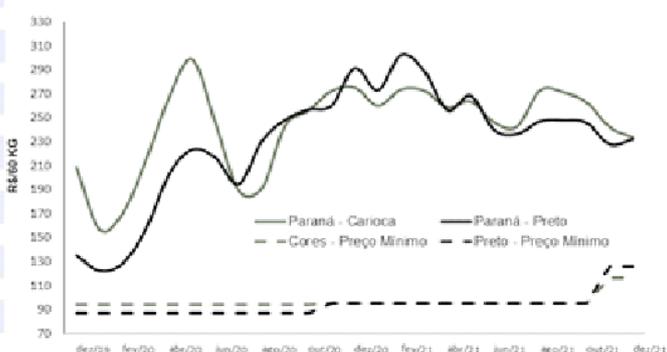


FEIJÃO – 24 a 28/01/2022

Tabela 1 - Parâmetros de Análise de Mercado de Feijão - Médias Semanais

	Unidade	12 meses	Semana Anterior	Semana Atual	Variação anual (%)	Variação Semanal (%)
São Paulo						
	Unidade	12 meses	Semana Anterior	Semana Atual	Variação anual (%)	Variação Semanal (%)
Preços ao produtor - Feijão comum cores						
São Paulo	60kg	240,00	300,24	276,33	15,1	- 8,0
Paraná	60kg	231,60	270,69	275,49	19,0	1,8
Bahia	60kg	240,00	275,07	278,39	16,0	1,2
Preços ao produtor - Feijão comum preto						
Paraná	60kg	241,61	250,01	251,66	4,2	0,7
Rio Grande do Sul	60kg	242,50	244,60	250,92	3,5	3,5
Preço no atacado – SP						
Feijão comum cores	60kg	292,00	310,00	310,00	6,2	0,0
Feijão comum preto	60kg	281,50	302,50	302,50	7,5	0,0

Gráfico 1 – Preços recebidos pelos produtores no Paraná



MERCADO INTERNO

Feijão Comum Cores

No atacado, em São Paulo, o produto extra novo nota 9,5, ausente no mercado, teve seu valor cotado nominalmente, em R\$ 320,00 por saca. O carioca 9,0 de cor continua escasso, predominando ofertas com problemas de qualidade nos grãos.

O significativo aumento das ofertas, em comparação à semana anterior, aliado a fraca demanda, ocasionou queda dos preços dos produtos 8,0 (-5%) e 8,5 (-4,1%) de cor. Já, para os demais padrões os valores foram mantidos.

A origem do feijão recém-colhido continua sendo em sua maioria proveniente de São Paulo, Paraná, e o restante do estado de Minas Gerais.

O mercado registrou uma expressiva alta neste início de ano. Os aumentos nos preços foram ocasionados pelas quebras de safras no Sul do País, devido, principalmente, a estiagens, que, além de influírem negativamente no rendimento das lavouras, comprometeram, significativamente, a qualidade do grão.

No quarto levantamento para acompanhamento da safra 2021/2022, divulgado no dia 11 (terça-feira) do corrente mês, pela Conab, foi estimada para a 1ª safra, uma área de 353,8 mil ha, menor em 3,6% à registrada na safra anterior, e uma produção de 569,5 mil toneladas, inferior em 6,4% à colheita passada, ou 38,9 mil toneladas a menos.

Cabe destacar que, ao longo dos anos, a competição com a soja e o milho, que geralmente apresentam melhores perspectivas de mercado, tem influído para a expressiva queda na área plantada.

No Sul do País, a colheita da safra das águas (1ª safra) está chegando ao fim. O encerramento ainda depende dos 5% da área que se encontram nas fases de enchimento de grãos e/ou maduros e por colher, e a maior parte da produção foi negociada pelos produtores.

A primeira pesquisa de campo para avaliar o comportamento da área a ser plantada, na 2ª safra, efetuada pela Secretaria de Agricultura do Estado do Paraná – DERAL, indica retração de 2% no cultivo, passando de 272,3 mil hectares para 267,4 mil hectares, e, em contra partida, aumento de 83,0% na produção. A cultura perde espaço para o milho que apresenta melhores condições de mercado. A semeadura começou neste mês de janeiro atingindo cerca de 20% da área, e as lavouras atravessam as fases de germinação e desenvolvimento vegetativo.

Cabe frisar que o volume de produção estimado para a 1ª safra está muito ajustado ao consumo, todavia, com a intensificação da colheita no Sul do país, e nos estados de Minas Gerais e Goiás, a oferta de mercadoria extra deverá aumentar, pressionando as cotações para baixo.

Quanto ao varejo, segundo agentes de mercado, o aumento de preços não foi embutido na sua totalidade no pacote de 1 kg. Nota-se uma grande dificuldade de repasse dos últimos aumentos em virtude do fraco escoamento de fardos nas redes de supermercados.

O quadro climático adverso e as incertezas em relação aos prognósticos climáticos para as próximas semanas preocupam o mercado. Desta forma, as previsões desta nova safra ainda estão sujeitas a reavaliações nos próximos levantamentos.

Feijão Comum Preto

O mercado segue firme, devido ao menor plantio, e aos problemas climáticos ocorridos no Sul do país, ocasionando quebras acentuadas na produção.

COMENTÁRIO DO ANALISTA

Muitos especuladores que estavam retendo mercadoria em busca de preços mais atrativos, acabaram frustrados pela dificuldade em repassar a alta pretendida devido ao fraco desempenho do consumo.