

## MARKETING: introdução ao marketing do agronegócio



**Celso Carrer**

MERCADO - MARKETING



**FZEA USP**



**MARKETING** é uma função organizacional e um **conjunto de processos** que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado (AMA - American Marketing Association, 2005).

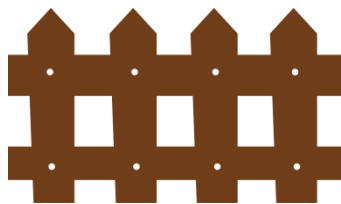
---

# MARKETING DO PRODUTOR RURAL

## DESAFIOS DO PRODUTOR RURAL:

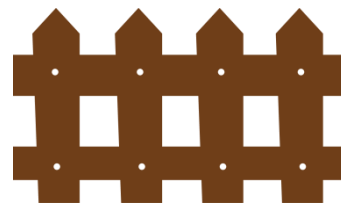
- **Isolamento e dificuldade de fazer marketing sozinho;**
- **Depende de planos agrícolas e de planos de financiamento;**
- **Atividade rural possui muitos riscos: clima, doenças, oferta e demanda, leis etc.;**
- **Está longe dos mercados consumidores finais.**

# MARKETING NO AGRONEGÓCIO



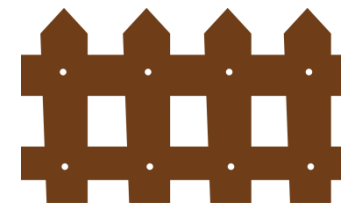
## ANTES DA PORTEIRA

Marketing rural de máquinas agrícolas e bens de produção, de insumos e de revenda.



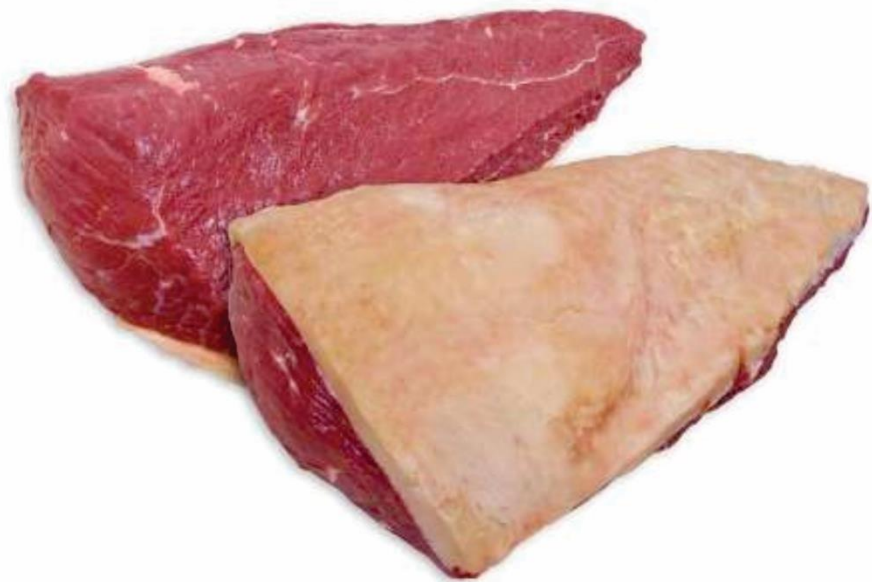
## DENTRO DA PORTEIRA

Entidades, cooperativas, associações e o plano de marketing individual.



## NO PÓS-PORTEIRA

Frigoríficos e indústria de laticínios.



**commodity**



**preço e volume**



**relação funcional**



**marca**



**consumidor e valor**



**relação emocional**

**DESCOMODITIZAÇÃO** ►

**MARKETING**

FONTE: José Luiz Tejun. Adaptado pelo autor.



Food and Agriculture  
Organization of the  
United Nations

## MARKETING

“Descomoditização” por José Graziano da Silva - FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação): **vai se destacar quem apostar na diferenciação, por meio de investimentos em qualidade, inovação, segurança, responsabilidade socioambiental de processos e produtos, entre outros atributos.**

