

Marketing Agrícola no Feminino

A agricultura Portuguesa evoluiu muito nos últimos 30 anos. Muitos dos agricultores que só produziam passaram também a transformar e comercializar os seus produtos e criaram novas capacidades.

As explorações agrícolas estão ainda muito concentradas na produção, descuidando na maior parte dos casos uma das principais fontes para valorizarem os seus produtos: o marketing e o desenvolvimento de marcas.

“Já todos ouvimos a expressão de que os olhos são os primeiros a comer”



MARP—Associação das Mulheres Agricultoras e Rurais Portuguesas

Sede:

Avenida Vimara Peres, n.º46 – 1.º Andar
Salas 9 e 10
4000 – 544 Porto
Tem: 961215376
Email: associacaomarp@gmail.com
geral@marp.pt
www.marp.pt

Delegação Guarda:

Centro Comercial São Francisco, Loja 33
6300 – 754 Guarda
Tel.: 271212604

Delegação Évora:

Rua 5 de Outubro, n.º75
7000 – 854 Évora
Tel.: 266707317



Workshop Marketing Agrícola no Feminino

Empreender no Feminino

Projecto n.º PDR2020-214-010102

Cofinanciado por:



Marketing Agrícola no Feminino

Programa:

09:00 h - Abertura do Workshop

09:10 h - Painel 1 – Estratégias Nacionais e Políticas Públicas para a Internacionalização do Sector Agrícola

11:00 h - Coffe-break

11:10 h - Painel 2 – Incentivos e Apoios para a Inovação e Internacionalização

13:00 h - Intervalo para almoço

14:00 h - Painel 3 - Vendas - descoberta de novos clientes e novos canais

15:50 h - Coffe-break

16:00 h - Painel 4 - Estratégias de Marketing Agrícola—formulação e implementação

18:00 h - Encerramento do Workshop

Com o aumento verificado nos últimos anos do número de explorações agrícolas, a maioria delas associadas aos apoios para instalação de Jovens Agricultores por parte do PRODER e PDR 2020, deparamo-nos com um setor agrícola com dois extremos: por um lado os agricultores idosos e com poucos conhecimentos teóricos e tecnológicos baseando-se mais na experiência e, por outro, os jovens agricultores muitas vezes com currículos académicos díspares do mundo agrícola que se valem de conhecimentos meramente teóricos. Ambos os extremos necessitam de conhecimentos nesta vertente e carecem de competências que lhes permitam de alguma forma divulgar o seu produto.



Verifica-se um verdadeiro descuido relativamente ao marketing e valorização dos produtos, descuido este principalmente motivado pela focalização apenas na produção e comercialização do produto sem atender à sua promoção e correta visibilidade no mercado agrícola.

Com esta atividade procura-se estimular e incentivar a utilização de estratégias de marketing coerentes e efetivas, uma vez que o setor agrícola salienta falhas a este nível que se reflete na perda de alguma competitividade nos mercados internacionais, e até mesmo no interno, demonstrando a necessidade dos produtores adquirirem competências e estratégias que lhes permita criar e dinamizar as suas marcas e produtos para que seja possível atingir uma produção rentável e viável.