



III Seminário do Agronegócio



III Seminário do Agronegócio

Financiamento e Marketing

24 e 25 de novembro de 2005

Auditório da Biblioteca Central

Universidade Federal de Viçosa

RELATÓRIO FINAL

O EVENTO

O **III Seminário do Agronegócio** foi realizado dias 24 e 25 de novembro de 2005, no Auditório da Biblioteca Central da Universidade Federal de Viçosa e teve como temática **Financiamento e Marketing**.

Abaixo, relacionamos alguns tópicos de destaque ocorridos dentro do Seminário:

Número de inscritos: 223

destacando-se estudantes de Graduação e de Pós-graduação, além de profissionais da área de suinocultura, professores, pesquisadores, jornalistas e empresários de diversos setores do agronegócio.

Transmissão em tempo real pelo Canal Tortuga:

O Seminário foi transmitido em tempo real pelo Canal Tortuga. Uma assessora de imprensa foi contratada para acompanhar os trabalhos e divulgá-los via Internet.



Workshop focado na suinocultura:

O Seminário teve um foco claro no marketing da carne suína e, nessa direção, houve momentos de relacionamento empresarial e institucional entre suinocultores e dirigentes do mercado financeiro

Participação especial da Escola Agrotécnica Federal de Rio Pomba:

Vinte (20) estudantes do Ensino Médio do curso de Gestão do Agronegócio da Escola Técnica Federal de Rio Pomba (cerca de 100 km de Viçosa) participaram, pela primeira vez, de um evento destas características. A hospedagem e as inscrições foram custeadas pela TORTUGA, patrocinadora oficial do Seminário. A experiência, inédita, irá se repetir em 2006 com a expectativa de ampliação do número de escolas agrotécnicas.

OS ARGUMENTOS

O Agronegócio Brasileiro

Conforme as palavras de Roberto Rodrigues, Ministro de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o agronegócio é hoje a principal locomotiva da economia brasileira. Os números são expressivos. Responde por 34% das riquezas geradas no País, 42% das exportações totais e 37% dos empregos brasileiros. Entre 1998 e 2003, a taxa de crescimento do PIB agropecuário chegou a 4,67% ao ano. Em 2002, as vendas externas do setor renderam ao Brasil US\$ 36 bilhões, com superávit de US\$ 25,8 bilhões.

Financiamento

Apesar de números tão expressivos, não existe uma infra-estrutura que esteja acompanhando o vigor do crescimento da produção e a evolução das exportações do agronegócio brasileiro. *O Brasil precisa investir e avançar em todos os setores da infra-estrutura para que o País tenha um desenvolvimento sustentável e conseqüente (Revista CASEMG Agronegócio, nº 2)*

O Financiamento é uma área emblemática neste cenário e tem sido tema de debates, congressos, seminários, além de amplamente divulgadas por meio da mídia nacional. Nas últimas safras, o agronegócio tem aumentado a dependência de recursos à margem das linhas oficiais e por meio de mecanismos próprios. Estudos elaborados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento comprovam que a participação do governo na concessão de financiamentos caiu à



metade nos últimos anos (*Revista Agrinova nº 35, maio de 2004*). Em 1995, para cada tonelada de grão financiado no Brasil, o Estado financiou US\$ 128,16. Em 2003, o financiamento estatal foi de US\$ 68,55.

Marketing no Agronegócio: mais agressividade.....

O Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento tem enfatizado a necessidade de ações mais efetivas em relação ao marketing no Agronegócio Brasileiro. Em recente encontro promovido pela IT MIDIA, Roberto Rodrigues chegou a qualificar que *a atuação de marketing no setor é ridícula*. Ele afirmou que *o setor privado precisa sair da defensiva e investir mais em marketing de produto e na imagem do setor*. Para ele, *está faltando mais agressividade em marketing*.

Capital intelectual para o Agronegócio

O **III Seminário do Agronegócio** confrontou os setores envolvidos (Setor Público, Setor Privado e Terceiro Setor) e gerou debates consistentes em um ambiente academicamente de excelência e sensível à resolução de tais problemas. O conceito foi sensibilizar os futuros profissionais quanto à relevância do tema e, com isso, alavancar soluções compatíveis com a realidade brasileira.

