

O marketing rural como ferramenta de auxílio na Agricultura Familiar

Um Estudo de Caso no Assentamento Conquista/MS

Moisés da Silva Martins¹; Rosane Aparecida Ferreira Bacha²; Tadeu Alcides Marques³;
Angela Madalena Marchizelli Godinho⁴; Renilda Terezinha Monteiro⁵

Resumo: Ao longo das últimas décadas, as políticas públicas concernentes à Reforma Agrária têm caminhado a passos largos, entretanto as realidades dos assentamentos rurais no Brasil são dispare e inconclusas, visto que os critérios que as permeiam são nebulosos e de difícil entendimento. Entendendo e aceitando o neologismo de *agribusiness* como o mais próximo do marketing rural, buscou-se na literatura alguns conceitos. As informações foram obtidas no período de julho/2012 a setembro/2014. Trata-se de um Estudo de Caso, com pesquisa descritiva e exploratória da bibliografia, entrevista com atores endógenos e exógenos da comunidade de assentados, abrangendo os problemas da gestão de produção e o mercado do leite como fonte de renda para a sustentabilidade da mesma, além das ações determinantes de políticas públicas peculiares, no que concerne às condições transacionais dos assentados. Objetivou-se de maneira geral verificar como o marketing rural, está sendo aplicado nas transações do Assentamento Conquista, vislumbrando as quatro dimensões da sustentabilidade e, de maneira específica: Identificar e descrever as principais cadeias produtivas existentes no assentamento; Descrever e analisar as estratégias de marketing utilizadas na principal fonte de renda do assentamento; Detectar as ações desencadeadas pela

¹ Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo (FATEC). Doutor em Ciências Ambientais. martinsmoises@bol.com.br

² Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). Doutora em Ciências Ambientais e Sustentabilidade Agropecuária com ênfase em Marketing Rural. robacha@ucdb.br

³ Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE). Faculdade de Agronomia. Doutor em Tecnologia de Alimentos. tadeumarques@unoeste.br

⁴ Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE). Programa de Pós-Graduação em Gestão de Qualidade e Produção de Cana-de-açúcar. Doutora em Agronomia. angela@unoeste.br

⁵ Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo (FATEC). Doutora em Ciência Animal. remonteiro@fatec.sp.gov.br

MARTINS, M. S. et al. O marketing rural como ferramenta de auxílio na Agricultura Familiar: Um Estudo de Caso no Assentamento Conquista/MS. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 53-83, jul./dez. 2017.