

HORTICULTURA



Boletim Fatores-Chave de Sucesso

OS 10 FATORES-CHAVE DE SUCESSO DA HORTICULTURA

Em recente estudo realizado pelo Sebrae, foi identificado os 10 Fatores-Chave de Sucesso na Horticultura. Estes fatores abordam as questões mais críticas que comprovadamente produzem vantagens competitivas neste tipo de negócio.

O objetivo desse boletim é disponibilizar recomendações práticas para cada um desses fatores-chave.

CONFIRA!



1 CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

QUAIS SÃO?

Os principais canais de comercialização da cadeia de horticultura, no Brasil, são:

- >> Venda direta ao consumidor em feiras livres, residências (porta a porta), cooperativas de consumidores, lojas próprias de cooperativas ou associações de produtores;
- >> Negociação com intermediários varejistas e atacadistas, e-commerce, supermercados, lojas de conveniência, frutarias, açougues, centrais de distribuição, restaurantes, cozinhas industriais, processadores de alimentos agroindústrias, cooperativas agropecuárias e outos;
- >> Inserção do produto no Mercado Institucional (PAA – Programa de Aquisição de Alimentos e PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar).

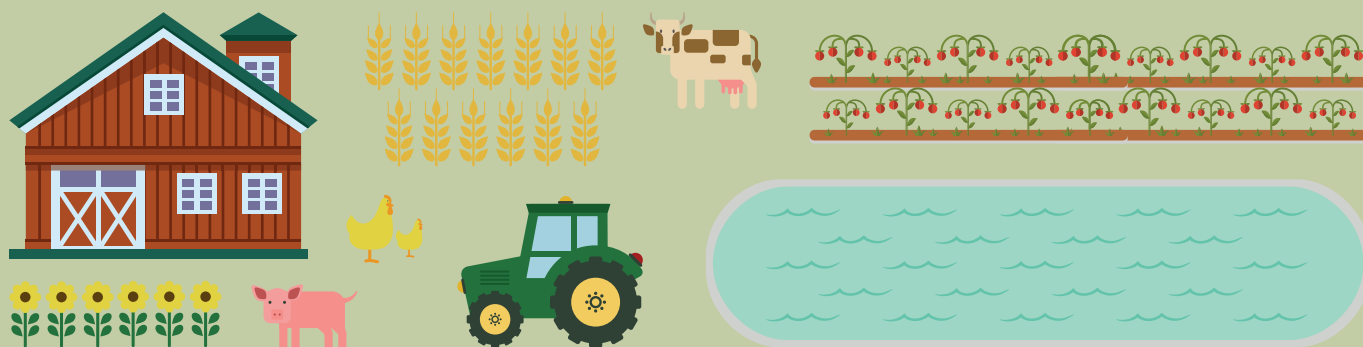


POR ONDE COMEÇO?



Diversifique e conheça novos canais de comercialização, suas características, necessidades, demandas e tendências para:

- >> Entender o processo de formação de preços;
- >> Identificar pontos de estrangulamento da comercialização;
- >> Identificar possíveis oportunidades;
- >> Identificar possíveis parcerias e alianças;
- >> Organizar estratégias para participar de mercados mais competitivos.



SEJA PROATIVO

Para entrar em novos canais de comercialização, no agronegócio, faça adequadamente um planejamento, a fim de que seus empreendimentos se mantenham competitivos e lucrativos. E não se esqueça! A abertura de novos canais dependerá da construção de um Plano de Negócio, além de conhecimento e engajamento ativo, em:

- >> Frequentar o mercado;
- >> Conhecer a necessidade dos clientes;
- >> Estabelecer contatos estratégicos com compradores potenciais;
- >> Visitar feiras e exposições de negócios e obter informações sobre expectativas, necessidades e demandas dos clientes que pretende conquistar;



SAIBA MAIS!

ARTIGOS

- >> **Como definir os canais de distribuição:**
<http://goo.gl/9igV9C>
- >> **Escolha os canais de distribuição de seus produtos**
<http://goo.gl/Mp2e0p>



- >> Participar de associações e cooperativas, que se constituem em excelentes pontos de coleta, distribuição e troca de informações sobre os mercados;
- >> Buscar informações nos órgãos de apoio, fomento ou promoção, como o Sebrae, Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), Secretarias Estaduais e Municipais de Agricultura, entidades de assistência técnica, consulte-os sempre;
- >> Reciclar conhecimentos por meio de cursos, palestras e outras iniciativas de capacitação e informação.

