

O Cerealista



NEWSLETTER DA ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS CEREALISTAS DO BRASIL

CÂMARA DO FEIJÃO DISCUTE ESTRATÉGIAS DE AÇÕES SOBRE A CADEIA PRODUTIVA

Foi realizada no último dia 7 (terça-feira) a 35 reunião ordinária da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva do Feijão, no Ministério da Agricultura, em Brasília. Presidida pelo diretor de Relações Institucionais da ACEBRA, Roberto Queiroga, a câmara tratou de temas relevantes como dados conjunturais e estratégias de representação.

Roberto Queiroga deu início aos debates com aprovação da ata da reunião anterior e salientou sobre a necessidade de eleger um representante da Câmara para que o mesmo possa realizar uma ação direta junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA e ao Congresso Nacional, para avançar nas agendas do feijão, como a exportação do feijão Caupi, defensivos, política agrícola e preço mínimo. “Há necessidade de ter uma ação governamental representativa para obtermos resultados em nossos pleitos. Precisamos desenhar uma estratégia de representatividade”, declarou.

Seguindo com a pauta, Carlos Magri da Embrapa, explanou sobre a campanha “Arroz e Feijão – A Comida do Brasil”, direcionada ao incentivo ao consumo do feijão no Brasil e o estudo “Nivelamento sobre a realização da pesquisa piloto com consumidores na região metropolitana de Goiânia”. A campanha, que foi bem aceita nas Câmaras Setoriais por onde foi apresentada, está estruturada, porém não divulgada. “Nada evoluiu no âmbito das Câmaras do Arroz e do Feijão”, declarou Magri. “Já estamos discutindo esse tema há algum tempo. Precisamos conscientizar a população dos benefícios do consumo do arroz e feijão”, enfatizou. Roberto Queiroga mais uma vez parabenizou Magri pela iniciativa e garantiu que é de interesse da cadeia do feijão a divulgação para o país. “Mesmo concordando com a criação de um Grupo de Trabalho para viabilizar a campanha nacional, essa ação só reforça a necessidade de um representante, cuidando especificamente sobre o tema, para garantir a viabilidade e agilidade da publicidade”, disse Queiroga.



Em seguida, o feijão Caupi entrou em questão. Paulo Ribeiro de Aguiar, gerente de qualidade da Coperguas, falou sobre os gargalos na exportação. “Exportar no Brasil não é fácil. Falta regulamentações, portarias, fiscais no porto, logísticas, muitos fatores. Então, antes de exportar há necessidade de se conhecer o mercado, os hábitos culturais de cada país. Não adianta você oferecer o que o outro não está disposto a comprar”, declarou. Paulo ainda destacou que o grande desafio para o Brasil além conhecer esses mercados é saber o quanto pode investir neles. “Temos que saber se nosso custo de produção é rentável ao produtor. Mesmo que o consumo interno seja alto, em torno de 19% do total produzido no Brasil pelos dados preliminares da Conab, precisamos ter mais experiência. Temos um senso comum que tudo que se pode produzir, pode exportar, mas não é bem assim”, atentou. Roberto Queiroga concordou com a explanação, entretanto chamou atenção para as oportunidades de mercado para ampliar os consumidores, que não podem passar despercebidas.

A próximas reuniões da Câmara de Feijão estão previstas para acontecer nos dias 18 de julho e 21 de novembro.