

ANEXO

MÍDIA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL.(31) 3899-2881 –FAX: (31) 3899-2888 – E-mail:aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL

Introdução

A realização deste Seminário começou a ser planejada em fevereiro de 2003 e, nos meses de março e abril, iniciaram-se as primeiras reuniões entre a Coordenação Geral e a Comissão Organizadora formada por acadêmicos dos cursos de Gestão do Agronegócio e de Comunicação Social.

Desde o início percebeu-se um entusiasmo no desenvolvimento das ações. Um trabalho de mais de seis meses de duração culminou de forma bastante animadora que se refletiu na pesquisa realizada pós-evento entre os participantes. Por outro lado, as empresas patrocinadoras bem como os conferencistas foram unânimes em elogiar a iniciativa, pioneira no País.

Conceito do evento

O **I Seminário do Agronegócio Brasileiro: Mídia e Marketing** reuniu profissionais de mídia e de marketing do agronegócio brasileiro que acrescentaram, à formação acadêmica dos estudantes da Universidade Federal de Viçosa, uma percepção real do mercado que, cada vez mais, tem aplicado grandes recursos em publicidade e comunicação.

A gestão do conhecimento e a transferência de tecnologia têm atuado, de forma cada vez mais freqüente, como pontos estratégicos de conexão entre a academia e o mercado, contexto no qual a mídia e o marketing têm importante participação.

Há demanda - e necessidade - de agregar valor ao conteúdo acadêmico-científico a partir de uma visão atual das estratégias de comunicação e de marketing exploradas pelo mercado. Ao mesmo tempo, a Universidade Federal de Viçosa tem buscado estreitar o relacionamento com o setor privado, estimulando a cooperação universidade – empresa, finalidade da Assessoria Internacional e de Parcerias (AIP).

Palestrantes



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL. (31) 3899-2881 – FAX: (31) 3899-2888 – E-mail: aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG – BRASIL

- ❑ Editores e, ou empresários, de revistas especializadas do setor, de circulação nacional e internacional
- ❑ Diretores e gerentes de marketing de grandes empresas do agronegócio

Público alvo

- ❑ Estudantes de graduação e de pós-graduação
- ❑ Professores universitários
- ❑ Pesquisadores e profissionais da área

Objetivos

- ❑ Proporcionar uma visão atualizada sobre as estratégias de marketing utilizadas pelas empresas do setor
- ❑ Facilitar a interação entre editores de mídias especializada e os futuros profissionais do agronegócio e da comunicação social
- ❑ Ampliar a visão acadêmica quanto ao atual estado de arte das mídias utilizadas para difundir o agronegócio brasileiro
- ❑ Investir na abertura de canais estratégicos de comunicação institucional entre a academia e os setores de mídia e de marketing

Participantes

A participação neste evento atingiu 294 pessoas (lotação esgotada) entre estudantes de Graduação, Pós-Graduação, professores e profissionais de diversas regiões do Brasil. Houve participação total durante os dois dias de evento o que demonstra que existe uma demanda reprimida com este foco estratégico (marketing e mídia).

Estratégias de divulgação

Para o sucesso do evento traçaram-se diversas estratégias de divulgação, conforme elencadas abaixo:

- ❑ Desenvolvimento de uma identidade visual atraente com forte apelo conceitual
- ❑ Desenvolvimento de home page específica do Seminário com banner no site da Universidade Federal de Viçosa e possibilidade de inscrição via Internet



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL.(31) 3899-2881 –FAX: (31) 3899-2888 – E-mail:aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL

- ❑ Desenvolvimento e distribuição de 500 cartazes e 3.000 fôlderes em policromia
- ❑ Seis faixas estrategicamente distribuídas em pontos de grande circulação no campus universitário. Estima-se que mais de cinco mil pessoas / dia circularam próximas às faixas
- ❑ Forte presença nas mídias local (jornais, rádio e TV Universitária), estadual (Jornal Estado de Minas / Caderno Agropecuário) e nacional (Canal Rural, Revista Safra e Portal Suíno.Com)
- ❑ 46 Bandeirolas distribuídas ao longo da avenida principal da Universidade Federal de Viçosa
- ❑ Camisa utilizadas pela Comissão Organizadora durante o período de inscrições
- ❑ Comunicação pessoal