2 LOGÍSTICA

ENTENDA A LÓGICA DA LOGÍSTICA

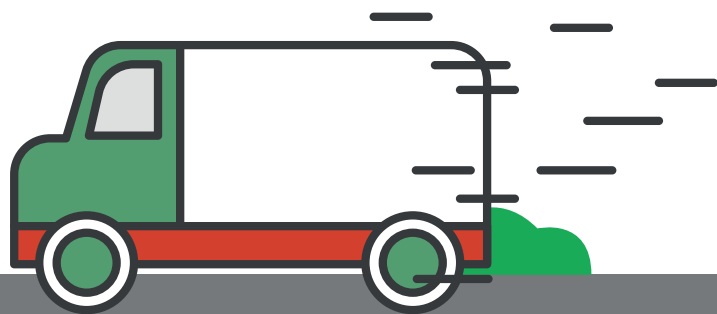
Sua propriedade rural está inserida em uma cadeia produtiva que é a união de empresas e outras organizações que se interagem, partindo dos insumos, passando pelo produtor e chegando à mesa do consumidor. Por isso, saiba que:

- >> Seu produto percorre um longo caminho, desde a aquisição dos insumos até a mesa do consumidor. É preciso manter o sabor e a boa aparência;
- >> O manuseio e transporte devem ser adequados e incorporados à cadeia produtiva, sendo realizados com eficiência e qualidade;
- >> A logística envolve, também, produtos e processos associados à embalagem, etiquetagem, conservação, rastreamento, conferência, captação e destinação reversa;
- >> Contempla, também, atividades que facilitam o fluxo de produtos do ponto de aquisição da matéria-prima até o ponto de consumo final, a fim de fornecer níveis de serviço adequados aos clientes.

FIQUE ATENTO!

As perdas do setor desde o momento da colheita até a mesa do consumidor são da ordem de 35%, porém algumas tecnologias podem ser aplicadas para diminuir e manter a qualidade do seu produto. Como fazer:

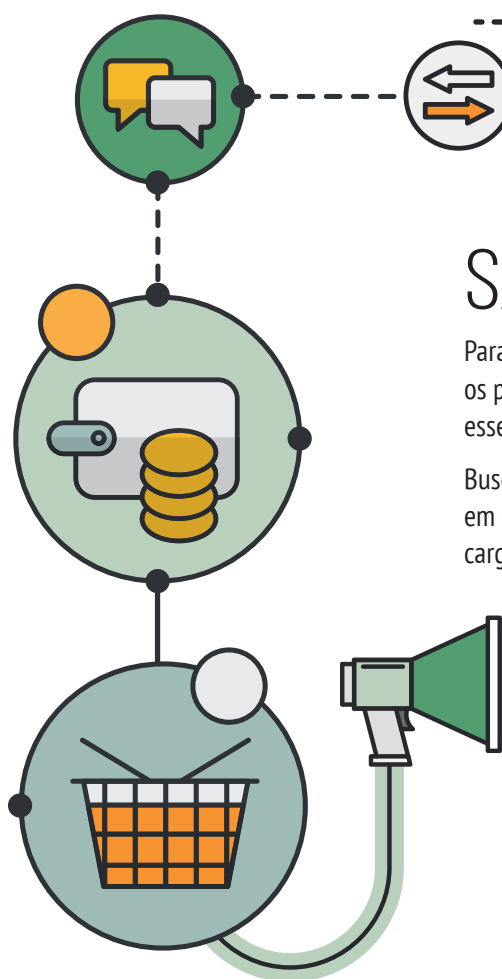
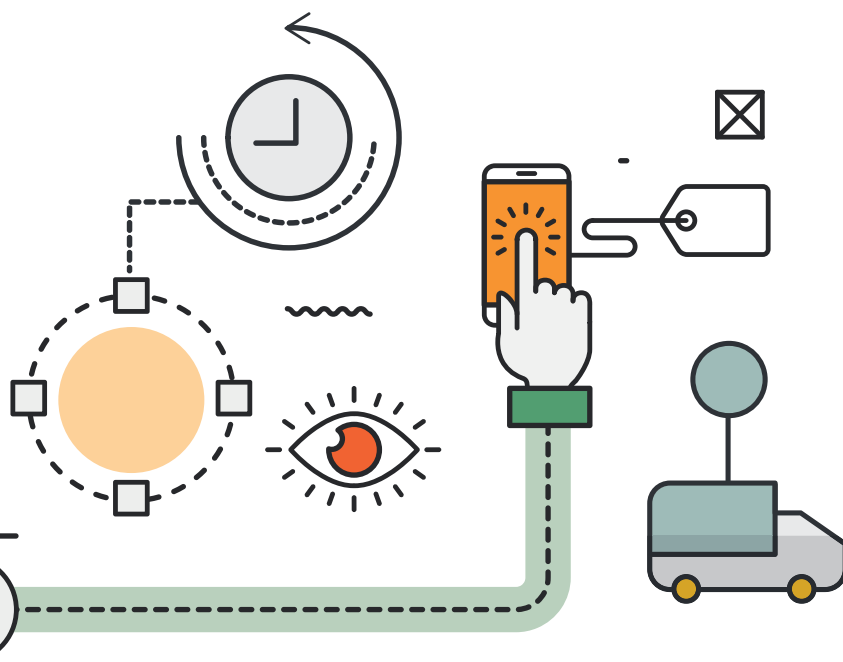
- >> O uso de embalagens que respeitem as características do produto;
- >> A palatização da carga;
- >> A utilização de câmaras frias;
- >> O transporte e a armazenagem adequados à mercadoria;
- >> O uso de técnicas de pós-colheita apropriado;
- >> Verificações e adequações às operações de transporte.



VISUALIZE AS OPORTUNIDADES!

É preciso estar atento e atualizado com as mudanças evolutivas nos padrões de funcionamento do mercado e do comportamento do consumidor.

