



News

O agronegócio crescendo com marketing

ABMR&A
Associação Brasileira de
Marketing Rural & Agronegócio

Revista Rural entrevistou Maurício Sampaio sobre a importância do marketing para o setor rural

Na matéria publicada na edição 135, o presidente da ABMR&A destacou o relacionamento das agências com o segmento, bem como valorizou a continuidade de um trabalho de comunicação. Falou também dos investimentos e do acompanhamento que as empresas têm feito para conscientizar o consumidor.

Mensagem

Confiança no 2º semestre

Passados mais de seis meses do início da crise internacional, observa-se que a insegurança inicial dá lugar a boas perspectivas para o segundo semestre deste ano.

O segmento agropecuário brasileiro vem dando mostras de maturidade, procurando evitar a retração e a desaceleração.

As naturais dificuldades continuarão por algum tempo, porém a busca pelo restabelecimento da confiança caminha em paralelo.

Competitivo, o agronegócio deverá, mais uma vez, atenuar o déficit e contribuir com a geração de superávits comerciais. O reequilíbrio nas relações de troca poderá gerar ganhos de produtividade que perdemos no passado. A recente divulgação das políticas de crédito deverá propiciar condições para o crescimento da produção agrícola em 2009/2010.

Bons negócios!
Crescendo com marketing.

Maurício Sampaio

Presidente

NOVOS DIRETORES

Jacques Paciullo Neto, (foto) diretor comercial para agronegócio da Rede Globo, assumiu recentemente a vice-presidência da ABMR&A.



Hernani Vasconcelos, gerente de Marketing da Mosaic é o novo diretor de Relações com Mercado.

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: abmra@abmra.org.br
Telefone: (11) 3812-7814 - 3816-2702

ABMR&A reúne empresários e pecuaristas em seminário na FEICORTE



A Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio (ABMR&A) promoveu o IX Seminário da Cadeia Produtiva de Carne Bovina, em São Paulo. O encontro, realizado no mês passado durante a FEICORTE, proporcionou o debate de temas focados no momento atual da economia brasileira.

Após a abertura feita pelo diretor administrativo e financeiro da entidade, Daniel Baptistella, Miguel Cavalcante, diretor do Beef Point, falou da situação internacional e da interna, sinalizando as perspectivas para o mercado do boi e da carne nos próximos trimestres.

Seguindo o foco do evento, Jacqueline Bierhals, gerente de Agroenergia da AgraFNP, apresentou o histórico e as características do mercado de terras voltadas para agricultura e pastagem, considerando os obstáculos e as oportunidades, em meio ao atual momento de crise no mundo.

À tarde, depois da reabertura feita por Maurício Mendes, diretor de Comuni-

cação, os aspectos legais e as políticas públicas para regularização fundiária na Amazônia e a renovação do código ambiental foram abordadas por Augusto Ribeiro Garcia, advogado agroambientalista e colunista da revista DBO.

Ao falar sobre lucratividade no negócio agropecuário, Elder André de Oliveira, da EXAGRO Consultoria, analisou custos e mostrou formas de rentabilidade, enfatizando a gestão com planejamento e os investimentos necessários, considerando o confinamento como ferramenta estratégica.

No final, Maurício Palma, diretor da BIGMA Consultoria, abordou as exigências e os desafios econômicos para as fazendas de pecuária de corte, no cenário atual e futuro, pontuando o orçamento como fator principal.

A íntegra das palestras está no site da entidade: www.abmra.com.br.

Fase final da pesquisa

A Pesquisa ABMR&A "Perfil Comportamental e Hábitos de Mídia do Produtor Rural Brasileiro" está em sua fase final.

Com a adesão de várias empresas, que viabilizaram quase a totalidade do projeto, a Ipsos Marplan está preparando o estudo com a manutenção dos dados que compõem a série histórica e com duas inovações técnicas: definição de modelo de segmentação atitudinal do produtor rural brasileiro e a reformatação dos dados relativos aos hábitos de mídia.

Novos interessados consultem a secretaria da ABMR&A.

Projeto IBOPE Monitor segue com mais focos

Em reunião realizada, em maio, com o IBOPE Monitor, a gerente de divisão Rita Romero apresentou o novo Projeto para os associados e parceiros.

Na ocasião, foram discutidos e esclarecidos alguns pontos. Também foi colocado o desejo de continuidade do projeto, ficando a ABMR&A com o *follow-up* de empresas interessadas.

Com um número de adesões suficientes, o IBOPE foi acionado novamente para desenhar as demandas dos cotistas.