadores do Centro de Pesquisa Agropecuária do Trópico Semi-Árido (CPATSA) da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). A metodologia usada, permitiu para o feijão, calcular disponibilidade e levantar problemas de mercado e de comercialização, ao nível regional e de unidades de produção. A partir dos resultados detidos pela pesquisa, chegou-se a concluir que os problemas de disponibilidade do feijão para o consumo regional estão relacionados ao mercado e as funções de comercialização. 1) A dificuldade de transporte, ou entraves burocráticos e ineficiência dos órgãos oficiais levam os agricultores a venderem sua produção de feijão nas feiras, aos comerciantes e atravessadores pela metade do preço de mercado. 2) A redução de preço imposta pelos comerciantes e atravessadores não se refletem no mercado, nem beneficia aos consumidores. Na entressafra os atravessadores, aumentaram os preços do feijão em índices entre duas e três vezes superiores a inflação. 3) Não existe na região uma estrutura de armazenamento capaz de atender as necessidades de comercialização. 4) A unidade de produção dispõe de capacidade de armazenamento para atender as necessidades de consumo interno, embora não são utilizadas porque os agricultores são obrigados a vender parte dessa produção para assegurar a sobrevivência. A partir destas conclusões propõe-se um sistema de comercialização repartindo responsabilidades entre o Governo, os atravessadores e as feiras. Também propõe-se medidas operacionais e de apoio a produção.

Palavras chaves: Comercialização de feijão, preços por classe, disponibilidade regional, consumo familiar, armazenamento, concentração transporte, mercado, compra e venda, vendedores, compradores, especulação, financiamento, classificação, embalagem, produção, rendimento, área, importação, exportação, perdas.

- (1) Consultor do IICA/EMBRAPA/CPATSA
- (2) Pesquisador do CPATSA/EMBRAPA
- (3) Técnico Agrícola do CPATSA/EMBRAPA