# MARKETING: CRIAÇÃO DE VALOR E POSICIONAMENTO

## PREÇO X VALOR





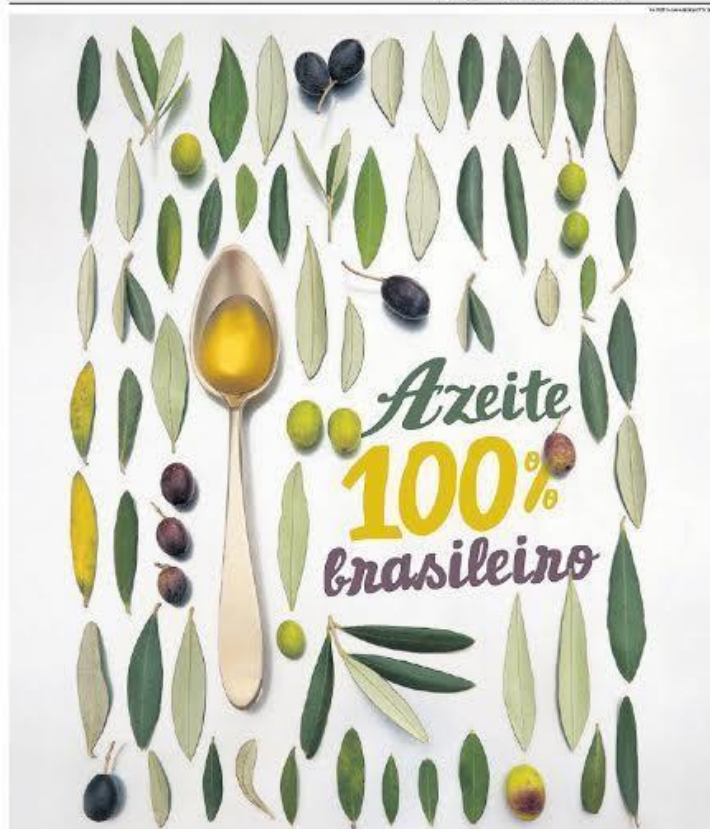
# MARKETING: CRIAÇÃO DE VALOR E POSICIONAMENTO





# MARKETING: CRIAÇÃO DE VALOR E POSICIONAMENTO (JUAN VALDEZ)





Pela primeira vez conseguimos montar um **painel de degustação com azeites nacionais**. A produção este ano foi considerável, variada, e – o que é melhor – de boa qualidade. O.k., não temos tradição no produto, mas nossos azeites têm **uma vantagem em relação aos estrangeiros, o frescor**: as azeitonas foram prensadas em abril e ele já está nas prateleiras (um importado disponível por aqui foi envasado em novembro, na melhor hipótese). **Pág. 2**

#### Prato do dia

Crustone de cogumelos, é fácil de fazer e ótimo parceiro para a sopa. **Pág. 5**

#### Entrevista

Niki Nakayama faz kaiseki no n'naka em Los Angeles. E inventa. **Pág. 4**

#### Só de birra

Três estilos de cerveja que combinam com a meia-estação. **Pág. 6**

## MARKETING: AZEITE 100% BRASILEIRO

1. Criar ou identificar valor ao produto;
2. Desenvolver e entregar valor;
3. Alinhar pessoas aos valores criados.

As duas maiores regiões produtoras de azeite no País – Serra da Mantiqueira e sul do Rio Grande do Sul – já somam cerca de 20 plantas de refino.

# MARKETING: AZEITE 100% BRASILEIRO

**paladar**  
estadao.com.br/paladar

**CRIME E CASTIGO**  
Italiano, Stefano DiStefano se recusou a usar pernilo de vaca e acabou perdendo o direito de ser DODD. Pág. 6

**Azeite 100% Brasileiro**

Pela primeira vez conseguimos montar um **painel de degustação com azeites nacionais**. A produção este ano foi considerável, variada, e – o que é melhor – de boa qualidade. O.k., não temos tradição no produto, mas nossos azeites têm **uma vantagem em relação aos estrangeiros, o frescor**: as azeitonas foram prensadas em abril e ele já está nas prateleiras (um importado disponível por aqui foi envasado em novembro, na melhor hipótese). Pág. 2

**Prato do dia**  
Crostone de cogumelos, é fácil de fazer e ótimo parceiro para a sopa. Pág. 5

**Entrevista**  
Niki Nakayama faz kaiseki no n'naka em Los Angeles. E inventa. Pág. 4

**Só de birra**  
Três estilos de cerveja que combinam com a meia-estação. Pág. 3

“O curto intervalo de tempo entre o campo e o prato é o maior trunfo do azeite produzido no Brasil – os importados enfrentam uma longa jornada até chegar ao consumidor. E azeite, quanto mais novo, melhor.