Ações de Mídia

Diversas ações de mídia foram desencadeadas com o objetivo de informar o público-alvo, na sua grande maioria formado por estudantes, professores e profissionais da própria UFV (ver Anexo **Mídia**):

- ❑ Chamadas diárias de 30' na TV Viçosa durante as três semanas que antecederam o evento
- ❑ Reportagens na TV Viçosa
- ❑ Participação da Coordenação do evento no programa Sala Especial (25 de setembro de 2003)
- ❑ Divulgação na Rádio Universitária
- ❑ Entrevistas na Rádio 95 FM, no programa Zip-Zap
- ❑ Divulgação no suplemento semana **Campus**, mídia impressa de circulação interna no campus universitário
- ❑ Divulgação nos jornais locais: Tribuna Livre e Folha da Mata
- ❑ Divulgação diária na Rádio 97 FM
- ❑ Divulgação no Caderno Agropecuário do Jornal Estado de Minas
- ❑ Divulgação no site Suíno.Com (PR)
- ❑ Divulgação na Agenda do Canal Rural

A fixação da marca das empresas patrocinadoras

A grande divulgação experimentada a partir das estratégias traçadas proporcionou às empresas patrocinadoras grande visibilidade institucional. Durante mais de 30 dias o seminário foi motivo de comentários no *campus* universitário o que culminou com o grande número de inscritos para o evento.

Temos a convicção de que houve grande percepção quanto às marcas corporativas fato este que assume outras proporções quando observamos que o público atingido é, em sua esmagadora maioria, formador de opinião.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL. (31) 3899-2881 – FAX: (31) 3899-2888 – E-mail: aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL

Palestrantes

Dos palestrantes convidados apenas dois não compareceram devido a problemas de conexão dos respectivos vôos. Isso sugere que a percepção do mercado em relação ao evento foi extremamente positiva.

Houve a presença de 15 palestrantes de cinco Estados.

Estiveram presentes os seguintes conferencistas:

- ❑ **Luciano Rossato Grassi** – Diretor Executivo do Portal Suíno.Com (PR)
- ❑ **Elizabeth Tavares** – Editora da Revista Safra (GO)
- ❑ **Vera Lúcia Schmitz** – Editora do Caderno Agropecuário do Jornal Estado de Minas (MG)
- ❑ **Celso Eduardo de Freitas** – Gerente de Marketing da TORTUGA – Cia. Zootécnica Agrária (SP)
- ❑ **Geraldo Bernardes F. de Moura** – Assessor da Presidência do GRUPO PLANTAR S/A (MG)
- ❑ **Plínio Barbarino** – *Team Leader* da Unidade de Negócios Suínos e Aves da PFIZER SAÚDE ANIMAL (SP)
- ❑ **Cristina Palma** – Gerente de propaganda e Promoção da BASF AGRO (SP)
- ❑ **Rolim Filho** – Diretor de Planejamento da Magic Line, agência de publicidade da BASF S/A (MG)
- ❑ **Maria Conceição Costa Santos** – Diretora Presidente da MICROVET – Microbiologia Veterinária Especial (MG)
- ❑ **Fátima Cardoso** – Editora do AE Agro da Agência Estado (SP)
- ❑ **Cláudia Maron** – Gerente de Publicidade da Revista Panorama Rural (SP)
- ❑ **Rossana Hadrich Silva** – Gerente de Marketing da SUCOS TIAL (SP)
- ❑ **Marcelo Costa de Oliveira** – Gerente de Pesquisa e de Desenvolvimento da SUCOS TIAL (MG)
- ❑ **Kleber Moura** – Diretor Executivo do RBS RURAL / CANAL RURAL (RS)
- ❑ **Maria Egia Chamma** – Representante da Associação Brasileira das Indústrias Moageiras de Milho (ABIMILHO) e Diretora de Planejamento da Agência LUMINAS (SP)

Auto-sustentabilidade

Uma das características marcantes deste evento foi a auto-sustentabilidade. Todas as despesas foram pagas a partir de patrocínios empresariais, sem verba pública das tradicionais fontes de apoio como CAPES, CNPq, FINEP e FAPEMIG.

