



# NOVOS MODELOS DE **NEGÓCIOS**

**ORGÂNICOS:  
DO CAMPO  
À MESA**

**OUTUBRO/  
NOVEMBRO  
2021**



## APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

Se você é um empreendedor do setor da agricultura, o Sebrae tem uma novidade para você! Conheça a empresa Do Campo à Mesa, que leva alimentos livres de qualquer agrotóxico para a casa dos brasileiros. O propósito desse novo negócio é vender produtos orgânicos, diretamente do produtor para o consumidor.

Saudável, rentável e inovador, esse empreendimento atua como uma ponte facilitadora do contato entre o cliente e o pequeno produtor de alimentos orgânicos. Para o consumidor, a iniciativa permite economia de tempo e dinheiro, uma vez que evita a necessidade de deslocamento até mercados ou feiras e garante a oferta de produtos mais baratos do que os dos varejistas tradicionais.

As empresas intermediárias geralmente são familiares. Quando aderem ao negócio, elas passam a ser consideradas como “coagricultoras”. Além de garantir que o alimento chegue sempre fresco à mesa do consumidor, são responsáveis por realizar o marketing dos serviços, higienizar os produtos e por viabilizar os pagamentos.

A Do Campo à Mesa entrega verduras, legumes, frutas, ovos, arroz, queijo, manteiga e outros itens não perecíveis, semanal ou quinzenalmente. E, para que não haja desperdícios, a produção respeita a sazonalidade dos alimentos.

**PARA SELECIONAR OS PRODUTORES, AS EMPRESAS INTERMEDIÁRIAS DEVEM CONSIDERAR OS SEGUINTE FATORES:**



- >> Proximidade;
- >> Produção orgânica;
- >> Relação com a natureza e a biodiversidade local;
- >> Respeito à sazonalidade;
- >> Controle de desperdícios.

**SEBRAE**

# PRODUTOS

Os clientes desse empreendimento buscam praticidade, produtos de qualidade (orgânicos) e preço justo.



## CESTA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS

Verduras, legumes, frutas, ovos, arroz, queijo, manteiga e outros alimentos não perecíveis, livres de qualquer agrotóxico, são entregues semanal ou quinzenalmente.



# SERVIÇOS

## >> VISITAS À PLANTAÇÃO

Visitar espaços de plantio de vegetais é uma prática que está em alta! Neste negócio, aposte na venda de ingressos para os associados passarem o dia nas plantações, conhecerem a gastronomia orgânica, receberem dicas de receitas e trocaram experiências.

## >> PALESTRAS

Falar sobre os benefícios de alimentos sem agrotóxicos é fundamental para expandir o seu negócio. Promova palestras com convidados agricultores ou nutricionistas, abordando a importância do consumo desses produtos.

## >> COMPARTILHAMENTO DE RECEITAS

Para facilitar ainda mais a vida dos consumidores, a empresa pode divulgar receitas que podem ser feitas com os itens das cestas entregues.



# MERCADO

Com a pandemia da Covid-19, o mercado de feiras livres teve que rever suas atividades e, em alguns estados brasileiros, foi totalmente paralisado. Contudo, as entregas em domicílio ganharam espaço, promovendo a venda direta ao consumidor.



## PERSPECTIVAS



Em 2020 o número de produtores orgânicos cadastrados no Ministério da Agricultura aumentou **5,40%**, alcançando o total de **22.427**



No mesmo ano, o segmento de orgânicos movimentou **R\$5,8 bilhões no Brasil**



**30%** a mais que 2019

# PERFIL DO CONSUMIDOR

O público-alvo desse negócio são as famílias que consomem produtos orgânicos, seja por questão de saúde ou por questões ideológicas. Essas pessoas também optam por não ir ao supermercado ou a feiras livres. Entenda as diferentes gerações e perfis que seu negócio atenderá em seu estabelecimento.



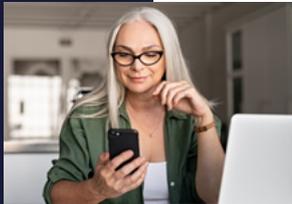
## GERAÇÃO Z | 1995–2010

Similares aos Millennials, os jovens da Geração Z buscam autenticidade, frescor e pureza em seus alimentos. Apostam em ingredientes naturais, mas dão preferência às grandes marcas.



## MILLENNIALS | 1980–1995

Os integrantes da Geração Millennials são os que mais buscam aprender e entender sobre a alimentação saudável. Assim, preferem vegetais orgânicos para consumir e preparar receitas.



## GERAÇÃO X | 1960–1980

Pensando na saúde que precisarão no futuro, as pessoas da Geração X evitam alimentos com produtos químicos. Por isso, apostam e investem cada vez mais em alimentos orgânicos.



## BABY BOOMERS | 1940–1960

Os integrantes da Geração Baby Boomers estão mais atentos aos benefícios dos alimentos naturais do que os de outras gerações. Além disso, utilizam a internet para aprender cada vez mais sobre as vantagens de orgânicos.



## ALPHA | A PARTIR DE 2010

Os integrantes da geração Alpha crescem aprendendo sobre a importância de alimentos saudáveis em casa e na escola. Alimentos orgânicos fazem toda a diferença para a saúde dessa geração.

# ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO



### FACEBOOK

Crie uma página para a sua empresa e invista em boas fotos, que mostrem os alimentos e os preparos e que informe ainda sobre os produtos com os quais trabalha, as formas de entrega e os telefones para contato.



### INSTAGRAM

Utilize a rede para criar conteúdo em vídeo que mostre os alimentos e os passos do plantio e da colheita, bem como seus colaboradores e clientes.



