



Com a proximidade da Copa do Mundo da FIFA 2014 os pequenos empreendimentos do agronegócio enfrentam um desafio: como comercializar seus produtos durante e após o megaevento?

Confira neste boletim como o marketing rural poderá auxiliar sua empresa a aproveitar as oportunidades geradas



O que é marketing rural

Segundo o Portal Educação, em artigo publicado este ano, o marketing rural pode ser definido como: "Todas as ações desenvolvidas com intuito de evidenciar os produtos e serviços agropecuários de forma positiva diante das empresas envolvidas nesse setor".

Basicamente, o marketing rural segue o preceito de entender e atender o mercado, definição clássica de marketing abordada por Raimar Richers, especialista do tema no Brasil.

FONTE: RURAL NEWS, EM MAIO DE 2012



Marketing rural e seus efeitos

O crescimento do agronegócio no Brasil, assim como em todo mundo, tem impulsionado cada vez mais as empresas a usarem o marketing rural.

Diante da escassa informação na literatura sobre o número de empresas brasileiras que utilizam o marketing rural foi realizada uma filtragem no site da Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio (ABMR&A). Os associados foram separados entre indústrias e serviços.



Indústrias

BUNGE G3 GERDAU VALE

Nessa categoria encontram-se as empresas do setor do agronegócio que utilizam o marketing rural, totalizando 20



Serviços

ABRAPA CANALRURAL ESPM

Negócios com foco em comunicação que auxiliam às empresas para utilizar o marketing de maneira adequada, totalizando 40

Fatores que motivaram a utilização do marketing rural

Consolidar a marca e aumentar o valor das empresas e suas ações

Aumentar os negócios

Vender mais



CLIQUE E CONHEÇA OS ASSOCIADOS DA ABMR&A



Cadeia de reações ocasionadas pelo uso do marketing rural

Melhoria da
imagem da
marcaFortalecimento
da imagemAgregação
de valor ao
produtoAumento de
vendasFacilidade
de abertura
de novos
mercados

FONTE: PORTAL RURAL NEWS (2012)



E qual o impacto no consumo?

- Ser conhecido e reconhecido pelo mercado será essencial para se diferenciar das empresas concorrentes;
- Os consumidores precisam conhecer as características e benefícios do seu produto, o que aumenta as chances de venda;
- O preço é ajustado para a competitividade de mercado, o que atrai mais consumidores e permite uma melhor gestão financeira;
- A logística é adequada e o produto pode ser disponibilizado em locais estratégicos;
- A promoção do produto também é melhorada e busca atingir o público-alvo da empresa.



Benefícios do marketing rural para o agronegócio:

- Permite uma correta precificação dos produtos e serviços;
- Permite uma adequação do produto ao mercado e o conhecimento da concorrência;
- Melhora a promoção dos produtos e serviços;
- Identifica o posicionamento da empresa quanto à forma de venda, seja ela direta ao cliente ou como fornecedor.

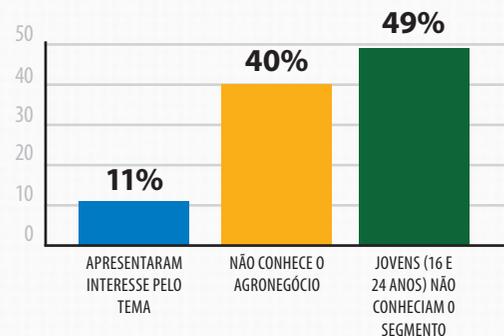


Mas, fique atento, conhecer o consumidor e saber como atendê-lo são pontos fundamentais do marketing rural.



Como os consumidores veem os produtos de origem rural

Segundo dados da pesquisa encomendada pela Associação Brasileira do Agronegócio (Abag), publicados em abril deste ano no portal Globo Rural, 81,3% da população dos centros urbanos consideram o agronegócio uma atividade muito importante para o país. Além disso, a profissão de agricultor foi indicada como uma entre as cinco profissões vitais para a vida nos centros urbanos.



Além disso, alguns fatores são considerados como influenciadores no consumo: segurança alimentar, higiene, qualidade e confiabilidade dos produtos.



Portanto, o agronegócio é considerado como essencial para o país, porém grande parte da população desconhece suas características, o que pode refletir no consumo destes produtos. Portanto, o marketing rural torna-se cada vez mais uma estratégia de ampliação de mercados.