Saiba que o crescimento dos canais de autosserviço e de e-commerce altera substancialmente os elementos logísticos, e por isso, devem fazer parte das soluções e ajustes, juntamente com os envolvidos na cadeia de comercialização.



SAIA NA FRENTE!



Para realizar um planejamento logístico coerente, o empreendedor deve analisar os principais gargalos no seu negócio, realizando ações proativas para minimizar esses problemas.

Busque parcerias com outras empresas do agronegócio que possuam consumidores em comum, participe de associações, centrais de compra. Assim, o transporte de cargas em conjunto, poderá reduzir consideravelmente os seus custos.

SAIBA MAIS!

VIDEOS:

>> **Logística no Agronegócio** – <http://goo.gl/2lziu7>



3 TECNOLOGIAS

COMO POSSO UTILIZÁ-LAS?

A crescente demanda e a exigência por produtos de melhor qualidade tem afetado a forma da produção e comercialização das hortaliças. Neste sentido, nota-se que o uso de tecnologia é o fator principal das mudanças mais significativas na área de produção.

A aplicação da tecnologia no dia a dia do produtor rural independente da escala, necessita de consultores multissetoriais e agrônomos atuando juntos nos direcionamentos, no sentido de tornar a tecnologia uma ferramenta integrada ao sistema de produção gerando soluções ao produtor rural.

As tecnologias neste setor estão disponíveis para o agricultor mas é necessário entender suas diferenças e categorias para fazer suas escolhas corretas. Segundo Pedroso (1999), a tecnologia pode ser classificada em cinco categorias:

>> Tecnologia de processos, onde encontra-se a maioria das atividades de pesquisa e desenvolvimento realizadas no Brasil incluindo Global Positioning System (GPS), agricultura de precisão, cultivo protegido, "mulching", sistemas computadorizados, irrigação, fertirrigação, hidropônica, programas de manejo integrado de pragas e doenças, mecanização na etapa da colheita, produtos congelados ou minimamente processados ("fresh cut");

- >> Tecnologia de materiais, desenvolvimento de novos materiais genéticos e uso de sementes híbridas e/ou produtos geneticamente modificados (transgênicos);
- >> Tecnologia de produtos e serviços preocupa-se com aspectos ligados a processos de produção;
- >> Tecnologia da Informação (TI), conjunto de tecnologias que tem como base a informática (computadores e softwares), a microeletrônica (dispositivos eletrônicos, sistemas embarcados, de identificação, controle e monitoramento, e as telecomunicações (internet, televisão, telefonia e satélites);
- >> Tecnologia de gestão, fundamental para a competitividade sustentada das cadeias agroindustriais.

SAIBA MAIS!

ARTIGOS

- >> **Inovação no Agronegócio**
<http://goo.gl/6wkygm>
- >> **Financiamento para modernização no agronegócio**
<http://goo.gl/tkc4Ez>

4

REGULARIDADE TÉCNICA E PADRONIZAÇÃO DO PRODUTO E EMBALAGEM

QUAIS OS BENEFÍCIOS DA PADRONIZAÇÃO?

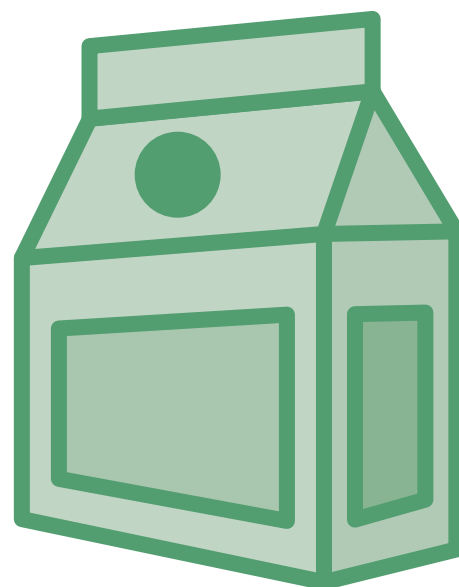
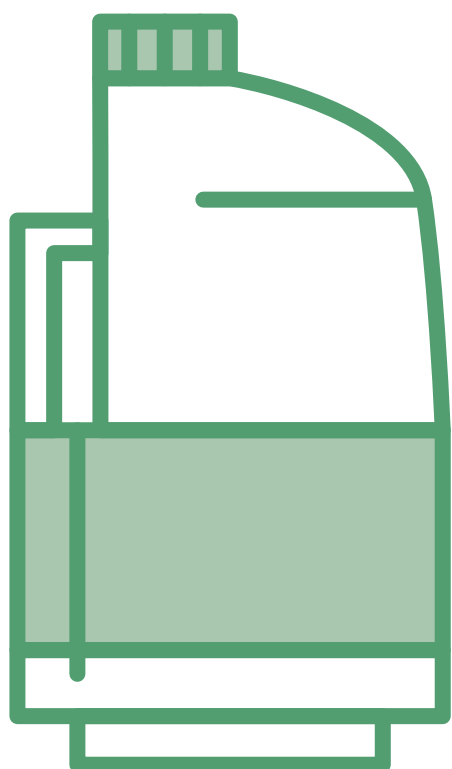
Identificar seus produtos por padrões pré estabelecidos e destacá-los em grupo, classe e tipo, trarão as seguintes vantagens:

- >> Melhoria na apresentação do produto – pela melhor uniformidade em tamanho; padronização do produto e da embalagem e credibilidade no volume e o peso;
- >> Maior diversificação da oferta aos consumidores;
- >> Redução de perdas na comercialização;
- >> Mais credibilidade e competitividade ao produto com mais segurança de negócio e maior lucro ao produtor e em toda cadeia produtiva.

