



Marketing na prática extensionista junto às cooperativas

Jéssica Bento Pereira¹, Sidnei Dal'Agnol^{1*}, Silvana Saionara Gollo¹, Francielle Frizzo¹, Marcos Antonio Cezne¹
*Orientador

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) –
Campus Erechim. Erechim, RS

Existem no estado do Rio Grande do Sul sete unidades de cooperativismo (UCPs) da Associação Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/RS), essas unidades estão localizadas nos municípios de Ijuí, Santa Rosa, Erechim, Pelotas, Santa Cruz do Sul, Porto Alegre e Frederico Westphalen. São 28 extensionistas rurais lotados nas UCPs da Emater, que atuam na assessoria de aproximadas 160 cooperativas da agricultura familiar, que possui no seu quadro aproximadamente 36.000 cooperantes. Em razão da grave pandemia de Covid-19 que iniciou em 2020, estas cooperativas demandaram aos extensionistas assessoria na área de mercadologia, o que motivou a criação deste projeto de pesquisa com a Emater/RS. O projeto teve por objetivo entender a percepção dos extensionistas sobre o marketing na rotina extensionista junto às cooperativas. Para concretização da pesquisa foi realizada articulação junto a Coordenadoria Estadual de Cooperativismo da Emater/RS-Ascar para autorização e viabilização do envio de questionários virtuais para os extensionistas das UCPs. Os questionários foram encaminhados para 28 pessoas e 19 deles responderam, sendo 68% homens e 32% mulheres. As respostas coletadas mostram que a percepção sobre marketing pelos extensionistas ainda é muito atrelada a propaganda, vendas e divulgação, visão comum entre a sociedade, que limita muito o trabalho de marketing nas organizações. Ao analisar os dados coletados, constatou-se que os extensionistas precisam aprimorar conhecimentos sobre conceitos e aplicação das estratégias de marketing, em especial, em marketing digital, marketing de conteúdo, posicionamento e segmentação de mercado, planejamento de marketing, análise do ambiente externo, desenvolvimento de novos produtos, distribuição, promoção e comunicação. No final do projeto foi enviado um relatório à Coordenação Estadual de Cooperativismo da Emater/RS-Ascar com os resultados e sugestões geradas com a pesquisa. Projetos futuros podem articular parcerias entre IFRS e Emater/RS para realização de cursos de capacitação em marketing aos extensionistas.

Palavras-chave: marketing, extensionistas, Emater, cooperativas, agricultura familiar.

Modalidade: Pesquisa