



Introdução

O II Seminário do Agronegócio Brasileiro: Mídia e Marketing foi realizado de 15 a 17 de setembro de 2004 e, excepcionalmente nesta edição, realizou-se, paralelamente, o XVI Seminário Internacional de Política Econômica, evento tradicionalmente promovido pelo Departamento de Economia Rural (DER) da Universidade Federal de Viçosa (UFV).

Para este ano, a temática selecionada foi **Competitividade do Agronegócio Brasileiro em Mercados Globalizados**.

Conceito do evento

O II Seminário do Agronegócio Brasileiro e XVI Seminário Internacional de Política Econômica objetivaram dar prosseguimento à ampliação da visão acadêmica em relação ao mercado, iniciada por ocasião do I Seminário do Agronegócio Brasileiro: Mídia e Marketing, realizado em 2003. Ao mesmo tempo, serviu como momento importante para que instituições públicas, o terceiro setor bem como organismos de fomento e empresas dessem sua contribuição para a formação acadêmica proporcionando uma percepção real do mercado.

Trata-se de um conceito inovador, no qual ciência e mercado passam a interagir de forma efetiva, proporcionando aos participantes uma verdadeira percepção do mercadológica. Por outro lado, as grandes corporações que participam do evento não somente ampliam a visibilidade de sua marca corporativa como interagem com um público formador de opinião e de futuros profissionais.

O elevado índice das exportações brasileiras no agronegócio demonstra um crescimento do setor e este crescimento deve ser monitorado para absorver os avanços e repelir experiências negativas.

Desta forma, 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 áreas como acordos internacionais, infraestrutura, logística, marketing e mídia têm importante participação.

Há demanda - e necessidade - de agregar valor ao conteúdo acadêmico-científico a partir de uma visão atual das estratégias 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.



Participantes e Público - alvo

O evento contou com **318 participantes**, que lotaram as dependências do auditório da Biblioteca central (BBT) da Universidade Federal de Viçosa (UFV) durante os três dias do Seminário.

- Estudantes de graduação e de pós-graduação
- Professores universitários
- Pesquisadores e profissionais da área
- Profissionais de entidades públicas de pesquisa agropecuária

Edição de Anais

Neste ano, foram editados os Anais do Seminário cujos artigos, de caráter científico, foram publicados por professores e pesquisadores do setor. A edição dos Anais teve grande sucesso entre os participantes e têm sido solicitados por grande número de interessados. Este fato serviu como importante indicador de que tal iniciativa deverá ser repetida em 2005.

Empresas contatadas

No período de novembro de 2003 a agosto de 2004 foram contatadas **167** empresas de grande e médio porte de todo o território nacional, multinacionais ou não. As formas de contato foram:

- Via Internet
- Visitas pessoais
- Via ECT
- Via telefone

Perfil dos Palestrantes

- Editores e, ou empresários, de revistas especializadas do setor, de circulação nacional e internacional
- Diretores e gerentes de marketing de grandes empresas do agronegócio
- Diretores e executivos do Terceiro Setor
- Diretores e executivos do Poder Público
- Diretores e pesquisadores de instituições internacionais
- Professores pesquisadores de universidades federais



II Seminário do Agronegócio



Relação Nominal dos Palestrantes ::::::::::::::::::::

- ❑ **LINO COLSERA**
Diretor do Departamento de Políticas e Acordos Comerciais
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
- ❑ **GILMAN VIANA RODRIGUES**
Presidente da Federação da Agricultura do Estado de Minas Gerais
- ❑ **FRANCISCO ROCHA NETO**
Gerente de Infra-estrutura e Controle dos Ativos Ferroviários
Agência Nacional de Transportes Terrestres
- ❑ **NYSSIO FERREIRA LUZ**
Presidente do Instituto Brasileiro de Logística
- ❑ **JOSÉ VICENTE CAIXETA FILHO**
Professor e pesquisador da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz
Universidade de São Paulo
- ❑ **CLAUS TRAEGER**
Consulting for International Channel Marketing
Alemanha
- ❑ **LUIZ MÁRIO**
Gerente de Dinâmicas
Sistema AGRISHOW
- ❑ **PAULO DAMIÃO**
Diretor Executivo CL-A Comunicação Empresarial
- ❑ **MICHEL SANTOS**
Diretor de Marketing de Comunicação da Bunge Fertilizantes
- ❑ **MÁRCIA MANDAGARÁ**
Editora Coordenadora de Conteúdo
RBS Rural - Canal Rural
- ❑ **CORIOLANO XAVIER**
AGROCERES PIC
- ❑ **MICHEL MORRISSET**



II Seminário do Agronegócio



Professor do departamento de Economia Agro-alimentar e das Ciências do Consumo
Universidade de Laval - Canadá

- ❑ **GUILHERME CASTANHEIRA MAGALHÃES**
SEBRAE - MG

- ❑ **MOACIR FERREIRA TEIXEIRA**
Diretoria de Agronegócio
Banco Santos S.A.

- ❑ **SILVIO BORSARI FILHO**
Engenheiro Agrônomo
Cooperativa dos Plantadores de Cana-de-Açúcar da Zona de Guariba - São Paulo

- ❑ **CELSO EDUARDO DE FREITAS**
Gerente de Marketing
TORTUGA - Cia. Zootécnica Agrária Ltda.

- ❑ **LEANDRO ROGER PAVARIN**
Assessor da área de Pneus Agrícolas
GOODYEAR do Brasil

- ❑ **BERNHARD KIEP**
Diretor Presidente
VALMONT Indústria e Comércio Ltda.