O QUE O MERCADO GANHA?

Os produtos com características padronizadas e classificação clara, transparente e eficiente das mercadorias oferecidas são mais fáceis de serem manuseados em grandes quantidades e entrega-se ao mercado consumidor um produto com:

- >> Garantia da homogeneidade visual do lote e do estágio de maturação;
- >> Utilização de características identificáveis e rastreáveis pela aplicação de código de barras e de outras tecnologias afins;
- >> Atendimento às exigências do mercado cada vez mais seletivo;
- >> Ampliação de Boas Práticas de Produção e consequente certificação;
- >> Valoração do produto no mercado pelos compradores;
- >> Manutenção das características do produto ao longo das etapas.



VANTAGENS PARA O EMPRESÁRIO

Numa economia onde a competitividade é acirrada e onde as exigências são mais crescentes, a padronização é utilizada cada vez mais como um meio para se alcançar a redução de custo da produção e do produto final, mantendo ou melhorando sua qualidade.

A padronização de produto é um método eficiente de reduzir custos e aumentar a qualidade. Ao minimizar as diferenças entre seus produtos, você consegue aumentar rapidamente a produção, otimizar a distribuição, diminuir os custos com matérias-primas e reforçar a marca do produto. Uma estratégia de padronização de produto bem realizada permite equilibrar a necessidade de uma adaptação específica com a redução de custos proveniente da padronização.

Para se adequar a essas exigências impostas pelo mercado, o empreendedor pode contar com informações disponibilizadas por secretarias de agricultura, empresas de assistência técnica e extensão rural, Embrapa, sindicatos, faculdades além do próprio Sebrae.

IMPORTÂNCIA DA EMBALAGEM

Conforme pesquisa realizada pela ABRE (Associação Brasileira de Embalagem), o consumidor, é fortemente influenciado no momento da compra pela embalagem. Ela é o vendedor silencioso de um produto que concorre num supermercado, em média, com outros 30 mil itens.

A embalagem deve transmitir, em apenas 3 segundos, a qualidade do produto, os seus

diferenciais e cativar o consumidor para pegá-lo em suas mãos e colocá-lo em seu carrinho de compras.

Neste contexto, que a embalagem demonstra sua importância para vários produtos, inclusive para a Horticultura. As frutas e hortaliças classificadas devem ser devidamente embaladas antes do envio para o mercado, se utilizando de caixaria de papelão ondulado, de madeira ou de plástico e sacos de juta ou de polietileno.

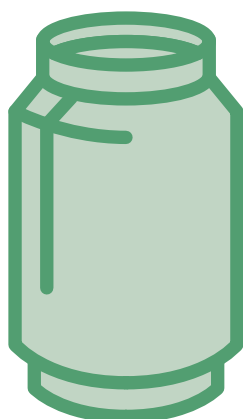
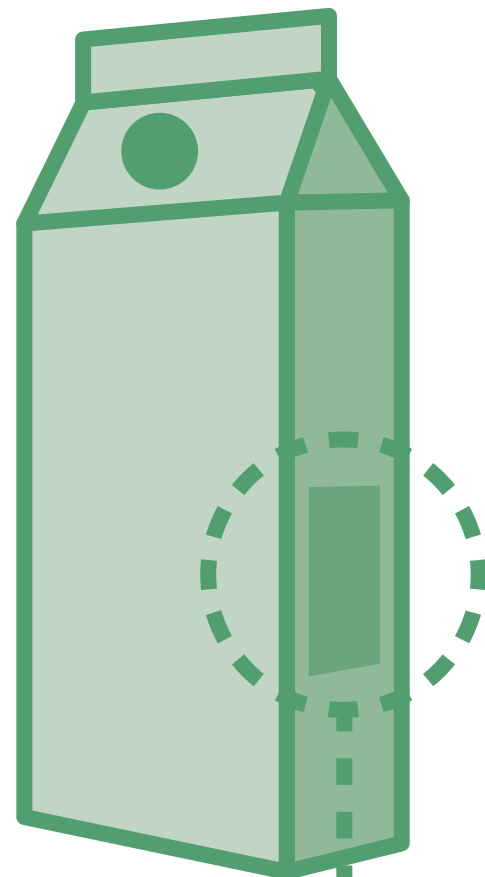
Cabe também ao produtor a identificação dos produtos embalados. Deve haver um rótulo na frente do produto contendo informações mínimas como:

- >> Nome da espécie/variedade;
- >> Nome do produtor ou da propriedade;
- >> Endereço da Zona de Produção;
- >> Números de registro do INCRA (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária) e Ministério da Agricultura;
- >> Grupo, subgrupo, classe/calibre, tipo/categoria do produto;
- >> Peso líquido do produto e data de embalagem.

