

O IMPACTO DO MARKETING EM UMA EMPRESA DE AGRONEGÓCIO DE VOTUPORANGA-SP

Lara Oliveira da Silva, Gabriela Cirqueira, Manoela dos Santos Sanchez

Resumo

O presente trabalho objetiva-se em mostrar como o marketing é de suma importância para um dos setores que mais movimentam a economia de um país: o agronegócio. O marketing se torna uma ferramenta indispensável nesse ramo a partir do momento em que estreita a relação entre empresas e produtores e gera oportunidade de gerar novos negócios. O trabalho busca explorar a fundamentação do conceito e aplicação do marketing e seus métodos com o intuito de demonstrar de forma objetiva como ações certas dentro de uma empresa podem alavancar seu negócio. Para isso, foi realizada uma revisão bibliográfica na busca de trabalhar o conceito e um estudo de caso focado em marketing dentro do agronegócio. A partir da metodologia aplicada neste trabalho, em que a empresa Alpha Nutri, muito conceituada no mercado de agronegócio, por estar sempre visando a alta qualidade de seus produtos, e priorizando acessibilidade e satisfação para seus consumidores. Através da aplicação do marketing, notaram-se grandes oportunidades de crescimento para empresa e para seus consumidores, obtendo em paralelo um nítido crescimento por meio de parcerias que foram realizadas com produtores rurais e cooperativas, com intuito de expandir seu negócio nas regiões e estados em que atua. Pode-se concluir que o marketing foi uma ferramenta essencial para a empresa Alpha Nutri obter maior produtividade, rentabilidade e atrair parcerias fortes com empresas fornecedoras, confirmando a estratégia bem desenvolvida no agronegócio. Após a implementação do marketing a empresa Alpha Nutri notou um crescimento de 40% de suas vendas, e também foi perceptível de que a maioria era de clientes novos.

Palavras-chave: Negócio. Marketing. Agronegócio.

Referências Bibliográficas

AZEVEDO, Celicina Borges. **Metodologia da pesquisa:** ao alcance de todos. 2. Ed. São Paulo: Manole, 2009.

CONTENT, R. **A importância do marketing no agronegócio para os produtores rurais.** 2017. Disponível em:

FRANCISCO, Dione Carina; MIRANDA, Sílvia Helena Galvão de; XIMENES, Valquíria Prezotto; BADEJO, Marcelo Silveira. **Agronegócios.** Curitiba: Intersaberes, 2015.

TORRES, Cláudio. **Guia prático de Marketing na Internet para pequenas empresas:** dicas para posicionar o seu negócio e conquistar novos clientes na Internet. São Paulo: Copyright Cláudio Torres, 2010.