Negócios & Mercado 17 anos

# Comentário de Mercado - Pós Pregão

12 de março de 2018
São Paulo, segunda-feira

Ano IV Nº 728

***Fonte: Pregão Zona Cerealista - mercado entre às 11:00 H - 14:00 H***

**COMENTÁRIOS:**

O pós pregão de hoje transcorreu como havíamos presumido, tendo em vista que as ofertas tiveram certo escoamento, porém ainda não expressivo. Os compradores usaram de habilidade para conseguir certa vantagem nas negociações, contudo, esse ainda não foi o momento, uma vez que os corretores trabalham com estoque reduzido, e portanto, seguem firmes com os preços praticados.

Mesmo ainda de forma moderada, o feijão comercial continua tendo a preferência do setor de compras. As ofertas de feijão extra (8,5) de cor, até onde conseguimos acompanhar, foram vendidas por R$ 115,00/sc.

As demais ofertas do feijão extra (9 e 9,5) de cor, continuam a disposição do mercado. Além disso, o setor de vendas não demonstra a menor urgência, inclusive mantendo a pedida que varia entre R$ 125,00 à 128,00/sc. A estratégia tem sido viável, pois as mercadorias são diferenciadas, e sendo assim, acabam sendo alvo de procura no mercado.

Lavouras

O cenário nas lavouras segue semelhante ao que ocorre na zona cerealista de São Paulo. A cautela nas vendas é notória, sobretudo no tocante aos preços sugeridos.

A pedida em estados como Minas Gerais e Goiás gira na média entre R$ 95,00 e R$ 105,00/sc, sendo que tais valores estão com dificuldade de conseguir colocação.

A concorrência é praticamente nacional, visto que temos feijões em pelo menos seis estados. A oferta acaba se tornado mais expressiva do que a procura. Lembrando que a demanda está frenética, o problema é que existem muitos vendedores.

Desta forma, o preço fecha em R$ 70,00/sc (comercial), até o padrão extra, ainda em 95,00/sc. Ou seja, a vantagem é toda ela para setor de compras. Vale ressaltar que valores entre 70,00-80,00, são para os estados que mantém a colheita ou até mesmo estoque, a exemplo do Estado de São Paulo.

Resumo

O mercado segue firme no preço, porém precisando de uma dose extra de espera por parte do setor de vendas. Baixar ou subir os preços já não é mais estratégia para aumentar as vendas.