

## MARKETING NA FEIRA DO AGRONEGÓCIO FAMILIAR DE XANXERÊ

Eduardo Pavan Batistella<sup>1</sup>, Jéssica Matiello<sup>2</sup>

1. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Xanxerê, SC
2. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Xanxerê, SC

**Autor correspondente:** Eduardo Pavan Batistella, eduardo.p.bati@gmail.com

**Área:** Ciências Sociais

**Introdução:** Este estudo tem como tema central o marketing na Feira do Agronegócio Familiar de Xanxerê-SC, um espaço de grande relevância para a agricultura familiar por contribuir para a economia local e aproximar produtores e consumidores em torno de alimentos frescos, artesanais e carregados de identidade cultural. A pesquisa partiu da percepção de que, apesar da importância social e econômica da feira, muitos feirantes enfrentam dificuldades na divulgação e comercialização de seus produtos. Esse cenário evidencia a necessidade de estratégias de marketing acessíveis, eficazes e adequadas à realidade desses empreendedores, em sua maioria atuando de forma tradicional e com recursos limitados. **Objetivo:** O objetivo principal deste estudo foi compreender de que forma o marketing pode contribuir para potencializar as vendas e consolidar a feira como referência regional, fortalecendo tanto a imagem dos produtos quanto o vínculo dos consumidores com a produção local. Especificamente, buscou-se identificar os métodos de divulgação já utilizados, avaliar seus resultados práticos e propor estratégias que possam ampliar a visibilidade da feira e dos feirantes. **Método:** Para alcançar esses objetivos, optou-se por uma metodologia qualitativa, com base em revisão bibliográfica sobre marketing e agricultura familiar, além da aplicação de questionários direcionados aos feirantes. Essa abordagem permitiu compreender não apenas as práticas de divulgação em uso, mas também os desafios e expectativas dos produtores em relação ao marketing. **Resultados:** Os resultados mostraram que a maior parte dos feirantes ainda depende de formas tradicionais de comunicação, como o boca a boca, panfletos e cartazes, e poucos exploram ferramentas digitais, como redes sociais. Também foi possível identificar uma lacuna de conhecimento técnico e ausência de planejamento estratégico, fatores que acabam limitando o alcance e a expansão das vendas. Apesar disso, percebeu-se abertura e interesse por parte dos feirantes em adotar novas práticas, desde que contem com apoio e capacitação adequados. Essa disposição é um ponto positivo e indica que, com ações coordenadas, é possível transformar a feira em um ambiente mais competitivo e atrativo. **Conclusão:** Conclui-se, portanto, que o marketing desempenha papel essencial no fortalecimento da Feira do Agronegócio Familiar de Xanxerê-SC, não apenas como ferramenta de divulgação, mas também como instrumento de valorização cultural e de construção de identidade coletiva. Estratégias simples, como a criação de uma marca unificada, maior presença digital e campanhas de sensibilização sobre a importância da agricultura familiar, podem contribuir de forma significativa para fidelizar consumidores e atrair novos públicos. O estudo reforça que investir em marketing é investir também no desenvolvimento sustentável da comunidade, no reconhecimento do trabalho dos agricultores familiares e na preservação da cultura local.

**Palavras-chave:** Marketing; Agricultura Familiar; Feira do Agronegócio.