Isso demonstra a possibilidade de se trabalhar de forma profissional, dentro dos modernos conceitos de gestão empresarial para reunir os setores empresarial e acadêmico de forma a transmitir, fielmente, o atual comportamento do mercado, importante noção para o estudante brasileiro.

A participação do agência **ap2 comunicação, marketing e eventos** foi fundamental neste processo pois coube à ela a captação mercadológica (busca de patrocínios), a



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL. (31) 3899-2881 – FAX: (31) 3899-2888 – E-mail: aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL

elaboração da identidade visual do evento e o direcionamento organizacional durante o período que antecedeu a sua realização.

Imagens

Abaixo, selecionamos algumas imagens do Seminário:



Abertura oficial.



Parte do público presente à solenidade de abertura.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL.(31) 3899-2881 –FAX: (31) 3899-2888 – E-mail:aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL



Aspecto da frequência dos participantes.



A Comissão de Coordenação do evento.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL.(31) 3899-2881 –FAX: (31) 3899-2888 – E-mail:aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL



Movimentação nos estandes.



Movimentação na Secretaria Executiva.

Conseqüências / Resultados

O envolvimento entre palestrantes e a organização e a repercussão deste Seminário trouxeram uma série de resultados práticos, caracterizados como extremamente positivos:

- ❑ **Aumento do relacionamento** entre os alunos do curso de Gestão do Agronegócio e empresários de grandes empresas do setor



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL. (31) 3899-2881 – FAX: (31) 3899-2888 – E-mail: aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL

- ❑ **Novo impulso ao Programa Jovens Talentos para o Agronegócio**, impulso este que deve gerar uma série de estágios dos estudantes da UFV nas empresas participantes
- ❑ **Envio de projetos** de responsabilidade social para as empresas BASF S/A e PFIZER Saúde Animal
- ❑ **Grande interesse** em renovar a participação das empresas no próximo evento, em 2004
- ❑ **Satisfação** de todos os convidados quanto à participação no Seminário
- ❑ **Aumento da visibilidade institucional** da UFV junto aos meios de comunicação especializados
- ❑ **Aumento da visibilidade institucional** das empresas junto ao público acadêmico

Promoção

- Assessoria Internacional e de Parcerias (AIP) da Universidade Federal de Viçosa
- Curso de Graduação em Gestão do Agronegócio do Departamento de Economia Rural da Universidade Federal de Viçosa
- Centro Mineiro para Conservação da Natureza

Apoio

- MBA em Gestão do Agronegócio
- Empresa Júnior de Agronegócio

Realização

- Ap2 Comunicação, Marketing e Eventos

Comissão Organizadora



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
AIP - ASSESSORIA INTERNACIONAL E DE PARCERIAS
TEL. (31) 3899-2881 – FAX: (31) 3899-2888 – E-mail: aip@ufv.br
36571-000 – VIÇOSA – MG - BRASIL

Presidente: Aziz Galvão da Silva Júnior

Vice-Presidente: José Cola Zanuncio

Coordenador Executivo: Giovanni Weber Scarascia

Acadêmicos:

Lucas de Oliveira Scarascia (Gestão do Agronegócio)

Eduardo Martins Lima (Gestão do Agronegócio)

Daniel de Paula Carneiro (Gestão do Agronegócio)

Aline de Freitas Veloso (Gestão do Agronegócio)

Gabriela Oliveira de Almeida (Gestão do Agronegócio)

Yuri Clements Daglia Kalil (Gestão do Agronegócio)

Daniela Correa e Castro de Carvalho (Comunicação Social)

Elisângela Leão Chagas (Gestão do Agronegócio)

Lílian A. Gomes de Souza (Gestão do Agronegócio)

Aziz Galvão da Silva Júnior

Coordenador Geral

I Seminário do Agronegócio Brasileiro: Mídia e Marketing