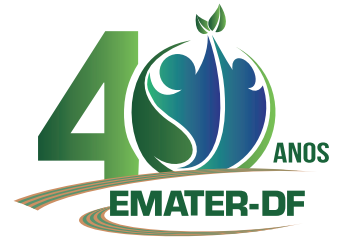


AGRO

INFORME



🇺🇸 Cotação de Preços

Grãos

		16/03/2018	29/03/2018		
Feijão carioca	Sc 60Kg	R\$ 80,00	R\$ 85,00	6,25%	Coopa/DF
Milho	Sc 60Kg	R\$ 32,00	R\$ 33,00	3,13%	
Soja	Sc 60Kg	R\$ 66,50	R\$ 67,50	1,50%	

Hortaliças

		16/03/2018	29/03/2018		
Alface	Cx. 4 a 5 Kg	R\$ 13,00	R\$ 20,00	53,85%	Ceasa/DF
Beterraba	Cx. 19 a 23 Kg	R\$ 40,00	R\$ 50,00	25%	
Cenoura	Cx. 18 a 21 Kg	R\$ 40,00	R\$ 40,00	0%	
Chuchu	Cx. 18 a 20 Kg	R\$ 35,00	R\$ 30,00	-14,29%	
Couve flor	Dúzia	R\$ 40,00	R\$ 60,00	50%	
Couve manteiga	Maço de 300g	R\$ 2,00	R\$ 2,00	0%	
Mandioca	Cx. 19 a 22 Kg	R\$ 18,00	R\$ 18,00	0%	
Morango	Cx. T4	R\$ 13,00	R\$ 13,00	0%	
Pimentão	Cx. 9 a 11 Kg	R\$ 23,00	R\$ 35,00	52,17%	
Quiabo	Cx. 12 a 14 Kg	R\$ 30,00	R\$ 30,00	0%	
Repolho	Sc 20 a 22 Kg	R\$ 25,00	R\$ 20,00	-20%	
Tomate	Cx. 19 a 21 Kg	R\$ 55,00	R\$ 60,00	9,09%	

Frutas

		16/03/2018	29/03/2018		
Goiaba	Cx. 18 a 22 Kg	R\$ 45,00	R\$ 40,00	-11,11%	Ceasa/DF
Maracujá	Kg	R\$ 3,75	R\$ 3,35	-10,67%	
Limão	Cx./Sc. 18 a 20 Kg	R\$ 25,00	R\$ 25,00	0%	

Produtos de origem animal

		16/03/2018	29/03/2018		
Bovino					Agrolink e Laticínio Araguaia
Boi gordo	Arroba	R\$ 136,05	R\$ 135,98	-0,05%	
Bezerro nelore (8 a 12 meses)	Cabeça	R\$ 1.152,50	R\$ 1.154,40	0,16%	
Leite cru refrigerado*	Litro	R\$ 1,20	R\$ 1,20	0%	
Aves - animal congelado	Kg	R\$ 2,37	R\$ 2,36	-0,42%	
Suíno - animal vivo	Kg	R\$ 3,15	R\$ 3,11	-1,27%	

* Frete incluído: R\$ 0,15/L

Obs: Preços do Agrolink são referentes a média nacional

Última atualização dos preços: 29 de março de 2018

Elaboração: Escom/ Emater-DF

Comparando os preços da segunda quinzena com a primeira quinzena de março dos produtos pesquisados, no grupo dos Grãos o feijão foi o que mais aumentou (+6,25%). No grupo das Hortaliças o produto que mais aumentou foi o Alface (+53,85%) e o que mais baixou foi o Tomate (-20,00%). Entre as Frutas, o maracujá e a goiaba tiveram uma queda em torno de -10%. Entre os produtos de origem animal, o suíno (peso vivo) foi o que mais baixou (-1,27%).

Um mundo novo nasce a cada ano

Em alguns anos, o mundo estará tão conectado que teremos mais dispositivos móveis que acesso a água encanada ou a eletricidade. Pesquisas mostram que, em 2020, nos EUA, metade das vendas do e-commerce acontecerão por dispositivos móveis. Um mundo novo nasce a cada ano. O consumidor, para satisfazer suas necessidades, está cada vez mais antenado. A tecnologia tem facilitado a compra. O cliente está atento ao que come e ao impacto da sua alimentação no corpo e na sustentabilidade do mundo.

O “mindful eating” — ou “comer consciente” — é uma tendência em conjunto a outras que irão impactar o setor de hortaliças e frutas nos próximos anos. Entender o comportamento do consumidor é uma questão de sobrevivência dos agricultores que buscam atender às necessidades humanas.

Com um mundo cada vez mais conectado, é fundamental nossos técnicos e agricultores atualizarem seus conhecimentos sobre as novas tendências de consumo e os novos canais de comercialização. E qual é a forma de atingir o “coração e o cérebro” desse novo consumidor? A resposta é informação. Nossos agricultores necessitam de conhecimento sobre as novas tendências de consumo e como elas podem influenciar o setor de frutas e hortaliças.

Segundo a revista Hortifruti Brasil, com base em importantes relatórios sobre o setor, as tendências globais de consumo que nortearão o comércio de frutas e hortaliças nos próximos anos são:

1 - CONSUMO TECNOLÓGICO: a tecnologia apoiando o comércio de HF's – A tecnologia integra a compra física com a virtual e auxilia consumidores.

2 - CONVENIÊNCIA E PRATICIDADE: HF'S para “não perder tempo” – O consumidor busca alimentos práticos, nutritivos, saudáveis e menos processados e, se possível, com entregas rápidas por conta da correria do dia a dia da família.

3 - BEM-ESTAR COMO SÍMBOLO DE STATUS: consumir HF's nunca esteve tão na moda! – Esse consumidor busca ser saudável e também mostrar, em redes sociais, que está em boa forma devido à sua alimentação.

4 - IDADE EM FOCO: direcionando o marketing para cada idade – Além dos Millennials, têm-se as crianças e idosos como públicos-alvo.

5 - MILLENNIALS: a mais nova geração de consumidores – Os nascidos nas décadas de 80 e 90 serão o maior grupo de consumidores do Brasil até 2025 — trazem novas demandas e padrões para o setor de alimentos.

6 - DIETA A BASE DE VEGETAIS: HF's reinam como protagonistas! – Com a crescente demanda do vegetarianismo e do veganismo, as frutas e hortaliças são as queridinhas desse consumidor.

7 - OS INFLUENCIADORES DE CONSUMO DIGITAL: influenciadores na rede social ditando à tomada de decisão de compra – Personalidades ou plataformas de personalidades que apresentam milhões de seguidores e o orientam sobre tendências e consumo de produtos.

8 - REDUÇÃO DE DESPERDÍCIO – a sustentabilidade em alta – Com o desperdício anual de 1,3 bilhão de toneladas de alimentos, segundo a FAO/ONU, a sustentabilidade na produção torna-se essencial para diminuir os impactos ambientais gerados pela cadeia.

9 - VALORIZAÇÃO DA PRODUÇÃO LOCAL: comprando direto do produtor – A preferência por alimentos frescos e o engajamento com a comunidade impulsionam as compras locais.

De modo geral, essas tendências se conectam. O consumidor está mais consciente e ávido por informações, e busca valorizar o local até chegar às diferentes gerações de consumidores com suas demandas específicas. Nas próximas edições comentaremos mais sobre cada tendência e seus reflexos na horticultura.

Blaiton Carvalho da Silva
Gerente do Escritório de Comercialização