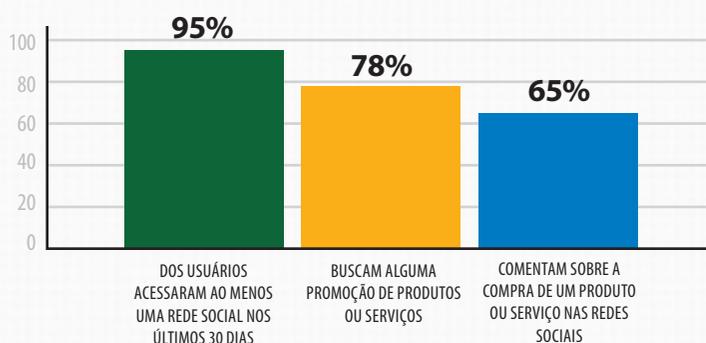
Mídias Sociais

Conforme constatado, o marketing rural é essencial para aproveitar as oportunidades geradas pela Copa do Mundo da FIFA 2014. Porém, o custo financeiro é, muitas vezes, um empecilho para que empreendedores de pequenas propriedades rurais utilizem estes conceitos em suas propriedades



Potencial das mídias sociais para o agronegócio

Infográfico publicado pelo 7CO Social, agência paulista especializada em *branding*, em julho de 2013, com dados de uma pesquisa realizada junto a 484 usuários de internet em todo o Brasil em março de 2012:



As mídias sociais podem ser uma tática rápida, de baixo custo financeiro e grande abrangência.

Como utilizar as mídias sociais em seu favor

- Conhecer o perfil do público-alvo e quais aspectos do produto são considerados diferenciais;
- Criar ações promocionais que impactem o público desejado;
- Promover a marca e novos produtos;
- Comunicar-se com os clientes;
- Possibilidade de criar conteúdos relevantes e atrair mais clientes.

AÇÕES
RECOMENDADAS

Oportunidades e Ações Recomendadas para o Mundial

O marketing rural é então uma oportunidade que poderá viabilizar a comercialização de seus produtos durante o Mundial. Confira algumas dicas:



Embalagem

- Para produtos típicos, busque transmitir a cultura da região na embalagem. Uma dica é realizar parcerias com o artesanato da região para produzir embalagens inovadoras e únicas.
- Outra dica é apresentar além das informações nutricionais de seu produto, um pequeno histórico sobre a importância cultural do item ou seus benefícios para a saúde.
- Além disso, a embalagem deverá ser moldada para um manuseio simples e que permita o consumo em diversas situações. Por exemplo, ofertar um mix de frutas típicas da região Norte e prontas para o consumo, em uma embalagem com utensílios (garfo e faca) de artesanato da região e que possam ser reutilizados.
- Outra dica é trabalhar com embalagens biodegradáveis e ambientalmente responsáveis, que poderão ter um apelo extra ao consumidor.
- Confira também o [alerta](#) publicado sobre o assunto no portal. Acesse também o portal da [Associação Brasileira de Embalagens \(ABRE\)](#) e confira as informações sobre a rotulagem de alimentos no Brasil.



