

ENGAJAMENTO NAS REDES: A ESTRATÉGIA DAS COOPERATIVAS DE AGRICULTURA FAMILIAR EM GOIÁS PARA CONQUISTAR O PÚBLICO

Ana Flávia Vilela Barbosa¹; José Carlos de Sousa Júnior².

RESUMO

As mídias sociais são amplamente reconhecidas como ferramentas estratégicas essenciais para estabelecer uma conexão personalizada entre empresas e seus clientes, sejam eles atuais ou potenciais. Através de postagens que combinam texto, fotos e vídeos, busca-se estimular a interação entre os usuários, resultando em impactos econômicos e não econômicos diversos. Este trabalho teve como objetivo principal identificar e acompanhar as cooperativas da agricultura familiar em Goiás que utilizam as redes sociais como meio de comunicação direcionada aos seus consumidores. As curtidas, comentários e compartilhamentos desempenham um papel significativo na sinalização dos benefícios comerciais obtidos. No período de outubro a dezembro de 2023, foram realizadas pesquisas para identificar e observar as páginas de redes sociais de 10 cooperativas que fazem uso dessa estratégia de comunicação. Dentre as cooperativas identificadas temos: Cooperafi, Cooperfat, CooperFamiliar Goianésia, CooperFamiliar Ceres, Coopermel, Coparpa, Coopeag, Coopermin, Coomafab e Cooperabs – Produtos Cará. Durante esse intervalo, foram observados diferentes níveis de atividade, estilos de conteúdo e o sentimento expressado nos comentários. É importante destacar que apenas algumas cooperativas exploram efetivamente as mídias sociais como uma ferramenta de conexão com os potenciais consumidores, sendo que cerca de 60% delas fazem publicações. Além da interação direta, há um potencial econômico significativo, pois as cooperativas podem utilizar os feedbacks recebidos para implementar melhorias internas. Essas melhorias têm o potencial de impulsionar resultados econômicos ainda mais positivos. Ademais, as redes sociais representam um canal vital para as cooperativas de agricultura familiar em Goiás. O uso estratégico dessas páginas não só facilita uma comunicação mais direta e eficaz com os consumidores, mas também oferece uma oportunidade valiosa para coletar feedbacks e promover melhorias contínuas. Dessa forma, as cooperativas que adotam ativamente as mídias sociais podem obter vantagens competitivas significativas, aprimorando tanto seus processos internos quanto seus resultados financeiros.

Palavras-Chave: mídias sociais; cooperativas; interação; estratégias.

¹ Tecnologia em Gestão do Agronegócio, Instituto Federal Goiano (IF Goiano) – Campus Iporá, ana.vilela@estudante.ifgoiano.edu.br

² Docente, Doutorando em Agronegócio (PPGAgro - UFG), Instituto Federal Goiano (IF Goiano) – Campus Iporá. josecarlos.junior@ifgoiano.edu.br