Ao investir em uma boa embalagem tem-se um ganho em toda a cadeia de produção, distribuição, venda e consumo do produto. No campo, sua utilização permite que hortaliças sejam colhidas em estágio mais maduro e com melhor sabor, garantindo sua integridade no processo de distribuição.

Durante o transporte do produto, a adoção da padronização nas embalagens das frutas, verduras e legumes garantem a proteção e segurança, uniformizam e melhoram a apresentação, facilitam o manuseio, o armazenamento e o empilhamento.

O mercado da comercialização de hortifrúti e a sua organização, de estruturas físicas, de comunicação, organização operacional e a vantagem da integração em nível nacional, já se encontram prontos para pagar diferenças nos preços, pela agregação de valor, relacionadas ao uso de boas embalagens e na conquista de novos consumidores.



SAIBA MAIS!

NEGÓCIO CERTO RURAL

<http://goo.gl/lsLFZb>

5 PREÇO E CONCORRÊNCIA

AUMENTE SEUS LUCROS!

O conhecimento do tempo certo para cada hortaliça permite o planejamento da venda na época de melhor preço e rentabilidade. O empresário rural deve planejar sua produção agrícola, para:

- >> Conhecer o comportamento de cada planta, da sua melhor região de produção, época de plantio (luz, temperatura, fertilidade do solo, altitude, relevo);
- >> Realizar o plantio na melhor época e proporcionando maior produção por área (produtividade), melhor qualidade, menor custo de produção, menor ocorrência de pragas e doenças e menor aplicação de insumos como defensivos, menor custo e melhor qualidade do produto para o consumidor;
- >> Não sofrer deságio de preços em seus produtos, por desconhecer as regras de mercado, principalmente quando se trata de produtos perecíveis – frutas, verduras e legumes.

ESTABELEÇA O PREÇO CORRETO!

A precificação não pode mais ser deixada para depois da colheita. Dedique tempo e atenção às cotações e às oportunidades de negócios antes mesmo do plantio. Esse monitoramento é a base de informação qualificada, que permite obter as maiores rentabilidades.

Calcular corretamente os preços é essencial para a saúde financeira dos negócios. O preço ideal de venda é aquele que cobre os custos do produto ou serviço e ainda proporciona o lucro desejado pela empresa.

É preciso que o produtor rural tenha conhecimento de quem são os concorrentes que atuam no mercado de seus produtos, como eles operam, qual a qualidade apresentada, como são feitas as transações, forma de pagamento e qual a fatia de mercado ocupada pelos concorrentes. Tais observações permitem detectar os pontos fortes e fracos e identificar novas oportunidades de mercado e preços.

Solicite ajuda para lidar com os números, pois, por falta de afinidade e desconhecimento de métodos corretos de cálculo, os empresários acabam se equivocando ao colocar os valores que não cobrem todos os seus custos e despesas.

A preocupação constante do empresário moderno é oferecer produtos e serviços com altos índices de qualidade. Ser competitivo é ter qualidade nos produtos e/ou serviços, e bons preços.



SAIBA MAIS!

CURSOS

- >> **FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDAS**
<http://goo.gl/Xuwu5Z>
- >> **SEI FORMAR PREÇO**
<http://goo.gl/DflzAn>
- >> **SOLUÇÕES NO CAMPO**
<http://goo.gl/O2fBsm>



SELOS E CERTIFICAÇÕES



CERTIFICAR PARA QUÊ?

As exigências da sociedade em relação à responsabilidade das empresas crescem a cada dia e os consumidores querem garantias de qualidade e transparência em relação aos processos de produção da empresa, incluindo, o econômico, o social e o ambiental. Para oferecer estas garantias, foram criados sistemas de verificação que atestam as boas práticas de uma empresa, que são os Selos e as Certificações.

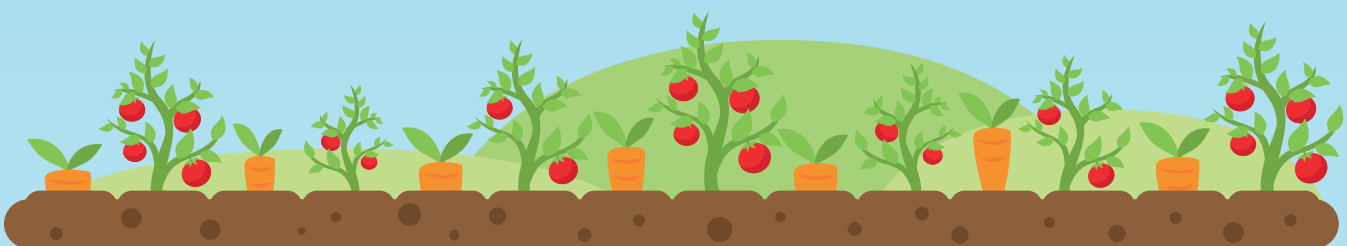
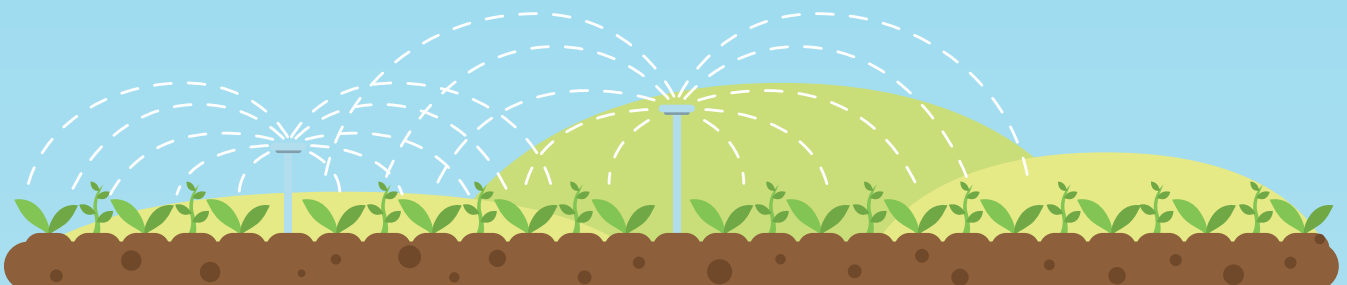
As certificações foram criadas inicialmente para garantir a qualidade e a padronização de serviços e produtos importados. Ao obedecer as normas, têm-se os seguintes benefícios:

- >> Produção uniformizada;
- >> Facilidade dos treinamentos da mão de obra;
- >> Ampliação do conhecimento tecnológico;
- >> Redução no consumo de materiais e no desperdício;
- >> Tranquilidade do cliente em relação ao que está comprando;

- >> Implementação de procedimentos para cálculos e projetos e melhoramento do controle de processos, aumentando a produtividade;
- >> Aptidão para cumprir exigências de compradores, pois:
 - Alguns setores, inclusive, só aceitam trabalhar com empresas ou produtos certificados;
 - Os valores investidos retornam na forma de ganho de eficiência e produtividade, além de ampliar a gama de clientes;
 - Proporciona a satisfação do comprador em saber que incentiva uma cadeia de produção eficiente e justa, principalmente no caso dos selos socioambientais.

Ter um selo destes significa que a empresa respeita as populações tradicionais e os bens naturais de forma a garanti-los para as futuras gerações.

A certificação, portanto, é um impulso para eliminar as más práticas, muitas vezes toleradas ou ignoradas na cadeia produtiva antes da busca deste atestado.





O QUE POSSO CERTIFICAR?

Todos os produtos podem levar um selo, marca ou certificado, seja ele hortaliça de extrativismo, cultivo, industrialização ou até mesmo da alta tecnologia, principalmente para certificações de comércio justo e selo social. Existem dezenas de selos e certificados nas mais diferentes áreas do conhecimento e para finalidades diversas. No ambiente rural, as principais demandas são por Certificações Orgânicas, Indicação Geográfica, Marcas Coletivas, Produção Integrada e Comércio justo.

Por fim, uma vez feito o investimento, é preciso planejar para manter o acompanhamento necessário para a renovação do certificado obtido. Certificações têm prazo de validade e checagens periódicas garantem sua prorrogação e, perder um certificado pode ter um efeito negativo na imagem da empresa.

SAIBA MAIS!

ARTIGOS

- >> **Importância da certificação no mercado de alimentos**
<http://goo.gl/82TVm0>
- >> **Certificação garante qualidade e segurança nos alimentos**
<http://goo.gl/Eq8wFF>
- >> **Indicação Geográfica**
<http://goo.gl/7kFFoD>

DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUTOS

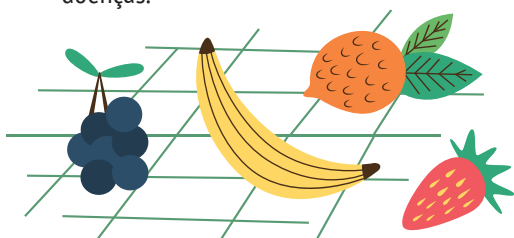
DIVERSIFIQUE E SEJA MAIS COMPETITIVO!

São exigências atuais dos consumidores: segurança dos alimentos; qualidade e forma de produção; respeito ao meio ambiente; produtos e serviços qualificados; menos tempo na cozinha; dieta mais saudável; mais sabor nos alimentos; frutas fáceis de consumir; bebidas prontas; e garantia sobre os atributos do produto.

A diversificação da produção é uma alternativa para ser mais competitivo no mercado, pois ter mais produtos e mais variedade no mercado ajuda a diminuir os impactos negativos das oscilações constantes de preço.

Outra vantagem da diversificação na produção para atingir um mercado maior e obter maior rentabilidade na comercialização, está na redução dos riscos e incertezas de uma exploração agrícola. A sua adoção pode:

- >> Gerar ganhos econômicos diretos e indiretos vinculados, principalmente, à redução dos custos de produção;
- >> Possibilitar a obtenção de vantagens ambientais e à redução do impacto econômico oriundo de diversas crises no setor rural;
- >> Gerar o aumento da biodiversidade;
- >> Promover o mercado de trabalho mantendo a população e criando riquezas por meio de novas oportunidades;
- >> Evitar as incertezas e vulnerabilidades referentes ao clima, mercado, pragas e doenças.



EXEMPLOS DE DIVERSIFICAÇÃO!