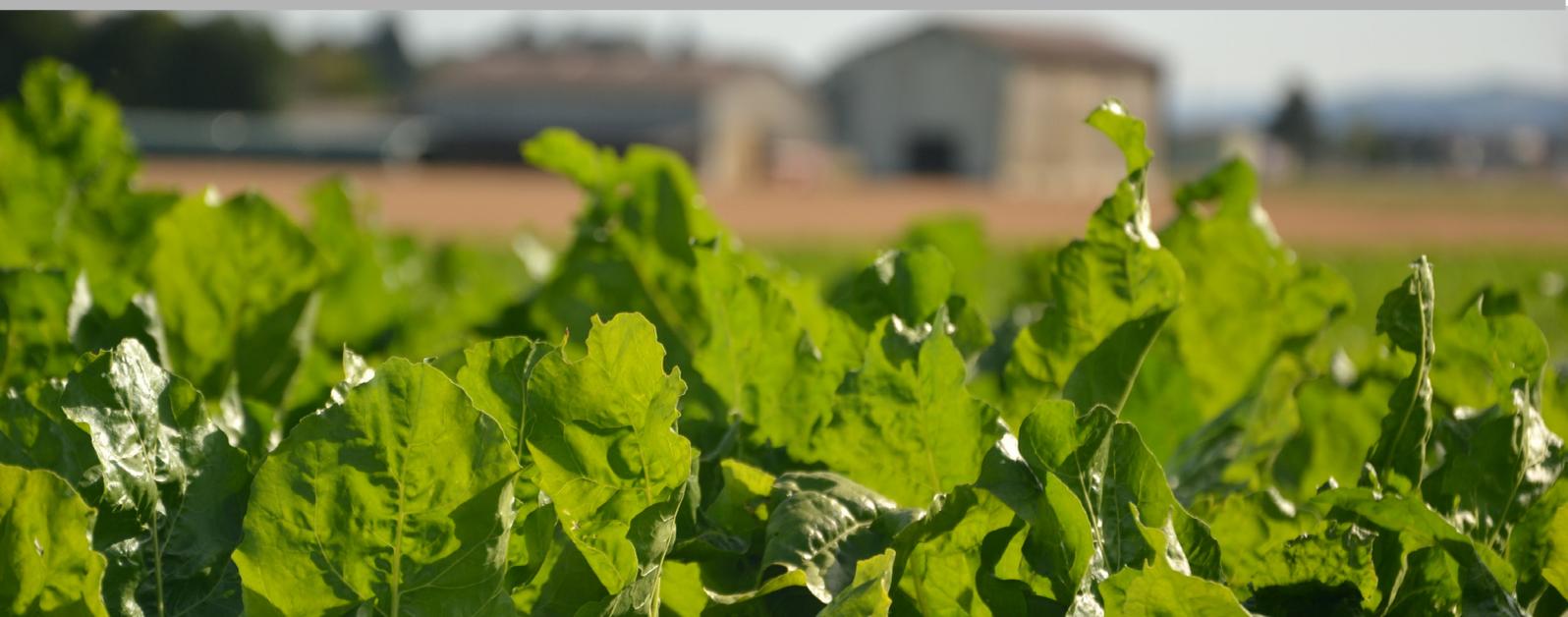
Precificação

- Na precificação, busque conhecer o valor cobrado pelos seus concorrentes e se o seu produto possui algum diferencial que justifique um valor superior. Cobrar um valor muito alto pelo simples apelo do Mundial poderá ser um erro grave, o qual poderá afastar os consumidores.
- Uma dica é contar com o apoio dos consultores do Sebrae para realizar a precificação do produto. Isto possibilitará conhecer todos os custos do produto, para assim conseguir trabalhar com um preço competitivo.
- Para mais informações, confira o portal de [Formação de Preços do Sebrae](#).



Mídias Sociais

- Busque conhecer os turistas que visitarão sua região, assim você poderá ofertar produtos com os diferenciais específicos para cada grupo de turista.
- Utilize as mídias sociais para apresentar seu produto, a região e seus atrativos turísticos. Uma dica é criar um conteúdo relevante sobre a região, o qual poderá atrair tanto turistas estrangeiros quanto nacionais, que poderão considerar seu produto como referência na região.
- Para quem trabalha também com o turismo rural, confira o [alerta](#) publicado no portal.
- Para mais informações, confira os portais de [Redes Sociais](#) e de [Mercado Digital](#) do Sebrae.



Melhorias no produto

- Fique atento ao modo com que seu público-alvo se comporta, quais são os diferenciais considerados e o que estes consumidores buscarão durante o Mundial.
 - Uma dica é conferir a [cartilha Tendências de Negócios e Perfil dos Consumidores para 2014](#), produzida pelo Sebrae.
- Para entender um pouco melhor o perfil do turista, confira ainda as pesquisas sobre a Copa das Confederações da FIFA 2013, como a publicada pelo [Serviço de Proteção ao Crédito \(SPC\)](#) e pelo [Instituto Brasileiro de Turismo \(Embratur\)](#), que podem auxiliar a entender o perfil do turista nacional e estrangeiro.



Promoção

- Uma dica é apresentar seus diferenciais perante o mercado. Por exemplo, comunicar ao turista porque o queijo artesanal produzido em Minas Gerais é diferente dos demais, qual a história, qual o processo produtivo e qual a cultura que envolve a mercadoria.
- Outra dica é realizar a promoção de seu produto com outras empresas do agronegócio. Por exemplo, promova produtos que poderão ser complementares no consumo, como queijos e vinhos ou ainda cachaças artesanais e amendoins.
- Por fim, confira o portal da [ABMR&A](#) e fique atento aos eventos e informações publicadas pela Associação.



Pontos de Venda

- Com relação ao ponto de venda, uma dica é realizar parcerias com o comércio varejista, com a rede de restaurantes e com os hotéis da região, assim você poderá ofertar o produto aos turistas de forma indireta, como fornecedor.
- Para quem optar por vender diretamente ao turista, tenha um local higienizado, arrumado, com atrativos e que seja localizado em pontos estratégicos de grande movimentação. Uma dica é se unir a outros produtores rurais e realizar feiras específicas durante o período de realização dos jogos.
- Outro ponto de destaque é a logística, uma dica é buscar parcerias com outras empresas do agronegócio que possuam consumidores em comum, desta forma, o transporte de cargas em conjunto poderá reduzir os custos inerentes.



Os empreendedores de pequenas propriedades rurais devem utilizar o marketing rural como uma forma de comercializar seus produtos durante o Mundial, mas fique atento, o planejamento e as boas práticas são fundamentais para que o resultado seja positivo