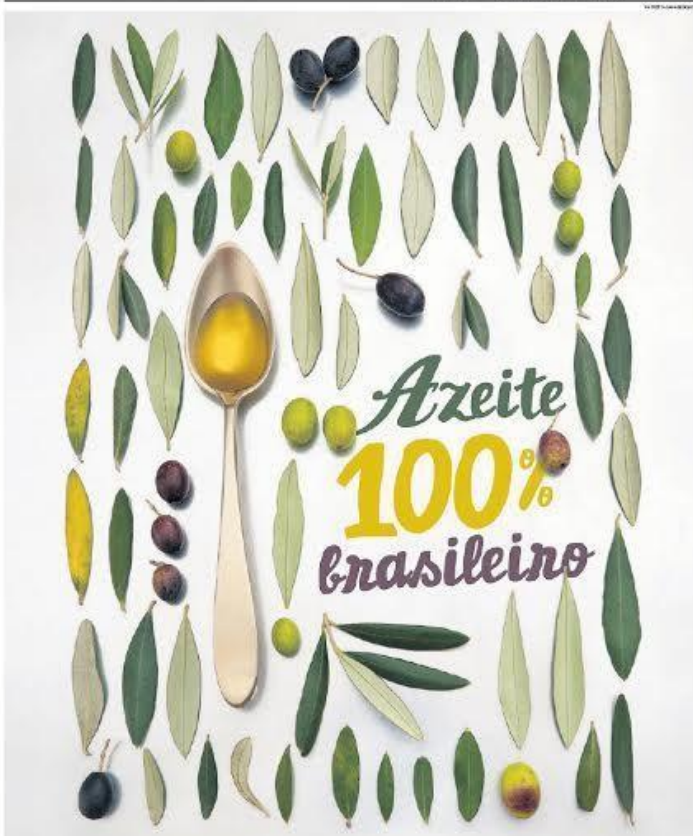
A colheita nacional terminou entre março e abril e os azeites recém extraídos já estão na prateleira. No caso dos importados à venda aqui, na melhor hipótese, foram prensados em novembro. E mais: os brasileiros, engarrafados pelo próprio produtor, escapam das fraudes e adulterações



# MARKETING: AZEITE 100% BRASILEIRO

**paladar**  
estadao.com.br/paladar

"CRIME" E CASTIGO  
Itabano, Stefano DiLillo e  
reusou avar e periclitou  
vinhos e partiu  
abrevida por  
DODD e Pág. 6



**Azeite  
100%  
Brasileiro**

Pela primeira vez conseguimos montar um **painel de degustação com azeites nacionais**. A produção este ano foi considerável, variada, e - o que é melhor - de boa qualidade. O.k., não temos tradição no produto, mas nossos azeites têm **uma vantagem em relação aos estrangeiros, o frescor**: as azeitonas foram prensadas em abril e ele já está nas prateleiras (um importado disponível por aqui foi envasado em novembro, na melhor hipótese). **Pág. 2**

**Prato do dia**  
Crostone de cogumelos, é fácil de fazer e ótimo parceiro para a sopa. **Pág. 5**

**Entrevista**  
Niki Nakayama faz kaiseki no n'naka em Los Angeles. E inventa. **Pág.4.**

**Só de birra**  
Três estilos de cerveja que combinam com a melancia. **Pág.6**



## VERDE OLIVA

O casal Newton Litwinski e Fátima Garcia produz azeite orgânico numa fazenda em Delfim Moreira (MG). Aceitam encomendas por correio e fazem visitas agendadas.

Arbequina:

**Degustação**

leve, amargor leve a médio, frutado E picância leve.

**Informações tel.: 35 3624-1334**

**R\$ 50 (250ml, direto com a degustação)**

# MARKETING: AZEITE 100% BRASILEIRO



21/05/2015 - 10:30

Enviado por: **Pablo**

Tudo muito legal, mas como muita coisa no Brasil, os preços são exagerados, querem ter preço antes de fama, tradição e qualidade comprovada.

 responder este comentário

 denunciar abuso

21/05/2015 - 16:12

Enviado por: **Tir Barbosa**

É verdade, estava vendo os preços, quase que proibitivos ou totalmente para grande parte das pessoas.

21/05/2015 - 23:11

Enviado por: **Carolina**

Aqui na Austrália foi a mesma coisa em relação aos preços, eram proibitivos.

Mas, passados alguns anos e com maior produção, os preços baixaram bastante. Ainda são mais caros do que os importados, porém, uma vez que você usou azeite fresco, NUNCA MAIS vai querer o importado. A diferença é simplesmente incrível!



