ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA PRODUTOS AGROECOLÓGICOS[1]

Ivanir Terezinha Damer[2], Luciano Zamberlan[3]. UNIJUÍ

A crescente valorização da natureza e a demanda por produtos agroecológicos, impulsionam a agricultura orgânica no Brasil, que cresce a uma taxa anual de 20%.Da mesma forma tem se expandido, mas não na mesma proporção, a atuação do marketing, o qual tem papel decisivo na consolidação dos produtos agroecológicos. A profissionalização do negócio de produtos agroecológicos deve ir além das técnicas de produção e da busca por um padrão de qualidade superior, ela deve primar também pelo conhecimento do mercado consumidor. Neste sentido o presente estudo teve como principal objetivo pesquisar o grau de identificação e conhecimento dos produtos agroecológicos, para poder elaborar um diagnóstico do mercado local, conhecer o perfil do consumidor e propor estratégias de marketing com base o mix – produto, preço, distribuição e promoção. Para tanto, foram pesquisados 144 consumidores godoienses, com aplicação de um questionário com 36 questões, com abordagem sobre o perfil e as variáveis do mix de marketing. Com os resultados apresentados pela pesquisa, da percepção dos consumidores locais, apresentam estratégias direcionadas a cada componente do composto de marketing. Destacam-se mudanças nos hábitos alimentares das pessoas, tendo como principal motivação para o consumo de agroecológicos a questão saúde, segurança do alimento, problemas ambientais. Existe um mercado potencial, com consumidores ávidos a consumir, necessitando de maior variedade e disponibilidade de produtos agroecológicos.

[1] Estágio Supervisionado em Administração II
[2] Bacharel em Administração
[3] Professor Orientador – Departamento de Estudos da Administração - UNIJUÍ