



USP ESALQ – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Veículo: Boi Pesado

Data: 27/01/2015

Caderno/Link: <http://www.boipesado.com.br/MercadoNoticia.aspx?codigoNot=SDfSGP+Wvdc=&title=BOA+FASE+DO+AGRONEGOCIO+IMPULSIONA+CURSOS+DE+POS-GRADUACAO+NA+AREA>

Assunto: Boa fase do agronegócio impulsiona cursos de pós-graduação na área

Boa fase do agronegócio impulsiona cursos de pós-graduação na área

Sementes transgênicas, aperfeiçoamento no combate a pragas e novas técnicas de colheita são frutos da revolução tecnológica no campo que impulsionaram a produtividade rural e abriram as porteiras para novos mercados e possibilidades. Como resultado, o setor tem exigido profissionais com formação diversificada, que dominem as várias etapas da cadeia produtiva.

Para atender essa demanda, instituições de ensino investem em cursos de pós-graduação que preparam e atualizam profissionais com perfil técnico, como engenheiros, agrônomos e veterinários, em áreas como gestão, finanças, tecnologia e marketing. Oferecem, também, formação para administradores e economistas que já trabalham ou querem atuar no agronegócio.

Segundo o coordenador do Mestrado Profissional em Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Angelo Costa Gurgel, as graduações não formam profissionais com domínio de processos produtivos típicos do agronegócio e, ao mesmo tempo, finanças e mercados ligados ao setor. "São dois mundos com pouco contato na graduação. Nosso objetivo é uni-los para formar profissionais que tenham um conhecimento multidisciplinar", afirma.

Essa foi a opção do engenheiro agrônomo João Guilherme Moraes, de 32 anos, que almejava cargos de liderança em empresas do setor. Pouco após iniciar o curso, ele assumiu o posto de diretor de Vendas e Tecnologia na Agrinos do Brasil, multinacional na área de defensivos. Sua principal função é fazer a gestão de desenvolvimento comercial, tomando decisões em relação a quais mercados investir. "O mestrado me deu habilidades para desenvolver novos métodos de abordagem em questões do dia a dia. O curso estimula o aluno a ir atrás das soluções."

Academia e mercado. Segundo Gurgel, o principal objetivo do mestrado, direcionado a profissionais com experiência, é ensinar o método científico para resolver problemas específicos, unindo o conhecimento acadêmico com o do setor privado. Já o curso de MBA em Gestão Estratégica do Agronegócio oferece uma visão sobre o setor e ensina habilidades específicas, entre elas como fazer plano de marketing e operar no mercado financeiro.

Na Fundação Instituto de Administração (FIA), o MBA em Gestão Estratégica do Agronegócio oferece um módulo optativo na França, no Institut d'Administration des Enterprises, da Université Pierre Mendès France. Segundo o vice-coordenador do curso, Celso Grisi, o aluno faz quatro módulos no exterior e visita empresas e a Organização Mundial do Comércio (OMC), onde discute problemas em negociações agrícolas.

Para Grisi, o profissional precisa de ferramentas para elevar a produtividade fora do campo, então o MBA capacita o aluno desde as questões domésticas, como logística, a regras e práticas do comércio internacional. "As empresas precisam de pessoas que saibam comprar melhor, negociar e vender melhor, aprimorar a logística e entender as atividades agroindustriais dentro e fora da porteira."

Presencial e a distância. Na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, da Universidade de São Paulo (Esalq-USP), em Piracicaba, o Instituto de Programa de Educação Continuada em Economia e Gestão de Empresas (Pecege) oferece MBAs presenciais e a distância. Presidente do instituto, o professor Pedro Valentim Marques diz que os cursos ensinam a operar nos mercados futuros da bolsa de valores e oferece as ferramentas básicas para isso, como noções de econometria e estatística.

Essas ferramentas já são usadas por Fernando Pereira dos Santos, de 26 anos, que faz o MBA a

distância da **Esalq**. Ele trabalha em uma multinacional de seguros agrícolas. "Meu foco é a avaliação de risco de propriedades rurais. Faço análises de imagens via satélite e de bancos de dados, habilidades bem específicas que são trabalhadas no MBA."

Agronegócio e marketing. Para vender sacas de soja não é preciso fazer muita propaganda ou investir na embalagem, ainda mais quando o vendedor é um dos maiores produtores do mundo. Mas a partir do momento em que esse produto se diferencia e se torna óleo, a competição aumenta e a situação muda de figura.

É de olho nesse nicho de mercado que a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) abre a primeira turma de MBA em Agronegócio em uma parceria com a escola francesa Audencia Nantes School of Management. Em um programa de diplomação dupla, o aluno conhecerá a política agrícola europeia com foco na valorização de produtos e transformação das matérias-primas. "Nós vamos oferecer ao aluno do MBA o conhecimento de coordenação da cadeia produtiva de ponta a ponta", diz o coordenador do curso, José Luiz Tejon.

De acordo com o diretor executivo da Associação Brasileira do Agronegócio (Abag), Luiz Cornacchioni, a produção agropecuária do País deve se diferenciar cada vez mais para oferecer produtos derivados e, portanto, com maior valor agregado.

"É preciso entender que o agronegócio está sendo estendido, e, quando você agrega valor a um produto, a questão do marketing é essencial", afirma. Dados citados pela entidade mostram, por exemplo, que as exportações de frango industrializado cresceram quase 120% em dois anos.

O MBA oferece a formação clássica em agronegócio, mas também trabalha os conceitos de marketing e agrossociedade, cujo principal objetivo é a produção vinculada à responsabilidade social e ambiental. As inscrições para o curso estão abertas até junho e as aulas começam em julho.

Estadão Conteúdo / Natália Caccioli