

## A IMPORTÂNCIA DO MARKETING NO AGRONEGÓCIO

O agronegócio brasileiro além de ser responsável por uma parte considerável no PIB nacional, vem sendo um dos setores em maior transformação na economia. Com a globalização de mercados, o sucesso de um negócio cada vez mais depende de uma inter-relação do marketing na sua divisão de comercialização, entre indústria, serviço e agricultura. (SILVA, 2015).

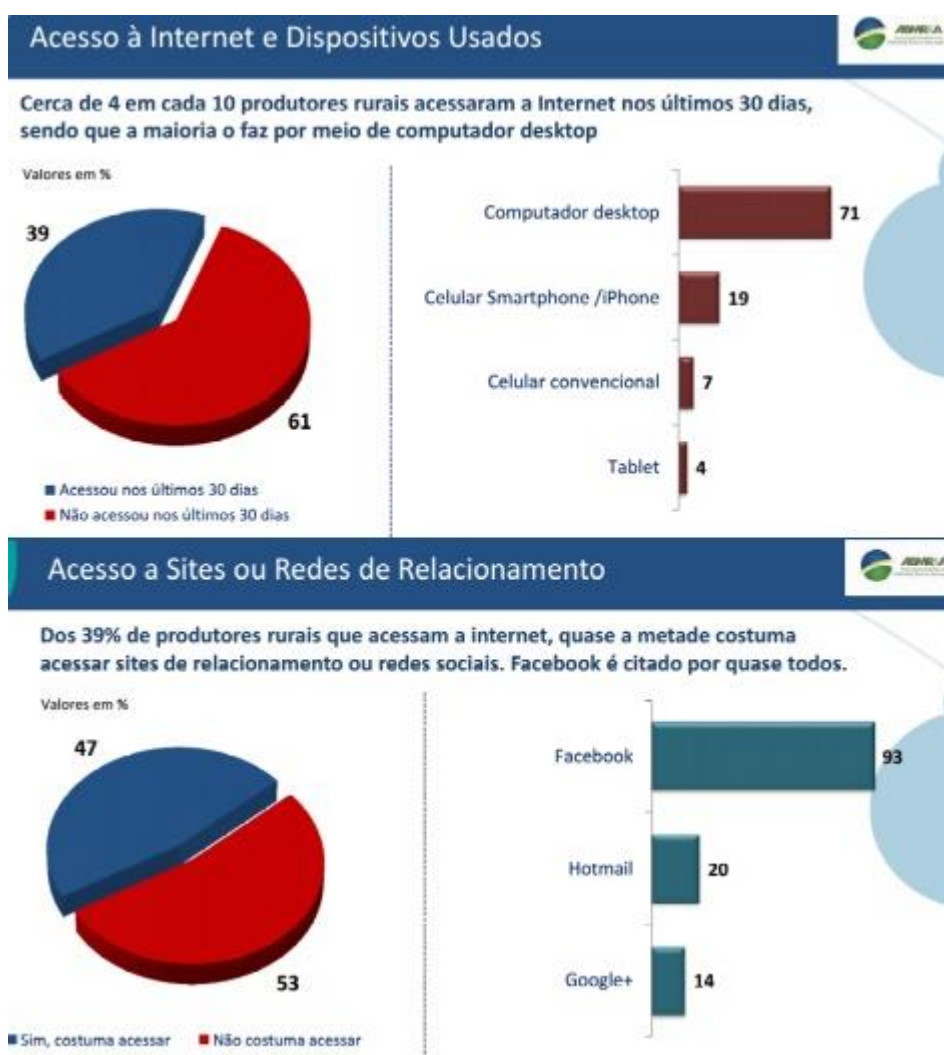
A agricultura hoje não é mais algo considerado fechado e colocado como a parte do “mercado corporativo”, ou não deveria ser. Ao contrário disso, o agronegócio possui uma competitividade mundial e para se tornar competitivo nesse setor, assim como qualquer empresa em outro, se necessita de uma gestão mais eficiente dos seus negócios. É assim que entra o marketing, trazendo vantagens para o empreendimento em relação ao mercado.

Alguma das ações ao qual a utilização do marketing no setor já estão demonstrando resultados são: Na interação com o público-alvo, estreitando um vácuo enorme que antes existia entre o produtor e o consumidor na agricultura. Melhorando o relacionamento com o cliente, visto que a imagem do agronegócio sempre foi algo muito mal difundindo principalmente por habitantes de regiões metropolitanas, que valorizavam mais acontecimentos que denegriam o agronegócio do que a importância dele indiscutível para a população. O aumento de vendas, a partir de uma exploração melhor da marca ou dos produtos para com os potenciais consumidores. (CONTENT, 2017).

Assim como já informado, o agronegócio passa por um período de transformações, em sua cadeia produtiva, em sua logística, na adesão de inovações etc. E nesse cenário o marketing entra de cabeça, segundo o Portal Terra (2016), há 9 tendências do agro na próxima década em que a atuação do marketing poderá incorporar. A transformação do posicionamento de alimentos e bebidas para saúde e nutrição, o desenvolvimento do empreendedorismo e das cooperativas na construções de marcas e fusões globais e o diálogo com os principais meios de comunicação para um compartilhamento de causas comuns, são umas das tendências esperadas.



O marketing digital por sua vez, já é uma realidade no agronegócio brasileiro. Com a tendência cada vez mais consistente das *AgTechs* e o acesso cada vez maior de toda a população à internet, principalmente a do homem do campo, como mostra na figura 1 a seguir, o marketing digital ganha cada vez mais força.



**Figura 1:** Perfil comportamental e os hábitos de mídia do produtor rural.  
**Fonte:** ABMR&A (2014).

Como mostra a figura acima, o perfil do homem do campo está mudando. O acesso à internet e outras tecnologias já conquistaram os produtores, pois já perceberam que sem a informática perdem dinheiro. Enxergam a utilidade dessa ferramenta na busca de parceiros, negócios, cotações, condições climáticas e outras informações.

Assim, o marketing digital tem um cenário totalmente favorável pra agir, atuando na produção de conteúdo para ampliar os canais de divulgação, atrair e fidelizar o público-alvo de determinado empreendimento. A utilização das mídias sociais para um maior alcance de informação a todos. A presença em feiras e eventos propiciando um networking conciliando o marketing off-line com o marketing online. (VIEIRA, 2016)

Todo esse ambiente já comentado anteriormente, nos permite concluir que o marketing é algo que já está presente no agronegócio e tende a estar cada vez mais, se tornando como já é no mundo corporativo, algo intrínseco ao negócio. Algo extremamente positivo a esse mercado e aos profissionais de marketing é que se trata de um setor ainda pouco explorado e com muitas possibilidades de ideias e inovações que contribuam com o carro-chefe da nossa economia.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONTENT, R. **A importância do marketing no agronegócio para os produtores rurais.** 2017. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/marketing-no-agronegocio/>> Acesso em: 26 maio 2018.

SILVA, C. **Marketing no Agronegócio.** 2015. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1211390746.pdf>> Acesso em: 26 maio 2018.

TERRA. **9 Tendências do marketing no agronegócio do futuro.** 2016. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/climatempo/9-tendencias-do-marketing-no-agronegocio-do-futuro,dec4604ca879bfe7aaa334648185b2e9zigvzfml.html>> Acesso em: 26 maio 2018.

VIEIRA, S. **Do campo para a internet: Como o Marketing Digital pode ajudar o agronegócio.** 2016. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/como-o-marketing-digital-pode-ajudar-o-agronegocio/>> Acesso em: 26 maio 2018