- ❑ **FELICIANO DE SÁ GUIMARÃES**
Gerente de Produtos
FOCUS - RI Consultoria

- ❑ **AZIZ GALVÃO DA SILVA JÚNIOR**
Coordenador Geral
Professor pesquisador do Departamento de Economia Rural
Universidade Federal de Viçosa

- ❑ **ALTAIR DIAS DE MOURA**
Professor pesquisador do Departamento de Economia Rural
Universidade Federal de Viçosa

- ❑ **VIVIANE SILVA LÍRIO**
Professor pesquisador do Departamento de Economia Rural
Universidade Federal de Viçosa

- ❑ **LUCIANO BAIÃO VIEIRA**
Professor pesquisador do Departamento de Engenharia Agrícola
Pró-reitor de Extensão e Cultura
Universidade Federal de Viçosa



II Seminário do Agronegócio



- ❑ **ERLY CARDOSO TEIXEIRA**
Professor pesquisador do Departamento de Economia Rural
Universidade Federal de Viçosa

- ❑ **CARLOS ANTÔNIO MOREIRA LEITE**
Professor pesquisador do Departamento de Economia Rural
Universidade Federal de Viçosa

- ❑ **CLAUDIO FURTADO SOARES**
Professor pesquisador do Departamento de Tecnologia de Alimentos
Universidade Federal de Viçosa

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
- ❑ Ampliar a visibilidade das marcas corporativas participantes e apoiadoras do evento
- ❑ Reunir representantes do poder público, do terceiro setor, da universidade e do mercado com o objetivo de gerar discussões que possam acrescentar novas perspectivas ao ambiente acadêmico

A fixação da marca das empresas patrocinadoras

A grande divulgação deste evento aliada à marca já consagrada - **Mídia e Marketing** - proporciona às empresas patrocinadoras grande visibilidade corporativa. O seminário tem sido motivo de comentários positivos no *campus* universitário. Neste ano, o número de inscritos aumentou gerando, inclusive, lista de espera.

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.

Avaliação dos participantes

As expectativas foram bem correspondidas. Dos questionários de avaliação distribuídos durante o evento, diversas conclusões foram tiradas conforme especificadas a seguir:



II Seminário do Agronegócio



- ❑ O público foi composto de **95% de estudantes**. Desse total, **90%** são graduandos e **5%** pós-graduandos, números que revelam com consistência o público-alvo deste evento
- ❑ A grande maioria classificou o evento como **de importância para a carreira profissional** o que vem ao encontro dos objetivos propostos
- ❑ Os participantes consideraram **Excelente** o tema escolhido bem como o conteúdo e a qualidade das palestras proferidas
- ❑ **95% dos participantes** manifestou desejo de participar o III Seminário de Mídia e Marketing com a temática **Infra-estrutura no Agronegócio: Investimento, Crédito e Logística**

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
- ❑ Transmissão *on line* do evento pelo Canal Tortuga
- ❑ Alimentação sistemática e constante, na home page, de informações a respeito do evento e seus palestrantes
- ❑ 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
- ❑ Camisas personalizadas utilizadas pela Comissão Organizadora durante o período de inscrições e durante a realização do evento
- ❑ Sorteios (livros e brindes corporativos) durante o evento
- ❑ Comunicação pessoal



Mapa de acessos à home page

- ❑ Foram registrados **7.874 acessos** à home page do evento (período de 1º de setembro a 1º de outubro de 2004), numa média de 262 acessos por dia
- ❑ Foram registrados **767 downloads** de arquivos das palestras (período de 15 de setembro a 1º de outubro de 2004), numa média de 51 downloads por dia.

Resultados Alcançados

O evento alcançou os seguintes resultados:

- ❑ **Aumento do relacionamento** entre os alunos do curso de Gestão do Agronegócio e empresários de grandes empresas do setor
- ❑ **Abertura de novas possibilidades** de relacionamento universidade - empresa
- ❑ **Abertura de possibilidades** quanto à uma nova e diferenciada presença da Universidade federal de Viçosa no Sistema AGRISHOW
- ❑ **Edição de Anais** com artigos científicos
- ❑ **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
- ❑ **Interesse crescente em empresas patrocinadoras** do evento
- ❑ **Satisfação** de todos os convidados quanto à participação no Seminário
- ❑ **Aumento da visibilidade institucional** da UFV junto aos meios de comunicação especializados e junto a empresas do agronegócio nacional e internacional
- ❑ **Aumento da visibilidade institucional** das empresas junto ao público acadêmico
- ❑ **Ampliação das possibilidades** de estágios para estudantes da UFV

Comissão Organizadora

- ❑ **Professor Aziz Galvão da Silva Júnior**
Coordenador Geral
- ❑ **TNS Giovanni Weber Scarascia**
Coordenador Executivo



II Seminário do Agronegócio



Acadêmicos:

- Aline de Freitas Veloso
- Crislene Leal da Silva
- Daniel de Paula Carneiro
- Danilo Beretz Aren
- Eduardo Martins Lima
- Elisângela Leão Chagas
- Gabriela Oliveira de Almeida
- Lílian A. Gomes da Silva
- Lucas de Oliveira Scarascia
- Luíza Santos Pego
- Márcia Aparecida de Paiva Silva
- Paulo Eduardo da Silveira
- Tânia Verônica Veldt
- Yuri Clements Daglia Calil

