

Marketing para pontos de venda físico em cooperativas da agricultura familiar

Ellen Faccio Grando¹, Sidnei Dal Agnol^{1*}
*Orientador

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

Marketing, segundo Philip Kotler, é a atividade humana dirigida para a satisfação das necessidades e desejos, através do processo de troca. Uma bancada organizada, métodos de divulgação eficientes, preços de acordo com o mercado, localização do ponto de venda e um atendimento exemplar, tudo isso envolve marketing. Para contribuir com o comércio e divulgação de produtos de pequenos produtores e donos de agroindústrias, o presente estudo tem por objetivo elaborar e apresentar ações estratégicas para serem implementadas em cooperativas da agricultura familiar, especificamente sobre mix de marketing, atendimento, organização dos espaços de comercialização e ações para atração e fidelização de clientes. A pesquisa foi desenvolvida de forma qualitativa e quantitativa, através de materiais do curso de Tecnologia em Marketing, disponíveis na biblioteca do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul-*Campus Erechim*, leituras sobre boas práticas de marketing, e normas de vigilância sanitária. Uma pesquisa com consumidores também foi realizada para um melhor diagnóstico dos pontos de venda. Para um entendimento simples sobre o assunto, uma cartilha foi desenvolvida para agricultores, vendedores e donos de agroindústrias. Tendo em vista a importância do projeto, a proposta também é promover um curso de marketing para esses profissionais e também para servidores da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER). O estudo feito neste projeto garante mais visibilidade e padronização de trabalho nas cooperativas de agricultura familiar e agroindústrias, vai em busca de melhorias e otimização para os produtores desses segmentos que buscam alavancar suas vendas e apresentar melhor seus produtos possam estar satisfeitos, bem como alcançar a satisfação de seus clientes.

Palavras-chave: Agricultura Familiar; Marketing; Vendas.

Modalidade: Extensão