O evento reuniu ciência, mercado e políticas públicas para debater os temas **Financiamento e Marketing** e, com isso, estimular o capital intelectual presente - formado por estudantes de graduação, pós-graduação, pesquisadores e profissionais - a gerar produtos e, ou, processos voltados estrategicamente para o setor. Isto significou investir no desenvolvimento de novos conhecimentos e aplicações para o setor reunindo, em um mesmo ambiente, pesquisa, desenvolvimento e mercado.

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.

Objetivos

- ❑ Gerar diferenciais competitivos inteligentes para o desenvolvimento de produtos e, ou, processos que possam diminuir as perdas de rentabilidade do agronegócio
- ❑ Estimular o capital intelectual presente ao evento a desenvolver estratégias que possam solucionar os problemas que afligem a infraestrutura do agronegócio brasileiro
- ❑ Sensibilizar a geração de linhas de pesquisa científicas voltadas para a obtenção de resultados positivos em relação ao Custo Brasil
- ❑ Investir na abertura de canais estratégicos de comunicação institucional entre a academia e os setores de mídia e de marketing



III Seminário do Agronegócio



- ❑ 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

Público-alvo

- ❑ Estudantes de graduação e de pós-graduação
- ❑ Professores universitários
- ❑ Pesquisadores e profissionais da área
- ❑ Dirigentes do Terceiro Setor
- ❑ Profissionais de entidades públicas de pesquisa

Perfil dos Palestrantes

- ❑ Diretores e executivos de grandes corporações 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
- ❑ Editores e, ou empresários, de revistas especializadas do setor, de circulação nacional e internacional

Diferenciais Competitivos

- ❑ Público participante formador de opinião, fato que agrega valor por tratarem-se de futuros profissionais que estarão inseridos em instituições, empresas e entidades em todo o território nacional
- ❑ Ampliação e, ou, consolidação da marca corporativa junto a um público formador de opinião
- ❑ Transmissão via Internet (videoconferência) para:
 - Escolas Agrotécnicas Federais
 - Universidades Públicas e Particulares
 - Empresas patrocinadoras
 - Entidades de pesquisa agropecuária
- ❑ Estímulo para a geração de massa crítica e de capital intelectual no sentido de gerar resultados e soluções voltados para a infra-estrutura do agronegócio brasileiro
- ❑ Envolvimento institucional e corporativo de forma a consolidar a parceria universidade - empresa
- ❑ Marca corporativa vinculada à uma das maiores instituições de ensino, pesquisa e extensão do Brasil no setor do agronegócio: a Universidade Federal de Viçosa



- ❑ Circulação diária no campus da UFV: 15.000 pessoas

Realizadores

- ❑ Curso de Gestão do Agronegócio da Universidade Federal de Viçosa
- ❑ MBA em Gestão do Agronegócio da Universidade Federal de Viçosa
- ❑ TORTUGA – Cia. Zootécnica Agrária Ltda.
- ❑ Cooperativa dos Suinocultores do Vale do Piranga – COOSUIPONTE
- ❑ SEBRAE-MG
- ❑ Instituto BRASIL de Gestão Estratégica de Competências

Apoiadores e Parceiros

- ❑ Revista Panorama Rural
- ❑ Serviço de Informação da Carne – SIC
- ❑ Ministério da Agricultura – MA
- ❑ Banco Baniff Primus
- ❑ Governo do Estado de Minas Gerais
- ❑ Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado de Minas Gerais – EPAMIG
- ❑ Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Minas Gerais - SEAGRI
- ❑ Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína – ABIPECS
- ❑ Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio – ABMR&A
- ❑ Associação dos Suinocultores do Vale do Piranga – ASSUVAP
- ❑ Agencia de Desenvolvimento do Vale do Piranga – AGEVALE
- ❑ Frigorífico SAUDALI
- ❑ Portal Suíno.Com
- ❑ Revista Saber & Sabor
- ❑ BUNGE Fertilizantes S/A

Viçosa, janeiro de 2006.

Professor Aziz Galvão da Silva Júnior
Coordenador Geral



III Seminário do Agronegócio



Giovanni Weber Scarascia
Coordenador Executivo

Contato:

Assessoria Internacional e de Parcerias
Universidade Federal de Viçosa

Giovanni Weber Scarascia
(31) 3899-2891 / 9965-1581
gweber@ufv.br

