



Salvador

Nº 04
Julho 2012

CONSUMIDORES ESTÃO NA INTERNET

O consumo de produtos e serviços turísticos via internet têm crescido de forma rápida e expressiva. Os empreendedores baianos que caírem na rede (internet) aumentarão as chances de foguearem clientes

Muitos empreendedores brasileiros ainda subestimam a importância da internet como meio de comunicação e marketing na relação com seu público-alvo. Mas estudos revelam que a internet vem transformando o comportamento de consumidores em todo o mundo, inclusive no Brasil.

O comércio eletrônico movimentou R\$ 14,8 bilhões em 2010 e R\$ 18,7 bilhões no Brasil em 2011. Para 2012, a previsão é que o segmento alcance um faturamento de R\$ 23,4 bilhões.

Os estudos realizados especificamente sobre o setor turístico confirmam a tendência de consumo de bens e serviços via web. O Ibope Nielsen online (instituto de pesquisa) revelou que os sites de companhias aéreas, os serviços de mapas, passagens rodoviárias, cruzeiros, destinos turísticos, informações e reportagens, pacotes, entre outros, atingiram em janeiro 56% dos internautas, ou 26,8 milhões de pessoas.



PARA 2012, A PREVISÃO
É QUE O SEGMENTO
ALCANÇE UM
FATURAMENTO DE R\$
23,4 BILHÕES.





E VOCÊ, TEM USADO A INTERNET PARA FISGAR MAIS CLIENTES?

Os empreendedores que ainda não estão presentes na internet correm o risco de perder espaço no mercado. Especialmente entre o público estrangeiro, que tem mais consolidado o hábito de usar as novas tecnologias em suas viagens, seja no planejamento, durante a viagem ou após retornar à sua casa – momento em que alguns têm o hábito de compartilhar via redes sociais os prazeres e desprazeres da viagem.

O portal baiano <http://www.bahia.com.br/> é um bom exemplo de como a internet pode ser usada para atrair turistas. Nele os internautas nacionais e estrangeiros podem saber de forma rápida e fácil tudo o que as baianas e a Bahia têm. O conteúdo do site está disponível em três línguas (português, espanhol e inglês) e as postagens nas principais redes sociais, como Facebook e Twitter são constantes, mantendo um canal de comunicação ativo com os internautas.

Para aqueles empreendedores que já atuam no trade turístico baiano, vale a pena verificar se o nome de seu bar, restaurante ou meio de hospedagem já consta na lista de locais que aparecem no item do site: “Serviços: onde comer, onde ficar e outros”.



CONECTE-SE ÀS OPORTUNIDADES

Visando a auxiliar os empreendedores a se conectarem com as oportunidades de negócios via internet, o Sebrae, em parceria com a Google, Yola e com a colaboração do Bradesco, HP e Serasa Experian, lançou no ano passado o Programa “Conecte Seu Negócio – o Brasil já está online.” O Conecte Seu Negócio é uma iniciativa que vai ajudar micro e pequenas empresas a criar o seu primeiro site de maneira simples e rápida.

Neste projeto, o Google oferece a quem se cadastrar a oportunidade de experimentar seu programa de publicidade, o AdWords, para promover sua empresa em seus resultados de busca e em toda a sua rede de parceiros. A Yola oferece a facilidade na construção do seu site e cuida da hospedagem e da criação do endereço (domínio) da sua página.

Saiba mais sobre o Conecte Seu Negócio no site:
<http://www.conecteseunegocio.com.br>

MERCADO GASTRONÔMICO É MERCADO POTENCIAL PARA PRODUTOR FAMILIAR

A fruticultura tem grandes desafios e oportunidades: melhorar sua logística, capacidade gerencial, tecnologia, controle fitossanitário, qualidade e segurança, requisitos para acompanhar o crescimento da demanda e obter sucesso

A agricultura familiar tem uma grande oportunidade de melhorar a sua competitividade no mercado. Isso é o que defende a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – Abrasel - na Bahia, que recomenda a aproximação entre produtores e mercado gastronômico local.

A integração de bares e restaurantes (enquanto compradores) e produtores do segmento da fruticultura (enquanto fornecedores), por exemplo, traz potencialidades comerciais para ambos por causa da realização da Copa de 2014 em Salvador.

O turista, depois dos gastos com hospedagem, usa seus recursos para alimentar-se. Por isso, bares, restaurantes e lanchonetes têm perspectivas de alta demanda durante as temporadas dos jogos. Para os produtores de frutas, a comercialização direta é um mecanismo de distribuição que tende a aumentar a lucratividade, quando a logística de entrega é bem implementada. Porém, a logística não é o único fator de atenção para o sucesso na fruticultura. Além dela, estão:

- Capacidade gerencial
- Tecnologia empregada
- Controle fitossanitário
- Qualidade e segurança

Entretanto, produtores não devem focar apenas os eventos esportivos, pois o consumo interno está crescendo, especialmente o de orgânicos.



O CONSUMO DE FRUTAS

Dentro do mercado de alimentos orgânicos, a demanda por frutas é maior em comparação com as obtidas em sistemas convencionais de produção, registrando-se por meio de pesquisas ao consumidor o intenso desejo de consumir frutas tropicais e temperadas, que, além de isentas de agrotóxicos, são preferidas nos aspectos organolépticos (sabor e cheiro mais adocicados, por exemplo).

A mudança observada nos hábitos e nas preferências alimentares dos consumidores, o aumento da idade média da população e a busca por uma melhor qualidade de vida são fatores que reforçam a tendência de valorização dos benefícios proporcionados pelas frutas. Essas características e exigências dos consumidores, ao mesmo tempo em que valorizam e reforçam a expansão do mercado, indicam as tendências a serem seguidas e revelam as condições, implícitas e explícitas para participar do jogo com sucesso: capacidade de produzir frutas



de qualidade, saudáveis, comercializadas de maneira apropriada e a preços competitivos.

Um dado importante a respeito do consumo brasileiro de frutas é o crescimento de 113 kg/hab/ano em 2001 para 125 kg/hab/ano em 2009.

NA BAHIA, SEIS POLOS DE FRUTICULTURA TÊM APOIO DO SEBRAE

Uma série de ações é realizada, em conjunto com instituições parceiras, visando a conferir condições adequadas de competitividade a micros e pequenos empreendedores reunidos em entidades coletivas (associações e cooperativas).

A capacitação de produtores de micro e pequenas propriedades rurais busca estimular a competitividade e desenvolver a preocupação ecológica, a partir da análise de experiências bem-sucedidas em diversas regiões. Também têm por objetivo diminuir as perdas na produção, promover a adaptação às normas de regulamentação sanitária e minimizar o período de ociosidade nas entressafras.

Como pontos favoráveis à prática da fruticultura na Bahia, estão as condições climáticas e do solo, que possibilitam uma diversificação

de culturas. Também é estimulada e se encontra em expansão a agroindústria especializada na produção de derivados para a exportação, como polpas e sucos.

Conheça os polos de fruticultura atendidos pelo Sebrae na Bahia:

- Livramento de Nossa Senhora e Dom Basílio;
- Juazeiro;
- Vale do Jucuruçu;
- Bom Jesus da Lapa;
- Microrregião de Gandu;
- Itaberaba.

Mais informações sobre o setor em:

<http://www.sebrae.com.br/uf/bahia/setores-de-atuacao/agronegocios/fruticultura>

<http://www.sebrae.com.br/setor/fruticultura/o-setor/mercado/panorama>

Procure o Sebrae mais perto de você:

0800 570 0800

<http://www.sebrae.com.br/uf/bahia>