

AGRONEGÓCIO

Esalq discute desafios da gestão de marketing

**Rafael Bitencourt
Especial para A Tribuna**

Conceito bastante conhecido e disseminado nos dias de hoje - o qual, segundo o pesquisador Raimar Ríchers, atualmente circula no Brasil quase com a mesma frequência que democracia e goiabada -, o marketing pode ser definido como o processo usado para determinar que produtos ou serviços possam interessar aos consumidores, assim como a estratégia que será utilizada nas vendas, comunicação e no desenvolvimento do negócio. Ou, de acordo com Philip Kotler, trata-se do processo social por meio do qual as pessoas obtêm o que necessitam e desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos.

Com o objetivo de discutir os desafios e os conceitos aplicados à gestão de marketing, em diferentes segmentos, entre eles, o agronegócio, setor que exerce impor-

tância fundamental para a economia, o Grupo de Extensão em Marketing e Gestão (MarkEsalq) da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP), realizou na última sexta-feira, 16, no Anfiteatro do Pavilhão da Engenharia da universidade, o 8º Encontro sobre Marketing, Alimentos e Agronegócios.

Ao longo de todo o dia, o evento contou com a participação de pesquisadores e profissionais de diferentes empresas, que apresentaram aos presentes temas como "Franchising e a Gestão do Marketing no Varejo", "O Marketing no Segmento de Insumos", "A Sustentabilidade no Segmento de Varejo" e o "Marketing no Segmento de Alimentos". Foi realizado o 1º Congresso sobre Marketing em Alimentos e Agronegócios (Coma), com apresentação de projetos de pesquisa acadêmicos. Houve espaço, no hall de recepção, para importantes projetos do setor, resumi-



Rafael Bitencourt

Organizadores e palestrantes reunidos ao final do evento na Esalq

dos em banners, para facilitar a leitura e o conhecimento por parte do público.

A série de atividades foi encerrada ao final da tarde com workshop sobre Comunicação e Marketing, em que foram debatidas questões como a criação e consolidação do briefing, que pode ser definido como o conjunto de ideias que possibilita à equipe de trabalho compreender e mensurar o projeto; a função do design, ati-

vidade estratégica, técnica e criativa, normalmente orientada por um objetivo ou para a solução de um problema; e a importância das redes sociais e do marketing digital, num momento em que cada vez mais pessoas estão conectadas à internet na maior parte do dia.

Para o professor do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da Esalq e coordenador do MarkEsalq, Eduardo Eugê-

nio Spers, o balanço foi positivo. "Observamos uma evolução positiva do agronegócio, área em que a Esalq é referência e pode levantar o tema do marketing para todo o Brasil, para que ajude os produtores e todo o setor de uma forma geral a melhorar a evolução cada vez mais na gestão da comunicação, que é uma área fundamental. Temos muitos produtos de qualidade e uma agricultura que gera competitividade", afirmou.