O aumento da diversificação é possível pela variedade de produtos oferecida ao mercado consumidor, e envolve por exemplo, a exploração, conquista e ampliação de novos mercados e atendimento adequados às exigências do consumidor, como:

- >> Produtos que tenham apelo a saúde, bem-estar e à longevidade;
- >> Produção de produtos orgânicos;
- >> Cultivos hidropônicos de hortaliças;
- >> Hortaliças minimamente processadas, cortadas e descascadas embaladas a vácuo e/ou pré-cozidos;
- >> Sucos concentrados com ou sem conservantes;
- >> Polpas de frutas destinadas à indústria alimentícia, néctares de frutas, entre outros;
- >> Geleias, compotas e conservas;
- >> O uso de embalagens adequadas e padronizadas e produtos classificados e padronizados.

SAIBA MAIS!

ARTIGO

- >> Conheça as regras para o mercado externo
<http://goo.gl/XH6wqZ>

8 PROMOÇÃO COMERCIAL

ALMA DO NEGÓCIO

Em tempo de crises e incertezas, a promoção comercial ganha mais relevância para a garantia de realização de bons negócios.

Busca-se com a promoção comercial em âmbito nacional acelerar o processo de compra e venda dos produtos agrícolas, tendo em vista sua perecibilidade. A comercialização deve ser rápida e, de preferência, garantir as vendas antes da produção e, neste caso, a promoção comercial age firmando contratos ou acordos comerciais.

O dito popular ensina: “a propaganda é a alma do negócio”, este é o espírito da promoção, variável de marketing responsável pela divulgação de produtos e serviços aos clientes. Sem isso, a clientela nunca saberá da sua existência, condenando o empreendimento ao fracasso.

PLANEJE A SUA PROMOÇÃO COMERCIAL

O planejamento e acompanhamento dos resultados durante a ação promocional é de grande importância, sendo que o primeiro passo é a determinação dos alvos a serem atingidos por meio da promoção. Estes alvos podem ser estabelecidos em relação ao público, produtos, volumes, região geográfica abrangida (bairro, cidade, região), ou serem direcionados para determinado perfil de clientes ou região.

As promoções devem ser atraentes, confiáveis e funcionarem de maneira simples e sem exigências. Faça a sua escolha, por meio de:

- >> **Propaganda:** comunicação não-pessoal e paga, feita com objetivo de informar e/ou persuadir o público-alvo;
- >> **Publicidade:** trata-se da conquista de espaços gratuitos na mídia, e é qualquer forma não paga de divulgação de produtos;
- >> **Promoção de vendas:** visando aumentar as vendas de um produto em curto prazo, com objetivo de fazer “barulho” no mercado;



“A PROPAGANDA
É A ALMA DO
NEGÓCIO”

8

- >> **Merchandising:** são ações que colocam no mercado o produto certo, no lugar certo, no tempo certo, em quantidade certa e a preço certo em um período específico. Trata-se de ações para a mercadoria;
- >> **Relações públicas:** consiste em monitorar e gerenciar o relacionamento da organização com seus públicos de interesse;
- >> **Venda pessoal:** envolve relacionamento ao vivo, imediato e interativo com o consumidor, permitindo uma relação duradoura;
- >> **Marketing direto:** a fim de obter uma resposta direta e mensurável do consumidor atingido sem o uso de intermediários. As principais ferramentas de marketing direto são: mala direta; catálogos; telemarketing; e internet.

SAIBA MAIS!

PROMOÇÃO DE VENDAS

<http://goo.gl/eBaP9P>

<http://goo.gl/2vhy6s>

<http://goo.gl/u1LLTA>

>> Soluções

<http://goo.gl/8f5eot>

CURSOS

>> Técnica de venda

<http://goo.gl/w8bmd8>

>> Sei vender

<http://goo.gl/yznyBf>



ASSOCIAÇÃO E COOPERATIVISMO

A UNIÃO FAZ A FORÇA

Individualmente, os agricultores atuam bem no processo produtivo, porém na hora de enfrentar o mercado, há dificuldades, visto que seu poder de compra e venda enfraquece individualmente. Contudo, em cooperativas e/ou associações, o produtor consegue melhor lucratividade nos produtos. Reduzindo as diferenças no comércio entre os pequenos, médios e grandes produtores.

O Cooperativismo se desenvolve independentemente de território, língua, credo ou nacionalidade. É uma filosofia de vida e modelo socioeconômico capaz de unir desenvolvimento econômico e bem-estar social. Seus referenciais fundamentais são:

- >> Participação democrática, solidariedade, independência e autonomia;
- >> A reunião de pessoas e não no capital;
- >> Visa às necessidades do grupo e não do lucro;
- >> Busca prosperidade conjunta e não individual;
- >> Alternativa socioeconômica que leva ao sucesso com equilíbrio e justiça entre os participantes.

O QUE EU GANHO?

Uma associação, na área do agronegócio, nasce de uma necessidade ou de uma oportunidade compartilhada por um grupo de interesse. A ideia básica é resolver problemas comuns dos produtores e/ou potencializar suas ações individuais, proporcionando:

Compra de insumos e matéria prima:

- >> Aumento de poder de negociação através do aumento de volume;
- >> Redução de custo de logística e barateamento dos custos de produção;
- >> Realização de parcerias comerciais, através do histórico e planejamento de compras;
- >> Garantia de qualidade, abastecimento, atendimento, classificação, padronização e etiquetagem;
- >> Contratação solidária de serviços de eng. agrônomos ou técnicos agrícolas.

