

# ESTRATÉGIAS PARA A VENDA DE TERNEIROS EM TEMPOS DE CRISE<sup>1</sup>

---



Júlio Barcellos; Tamara E. de Oliveira; Anna E. P. Gatelli

A comercialização da produção nos sistemas de cria é um dos momentos mais importantes para o ciclo da atividade e, geralmente, coincide com o período da desmama, quando pecuaristas vendem seus terneiros para recriadores e terminadores. Esta venda ocorre por diversos meios, mas no Sul do Brasil é efetivada majoritariamente em Feiras de Terneiros ou Leilões. Este mercado há mais de 40 anos, foi fundamental para o setor, pois estabeleceu normas e padrões de conformidade do que seria na época um terneiro (idade, sexo, peso, itens de identificação). O resultado foi uma especialização da cria e o surgimento de um mercado consolidado para a categoria “terneiros”, normalmente em duas épocas do ano – no outono (terneiros de primavera) e na primavera (terneiros de outono). Assim, independentemente do tamanho do pecuarista, as Feiras de Terneiros sempre foram as balizadoras do “padrão” do terneiro e dos preços.

Nós, do NESPro, estudamos esse mercado há mais de 15 anos e acumulamos uma série de aprendizados e novos conceitos, os quais permitiram conhecer o mercado desses animais e ainda estabelecer estratégias interessantes para os vendedores, sempre no sentido da obtenção de melhores resultados.

O mercado e os canais de comercialização utilizados tradicionalmente para essa comercialização são robustos em que vendedores e compradores, prioritariamente realizam suas operações forma presencial, em Sindicatos Rurais, Parques de Exposições e Locais de Remates. Contudo, por conta desta pandemia que assola o Brasil, a negociação presencial, bem quando essa compra/venda se inicia, por força de normas, decretos, recomendações e bom senso, ficou inviável.

Portanto, novos canais, tanto de divulgação quanto de comercialização, deverão ser empregados, diga-se de passagem, praticamente todos os outros setores já operavam há anos no comércio virtual, e outros por necessidade/criatividade, também aderiram a esses sistemas nesta calamidade do COVID-19. Outros setores mais dinâmicos atualmente buscam operar em vários canais de comercialização e de comunicação com seus compradores.

Olhar para a venda de carneiros, agora no mercado virtual – internet, transmissão pela TV, redes sociais, telefone, plataformas especializadas, aplicativos, entre outros que estão surgindo, será um desafio e uma oportunidade a todos os produtores. Certamente desta conjuntura teremos novos aprendizados, atitudes, e comportamentos que tratarão grandes benefícios à sociedade. No entanto, os desafios para um produtor que venderá pela primeira vez seus carneiros por estas novas modalidades ainda é maior, particularmente para aquele que vendia exclusivamente nas Feiras e Remates.

Pensando em como agir com tantos canais e novas estratégias a gerenciar, podemos facilitar esse processo ao adaptar o marketing 4.0 a esse mercado, e buscar formas de atuar nesses espaços, sem desperdício de energia e de investimento. Para tanto, devemos conhecer todos os pontos de contato e canais de divulgação ao longo do caminho do comprador. No nosso caso, pense em rádios regionais; programas de televisão; sites e portais, relacionado ao agronegócio e específicos da pecuária de corte; newsletters; redes sociais; telefone; plataformas especializadas e aplicativos. Além desses, nunca menospreze a importância da opinião de outros produtores, técnicos, especialistas e influenciadores que podem contribuir para a construção do tão eficiente marketing de conteúdo, que auxilia o comprador a entender as características mais relevantes e importantes do carneiro a ser comprado, conforme a realidade de seu sistema de produção. Informar o comprador, garante que ele tenha experiências positivas com o carneiro, que este atenda a suas expectativas e contribui para a efetivação de futuras compras de carneiros e para a estabilidade desse relacionamento vendedor:comprador.