# MARKETING



**DESCOMODITIZAÇÃO DO QUEIJO DA CANASTRA**



MINAS GERAIS

# SERRA DA CANASTRA

793 produtores de queijo de leite cru  
em 7 municípios

48,5% em São Roque de Minas



## PRODUÇÃO

- 16.500 kg de queijo por dia
- Média de 20 queijos/dia por produtor
- 135 mil litros de leite por dia
- Média de 170 litros/dia de leite por produtor
- 1.727 pessoas
- 78% de mão de obra familiar

## PROPRIEDADES

73% tem até 100 hectares



Gado  
predominante



GIR



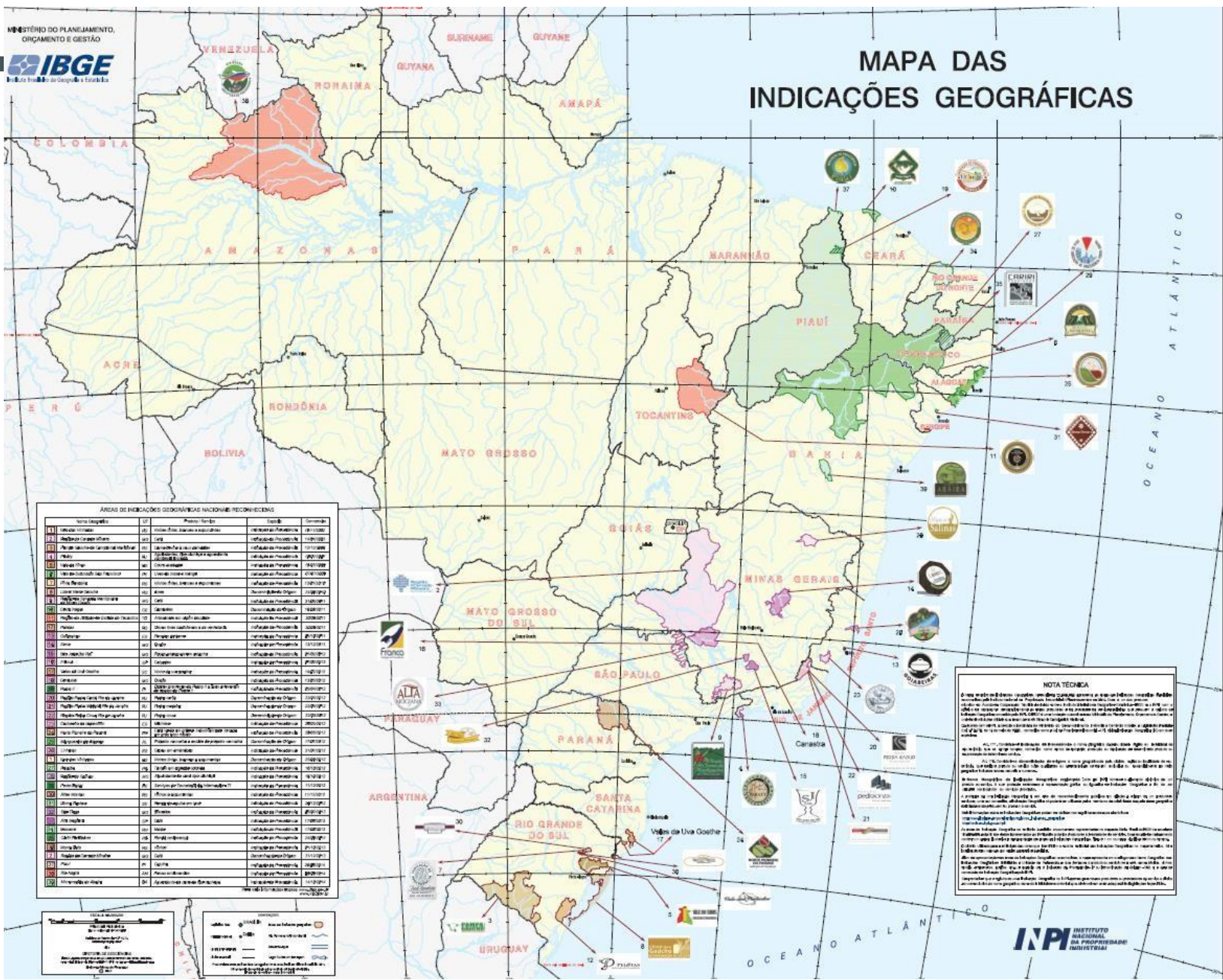
Holandês



Mestiço



# MAPA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS



**NOTA TÉCNICA**

O mapa apresenta as áreas de indicações geográficas nacionais reconhecidas pelo IBGE, com base no Cadastro Nacional de Indicações Geográficas (CENIG). O mapa foi elaborado com base nos dados disponibilizados pelo IBGE, com a finalidade de informar a população sobre as áreas de indicações geográficas reconhecidas no Brasil.

