

## O agronegócio crescendo com marketing

### Maurício Sampaio falou sobre os desafios do Marketing do Agronegócio no Brasil

A Associação dos Engenheiros Agrônomos de Londrina (AEA) promoveu em sua sede uma palestra para discutir o Marketing Rural. Durante o evento, estiveram presentes representantes das empresas ligadas ao setor rural e agências de propaganda que anunciam produtos voltados ao agronegócio. Maurício Sampaio falou sobre os desafios do Marketing para o Agronegócio Brasileiro.

#### Mensagem

## Restabelecendo a confiança

A grande divulgação dada à crise internacional acabou por provocar uma natural insegurança ao brasileiro. Assim, ele reduziu seus impulsos e passou a consumir menos.

Ao destacar que vivemos um momento de desconfiança em cadeia, alimentamos a retração e provocamos uma desaceleração.

Acreditamos que as dificuldades continuarão por algum tempo, porém tais adversidades merecerão reavaliações. Precisamos, daqui para frente, restabelecer a confiança.

Felizmente, o agronegócio brasileiro é muito competitivo, e apesar das dificuldades decorrentes da crise, deverá atenuar o déficit e contribuir com a geração de superávits comerciais tão necessários nestes momentos de turbulência. O reequilíbrio nas relações de troca (insumos x preço das commodities) poderá também restabelecer os ganhos de produtividade que perdemos no ano passado. A necessária revisão das políticas públicas e de crédito para o setor que também está sendo elaborada pelas lideranças agrícolas e governo poderá reunir as condições para o crescimento da produção agrícola em 2009.

Bons negócios!  
Crescendo com marketing.

**Maurício Sampaio**

Presidente

#### EXPEDIENTE

Este informativo da Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio é dirigido aos seus associados. Artigos assinados não representam a opinião da entidade. Produzido pela MPPR Propaganda Ltda. Correspondências para: abmr@abmr.org.br Telefone: (11) 3812-7814

## Pesquisa sobre Perfil Comportamental e Hábitos de Mídia segue preparação

Como periodicamente fazemos, também em 2009 realizaremos mais uma Pesquisa ABMR&A "Perfil Comportamental e Hábitos de Mídia do Produtor Rural Brasileiro".

Para tanto, depois de feita a concorrência, envolvendo cinco empresas, foi selecionada a Ipsos Marplan por um comitê especialmente constituído. Trata-se de uma das seis divisões do Grupo Ipsos, um dos líderes globais em pesquisa de mercado e o maior instituto do Brasil em pesquisa ad hoc.

O estudo "Perfil Comportamental e Hábitos de Mídia do Produtor Rural Brasileiro", além da manutenção dos dados que compõem a série histórica, terá duas inovações téc-



nicas. A primeira será a de definição de modelo de segmentação atitudinal do produtor rural brasileiro. A outra será a reformatação dos dados relacionados com hábitos de mídia, aspecto que possibilitará aprofundamento nos padrões de processamento e análise.

Atualmente, as empresas estão fazendo suas adesões para a participação no projeto. No último dia 26, houve a primeira reunião de trabalho sobre os detalhes técnicos da pesquisa e definição de cronograma de trabalho.

## ABMR&A firma convênio com FGV

A Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio firmou convênio com a Fundação Getúlio Vargas para concessão de descontos de 15% sobre os custos das disciplinas de seus cursos de Pós-Graduação Lato-Sensu Especialização.

O benefício é válido nas unidades de Campinas, Jundiaí e Limeira, não sendo cumulativo com outras promoções ou descontos oferecidos.

Para identificação do usuário por ocasião da matrícula, será necessário a apresentação do Cartão de Acesso ao Credenciamento ou a Carteira Funcional ou crachá de vínculo com a empresa associada.

## Trabalho conjunto

A ABMR&A e a Associação dos Engenheiros Agrônomos de Londrina (AEA) acordaram no desenvolvimento de trabalhos

conjuntos, visando a realização de eventos e outras atividades. Desta forma, ambos focarão os associados daquela entidade em suas necessidades no setor de marketing do agronegócio.