

F. Ciências Sociais Aplicadas - 2. Gestão e Administração - 3. Gestão da Produção e Marketing

MERCADO DE ABACAXI NO MUNICÍPIO DE SANTA CRUZ DE CABRÁLIA (BA)

Mariana Sampaio Silva Guerreiro ¹

Dr. Carlos Estevão Leite Cardoso ²

1. Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical

2. Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical

INTRODUÇÃO:

Na região do município de Santa Cruz de Cabralia, localizado no Extremo Sul das Bahia encontram-se grandes áreas cobertas com Mata Atlântica, que é o bioma brasileiro mais afetado pela expansão desordenada das áreas agrícolas e urbanas e do cultivo de eucalipto por grandes empresas de celulose, o que tem provocado um êxodo rural acelerado. Desta forma, os pequenos agricultores familiares da região, exercem fortes pressões sobre os centros urbanos e sobre os recursos naturais. Por conta disso, a busca por trabalho assalariado aumenta a concentração da população nas áreas urbanas. A realização e viabilização de atividades produtivas nas unidades familiares resgatam a grande importância que a agricultura familiar desempenha no equilíbrio econômico e social regional, mediante a geração de empregos com baixo custo social e menor impacto ambiental. Este resumo apresenta parte dos resultados referentes ao estudo: custos de produção e mercados de mandioca e de abacaxi no Extremo Sul da Bahia

METODOLOGIA:

O presente estudo foi realizado no município de Santa Cruz de Cabralia(BA), no ano de 2007, por meio de entrevistas realizadas em uma amostra dos hotéis e das pousadas, dos bares e dos restaurantes, dos supermercados e mercearias e feiras livres daquele município. Os locais foram selecionados de acordo com os dados fornecidos pela prefeitura, câmaras de comércio ou de lojistas, sindicatos das indústrias, Sebrae, Delegacias Regionais dos Ministérios da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério da Saúde (MS) e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC),. Para o estudo de mercado de mandioca a amostra foi equivalente a 106 hotéis e pousadas, 27 supermercados e mercearias e 48 bares e restaurantes. No que tange ao estudo de mercado de abacaxi no município o tamanho da amostra analisada foi de 26 supermercados e mercearias. Utilizou-se, nesta pesquisa, o método de survey (Malhotra, 2006).

RESULTADOS:

A partir da análise dos resultados obtidos, observou-se que o abacaxi ocupa a primeira posição em termos de quantidade frutas consumidas nos, segundo 62,5% dos entrevistados , sendo adquirido em sua maioria por unidade.De acordo com 43,8% dos entrevistados, a principal variedade comercializada na região é o abacaxi Pérola, recaindo sobre o tamanho médio a preferência dos frutos adquiridos. O abacaxi é adquirido semanalmente e são comprados diretamente dos produtores. Com relação aos fornecedores fixos, cerca de 81,3% dos entrevistados disseram que não existe a presença de fornecedores fixos e quando existem se mostraram satisfeitos em relação ao fornecimentos dos produtos , no entanto não estabelecem contratos formais com os mesmos. Percebeu-se também que os principais problemas com a qualidade do fruto estão relacionados com produtos doentes/melados, amassados/machucados e colhidos verdes. Verificou-se que os meses de maior consumo de abacaxi são janeiro, fevereiro e dezembro e os meses de menor consumo são maio, junho e agosto. O aumento ou a diminuição do preço é determinado pela demanda. A qualidade, o preço e a aparência do produto são os principais fatores que influenciam na hora da compra.

CONCLUSÃO:

Os resultados demonstram que, o abacaxi, ocupa o primeiro lugar em quantidade, pois é a fruta que apresenta maior consumo em todos os segmentos pesquisados , sendo o abacaxi Pérola a variedade preferida. A qualidade, o preço e a aparência são os principais fatores que influenciam o ato de comprar. Os meses de maior consumo de abacaxi são janeiro, fevereiro e dezembro e os meses de menor consumo são maio, junho e agosto. O aumento ou a diminuição do preço é determinado pela demanda.

Instituição de Fomento: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

Palavras-chave: agricultura famílias, cadeia produtiva, mercado.