O mapa não representa uma avaliação ou recomendação do IBGE sobre a qualidade dos produtos ou serviços das áreas de indicações geográficas reconhecidas. O IBGE não se responsabiliza por danos ou prejuízos decorrentes do uso indevido das informações contidas no mapa.

O mapa foi elaborado com base nos dados disponibilizados pelo IBGE, com a finalidade de informar a população sobre as áreas de indicações geográficas reconhecidas no Brasil.

O mapa não representa uma avaliação ou recomendação do IBGE sobre a qualidade dos produtos ou serviços das áreas de indicações geográficas reconhecidas. O IBGE não se responsabiliza por danos ou prejuízos decorrentes do uso indevido das informações contidas no mapa.





DISPONÍVEL EM <http://cod.ibge.gov.br/4FJZA>

## **MARKETING É UM PROCESSO PARA:**

- **Definir mercados;**
- **Quantificar as necessidades dos grupos de cliente (segmentos);**
- **Determinar as proposições de valor para atender a essas necessidades;**
- **Comunicar essas proposições de valor a todas as pessoas da organização responsáveis por entregá-las e conseguir que comprem a ideia e assumam seu papel;**
- **Desempenhar um papel adequado na entrega dessas proposições de valor;**
- **Monitorar o valor entregue.**



# O QUE FAZ UM GESTOR DE MARKETING NO DIA A DIA?

**Se o objetivo do marketing é a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, é preciso conhecer esses clientes para poder cumprir o objetivo.**



**Emerson Fittipaldi breaks tradition after winning the Indianapolis 500 by celebrating with a bottle of orange juice, Indianapolis 500, Indianapolis Motor Speedway, May 30, 1993.**

# O QUE FAZ UM GESTOR DE MARKETING NO DIA A DIA?

**Além disso, o gestor de marketing deve ficar atento aos avanços tecnológicos, às mudanças culturais e ao ambiente ecológico ou natural, que também podem causar forte impacto no mercado em que atua e na sua própria empresa.**



ÁRIO: UMA VISÃO DE

# O QUE FAZ UM GESTOR DE MARKETING NO DIA A DIA?

**Além do ambiente externo, o gestor de marketing deve analisar o mercado no qual está inserido, levando em conta os fornecedores, concorrentes, intermediários (varejistas, por exemplo) e clientes.**



FONTE: José Luiz Tejon. Adaptado pelo autor.

# O QUE FAZ UM GESTOR DE MARKETING NO DIA A DIA?

**Com relação ao comportamento do consumidor potencial, o profissional deve conhecer os fatores que influenciam o processo de compra do consumidor.**





# O QUE FAZ UM GESTOR DE MARKETING NO DIA A DIA?

Gestor de marketing deve tomar decisões em relação às variáveis controláveis de marketing, ou seja, aquilo sobre o que ele pode interferir: os 4 “Ps” – produto, preço, promoção e praça.





# MARKETING: VISÃO E ESTRATÉGICA



# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**AUMENTO DE TURBULÊNCIA,  
COMPLEXIDADE E  
COMPETITIVIDADE**

# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**VELOCIDADE DE MUDANÇA TECNOLÓGICA**

# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**IDENTIFICAR FONTES DE VANTAGENS COMPETITIVAS**



# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**IMPOR UMA ABORDAGEM ORGANIZADA**



# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



FOTOGRAFIA DO AUTOR. MERCADO MUNICIPAL DE SÃO PAULO, MARÇO 2015.

## NECESSIDADE DE INFORMAR

# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**CONSEGUIR APOIO**



# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**OBTER RECURSOS**

# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**CONSEGUIR COMPROMETIMENTO**



# PORQUE UM PLANO DE MARKETING É NECESSÁRIO ?



**ESTABELEECER OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS**



“MARKETING É IMPORTANTE DE MAIS PARA SER  
DEIXADO PARA O DEPARTAMENTO DE  
MARKETING”

DAVID PACKARD  
COFOUNDER DA HEWLETT-PACKARD