Importante também, é compreender as etapas do processo de compra no qual os compradores passam pela **Assimilação** (comprador - Eu conheço esses carneiros!), **Atração** (Eu gosto desses carneiros!), **Arguição** (Estou convencido a comprar esses carneiros!), **Ação** (Estou comprando esses carneiros!), **Apologia** (Eu recomendo esses carneiros!!!). Inicialmente os vendedores já enfrentarão o enorme desafio de levar seus compradores da **Assimilação** a **Ação** e efetivamente vender seus carneiros nas ondas desafiadoras da internet. Porém, os grandes vendedores aproveitarão esse momento de intensa aprendizagem para dominar os pontos de contato com seu comprador, de maneira integrada, para transmitir confiança, estabilidade e conhecimento quanto ao carneiro vendido. Em tempos em que o consumidor já não confia cegamente em marcas e campanhas publicitárias, alcançar agentes que consomem, promovem e se tornem verdadeiros advogados desses produtos (consumidores que vão da compra a promoção, ou da **Ação** à **Apologia**) serão o bem mais precioso das empresas.

Para efetivamente dominar esse caminho, e seguir sem receios, o NESPro lhe preparou algumas recomendações que podem auxiliá-lo neste momento, inclusive torná-lo mais competitivo. Lembre-se que têm muitos querendo vender, você não é o único, portanto, duas premissas são fundamentais:

- ✓ *AS VENDAS NÃO SERÃO FÍSICAS, SERÃO REALIZADAS POR VÁRIOS CANAIS VIRTUAIS (internet, celular, TV, redes sociais, plataformas especializadas).*
- ✓ *É PRECISO DETALHAR BEM O SEU PRODUTO COM A FINALIDADE DE ATRAIR O MAIOR NÚMERO DE CLIENTES.*

[Não esqueça também de que todos os pontos de contato como telefone, site, redes sociais, WhatsApp, links, enfim, tudo pode auxiliar o cliente a localizar, conhecer e valorizar o seu produto.]

# 12 DICAS PARA AUXILIAR NA VENDA DOS SEUS TERNEIROS

**1** **Faça um vídeo de boa qualidade:** preferencialmente fora das mangueiras; não faça contra o sol; faça com os animais movimentando-se lentamente ou parados; que represente a maior parte do lote.

**2** **Características do Lote:** número de animais, sexo, inteiro, castrado, raça, cruzamento (quais as raças).

**3** **Características dos animais:** peso médio; peso dos 10% + pesados; peso dos 10% mais leves; mês do primeiro e do último a nascer.

**4** **Características específicas:** filho de monta natural, IA ou IATF (touro pais); pode colocar touro da cabanha ou genética específica; filho de vacas registradas na raça específica.

**5** **Informações sanitárias:** vacinados para clostridioses; carbúnculo; experiência prévia com Mio-mio; Maria Mole, Carrapato. Vermifugações: quando e tipo de produto.

**6** **Tipo de alimentação ao pé da vaca:** campo natural, pastagem cultivada, creep feeding, suplementação.

**7** **Situação atual:** ainda ao pé da vaca; desmamado há uma semana, um mês; desmame precoce.

**8** **Dados de desempenho:** se tem o ganho diário de peso, nascimento-desmama, forneça; alguma informação adicional como planilhas de pesagens, datas dos procedimentos sanitários, etc...

**9** **Outros detalhes técnicos:** experiência prévia de consumo de ração; brincados; identificados com mês de nascimento. Nome de algum cliente de outros anos; Alguma destaque ou premiação recebida.

**10** **Venda de todo o lote ou fracionamento mínimo** em tantos terneiros. Local e horário da Pesagem como base para o fechamento do negócio.

**11** **Dados para comercialização:** Localização exata da propriedade; pontos de referências; tipo de acesso (com chuva; somente com estrada seca; etc...). Pode intermediar frete se necessário e contato do freteiro.

**12** **Outros dados adicionais:** disponibilidade de financiamento direto; prazo; modalidade de pagamentos (maquininha de cartão – qualquer pecuarista pode ter a sua); etc...

<sup>1</sup>Texto produzido em 06/04/2020 por ocasião da pandemia do COVID-19 no Brasil.

Os autores:

Júlio Barcellos é Médico Veterinário, PhD, Prof. Titular na Fac. de Agronomia – UFRGS (Coordenador do NESPro).

Tamara Esteves de Oliveira é Médica Veterinária, PhD, Pesquisadora do PPG-Agronegócios – UFRGS (Integrante do NESPro).

Anna Elisa Petersen Gatelli é Estudante de Agronomia da Fac. de Agronomia – UFRGS (Bolsista de IT do NESPro).

NESPro – [www.nespro.ufrgs.br](http://www.nespro.ufrgs.br) – [nespro@ufrgs.br](mailto:nespro@ufrgs.br)

Porto Alegre – RS – Brasil