Na comercialização:

- >> Fortalecimento da marca, unificando e ou implantando, Selos e Certificações de qualidade;
- >> Unificar representantes comerciais, promotores, logística de distribuição, etc;
- >> Divulgação, panfletagem e promoções;
- >> Aumentando o mix de produtos e abrindo novos canais de comercialização.

Na vida da comunidade:

- >> Melhorando, as estradas, escolas, postos comunitários de saúde, creches, transporte escolar, pontes, mata-burros, promoção de eventos, festas, gincanas, quermesses, construção de centro comunitário, entre outras.





SAIBA MAIS!

- >> **Oficina: Despertando para o Associativismo**
<http://goo.gl/54oGo7>
- >> **Curso + Consultoria: Planejando Nosso Empreendimento Coletivo**
<http://goo.gl/6lguo0>
- >> **Curso: Praticando o Associativismo**
<https://goo.gl/4g48U9>
- >> **Curso: Legalizando Nossa Associação**
<https://goo.gl/Jx1q8l>
- >> **Vídeos – Série de TV – COOPERAR é um bom negócio!**
<http://goo.gl/yqa8vu>
- >> **No Campo**
<http://goo.gl/gVmAbI>

AGREGAÇÃO DE VALOR

RENOVE SEUS OBJETIVOS PROFISSIONAIS!

Agregação de valor é a elevação do preço de um produto em decorrência de alguma alteração em sua forma ou sua apresentação, tanto do produto *in natura* como industrializado, dentro de cada nível da produção, industrial e comercial no setor de agronegócios.

Utilizada a favor do aumento da competitividade, pressupõe antecipação de tendências de mercado, distinção de mercados em qualidade e quantidade, buscando inovações, marcas diferenciadas e a identificação da percepção dos consumidores.

Agregar valor não é fazer o óbvio como: cobrar menos pelo produto; melhorar algo que já é percebido como bom pelo cliente e, muito menos divulgar a empresa. Agregar valor é dar um salto de qualidade em uma ou mais características, do produto ou serviço, que de fato são relevantes para a escolha do consumidor.



COMO POSSO COMEÇAR?

A empresa que pretende agregar valor precisa conhecer as necessidades de seus clientes e, mais do que isso, quais são os atributos dos produtos e serviços que de fato são determinantes no processo de compra. Para isso:

- >> É fundamental conhecer profundamente o cliente, suas vontades, seus hábitos e seus valores, necessidades básicas, identificando suas verdadeiras carências e anseios. Somente as empresas, que sabem o que cliente quer e valoriza conseguem direcionar seus esforços e otimizar seus gastos na melhoria da qualidade;
- >> Diversificar as suas mercadorias por meio de processos produtivos, através de métodos de produção que atendam à demanda de mercado, como o cultivo de frutas e verduras orgânicas, ou implementar processos e etapas que melhorem o produto. Um exemplo é um produtor de frutas que pode investir na produção doces. O produtor passa da monocultura para uma agroindústria;
- >> As alterações promovidas pelos produtores sobre suas mercadorias devem resultar em benefícios claramente perceptíveis aos demais profissionais envolvidos nos seus processos de circulação, distribuição e consumo. Não podem, de maneira alguma, gerarem atritos, desconfortos, ineficiências ou agregarem custos desnecessários que possam resultar em perdas de posições no mercado já conquistado;
- >> Toda e qualquer ação que vier a ser adotada deve estar alinhada com a capacidade de investimento do produtor, com os reais desejos e expectativas dos consumidores e com a sua capacidade de absorção econômica e financeira pelo mercado comprador;
- >> Agregar valor a produtos agrícolas aumenta e diversifica o lucro ao pequeno produtor rural. É uma alternativa para os agricultores não ficarem tão dependentes de poucos produtos, sem falar que os produtos agregados podem ser vendidos a preços mais elevados.

10

SAIBA MAIS!

- >> **Produtos com valor agregado são mais valorizados**
<http://goo.gl/TfWGWWh>
- >> **Empreender no campo**
<http://goo.gl/P6q6S5>
- >> **Negócio certo rural**
<http://goo.gl/fhFBml>
- >> **Sei vender**
<http://goo.gl/99K0j4>
- >> **No Campo**
<http://goo.gl/Xe8H5v>
- >> **Cadastre seu produto na central de oportunidades**
<http://goo.gl/wBzKlK>
- >> **Comércio justo**
<http://goo.gl/4mEP9b>



BOLETIM TENDÊNCIAS
E OPORTUNIDADES
HORTICULTURA

SEBRAE

Conselho Deliberativo Nacional
Robson Braga de Andrade

Diretora Técnica
Heloisa Menezes

Gerência UAMSF
Alexandre Comin

Coordenação Técnica
Lúcio Silva Pires Junior

Consultores
Glênio Pimenta e Hélio Junqueira

Gerência UAGRO
Augusto Togni

Carteira de Horticultura
Valéria Jurema

Carteira de Mandioca
Rafael Hermogenes

Carteira de Fruticultura
Andrea Restrepo Ramirez