### TWITTER

Aposte na rede para mostrar os serviços e produtos orgânicos que a sua empresa entrega, no intuito de captar novos clientes.



### WHATSAPP

Estabeleça um contato direto com seus clientes. Use o app para enviar fotos e vídeos dos alimentos disponíveis para entrega e pergunte se gostaram do atendimento.





## CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

	 CANAL	 BENEFÍCIO
 DIGITAL	<b>Anúncios em grandes sites</b>	Portais de notícias contam com milhares de acessos diariamente. Essa pode ser uma alternativa para você aquecer as suas vendas e conquistar novos clientes.
	<b>Ranqueamento no Google</b>	O Google é o principal mecanismo de busca do mundo. Anunciar nesta plataforma pode ajudar muito a divulgar o seu negócio.
	<b>Redes sociais</b>	Vá além das ferramentas de anúncio e aposte nas redes sociais para divulgar conteúdo que demonstre o domínio que seus profissionais têm sobre assuntos como alimentação saudável, culinária e produtos orgânicos.
 TRADICIONAL	<b>Cartões de visita</b>	Um cartão de visita é indispensável para fazer <i>networking</i> , trocar informações sobre seu negócio e promover comunicação.
	<b>Folhetos e circulares</b>	Esses canais são fundamentais para anunciar novos produtos e serviços, promoções e eventos.
	<b>Anúncios em classificados, jornais ou revistas</b>	Anunciar seu negócio em veículos impressos, principalmente locais, é uma das melhores estratégias para torná-lo mais conhecido.

# TENDÊNCIAS

Cada vez mais o setor da agricultura orgânica está sendo fortalecido. Isso acontece, principalmente, em decorrência dos grupos que buscam uma alimentação mais saudável e sem agrotóxicos. Assim, a área tem crescido e apontado para algumas tendências:

## RASTREABILIDADE DE ALIMENTOS

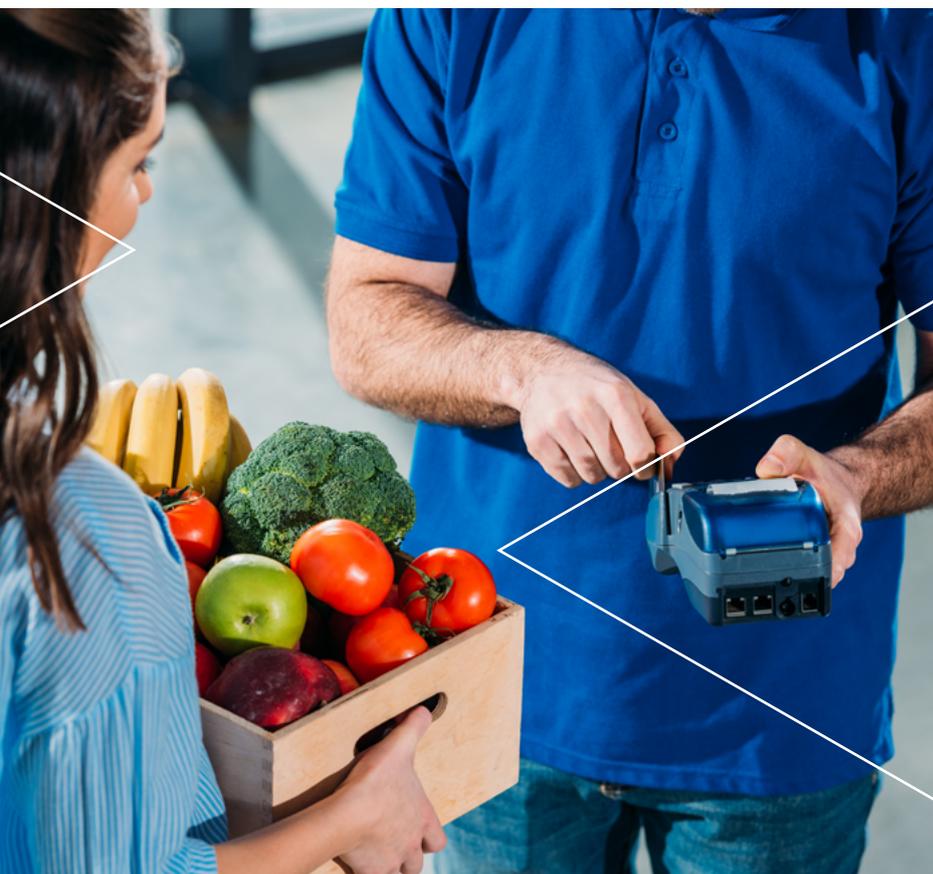
Visando garantir a qualidade do alimento que chega à casa do cliente, a rastreabilidade permite identificar a origem e acompanhar a movimentação dos produtos, por meio de documentos com informações e dados.

## SNACKS SAUDÁVEIS

Opções de *snacks*, como cenouras e pepinos pequenos e tomates doces, se tornarão uma grande tendência, especialmente para o consumo infantil.

## OMNICHANNEL

As lojas físicas específicas para orgânicos têm expandido para o comércio eletrônico. Os consumidores romperam com a barreira de comprar alimentos on-line, o que facilitou o contato entre comerciantes, produtores e consumidores.



## CASOS DE EMPRESA

### CSA DA FLORESTTA

Com foco na saúde, no preço justo e na qualidade dos alimentos, a CSA da Florestta é um exemplo de negócio que leva o alimento orgânico do produtor diretamente ao cliente.

Com entregas no Distrito Federal, o empreendimento funciona por meio de um site, em que o cliente se inscreve e passa a receber em casa uma cesta com alimentos fresquinhos. Além disso, a empresa promove o acesso a receitas deliciosas, visitas às plantações, dicas, palestras e materiais diversos.