

FICHA DE INSCRIÇÃO  
Prêmio Opinião Pública 2004

Declaro que estou de acordo com a íntegra do Regulamento e solicito a inscrição do case de Relações Públicas que apresento para concorrer ao concurso Prêmio Opinião Pública 2004. Anexo cheque nominal ao CONRERP, 2ª. Região, SP/PR, no valor estipulado pelo art. 6º, § 1º, b.

Data:...../...../.....

---

Gislaine Rossetti

**Título do case**

**BASF – Sistema de produção  
Clearfield<sup>®</sup> Arroz**

**Categorias**

**Relacionamento na área de *agribusiness***

Nome do profissional

.....

Nº. de registro no CONRERP

.....

Endereço

CEP

Cidade

UF

Tel:

Fax

E-mail

Empresa ou instituição para a qual o trabalho foi realizado

.....

Nome da assessoria externa (se houver)

.....

Nº de registro no CONRERP

# Índice

## 1. Cenário do Arroz no Brasil

Percepção da Imprensa

Formatados: Marcadores e numeração

## 2. Sistema Clearfield®

O diferencial do Sistema

Formatados: Marcadores e numeração

No mundo

No Brasil

Parcerias

Semente tolerante não é OGM

## 3. Indústria química líder mundial

## 4. BASF 2015 – Enviando um sinal. Construindo o futuro.

## 5. Divisão Agro

## 6. Planejamento de Relações Públicas – *expertise* dentro de casa

Posicionamento

Formatados: Marcadores e numeração

Biotecnologia (posicionamento mundial)

Mensagens-chave

Objetivos

Público-alvo

## 7. Segunda Etapa

## 8. Fatores de sucesso

Premissas

Formatados: Marcadores e numeração

## 9. Implementação

## 10. Resultados

# BASF – Sistema de produção Clearfield® Arroz

A opinião pública pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso de uma ação mercadológica, principalmente quando consideramos o setor agro no Brasil. Atentar para as diferentes percepções, os comportamentos dos públicos-alvo e analisar a atuação do mercado são funções integradas e que devem ser consideradas na estratégia de negócio bem-sucedida. Na BASF, a presença do profissional de Relações Públicas ao lado da equipe de negócio desde o planejamento das ações mercadológicas garantem a amplitude das soluções de comunicação.

Este foi o caso do lançamento do Sistema de Produção Clearfield® Arroz. A estratégia integrada segmentou a ação de comunicação para públicos de interesses comum e não se limitou a disseminar e divulgar informações, mas também de reforçar e ampliar o relacionamento da empresa com cada público, respeitando suas características individuais e adotando uma abordagem e linguagem específicas para que o resultado da comunicação fosse efetivamente possível. Os resultados comprovam a eficácia da estratégia adotada.

## 1. Cenário do arroz no Brasil - 2003

O mercado de arroz apresentava os estoques mundiais em baixa. No Brasil, o cenário não era diferente (houve 26% de aumento no estoque brasileiro



**CLEARFIELD**  
sistema de produção | Arroz

de arroz em 2004/2005).. Segundo estudos da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), a safra 2002/2003 da produção de arroz teve uma redução de 500 mil toneladas, em relação à estimativa anterior, elaborada em fevereiro. Esse recuo deveu-se em especial a quebra de safra no Rio Grande do Sul, onde já havia fortes indicativos de que a produção talvez não ultrapassasse a barreira dos 4,7 milhões de toneladas. Os efeitos climáticos e o avanço das plantas daninhas são os principais fatores que dificultam o crescimento das safras de arroz no Brasil.

A atuação histórica dos produtores de arroz criou uma imagem de um setor ligado a práticas tradicionais, num ambiente de pouco investimento em avanço tecnológico. É possível registrar ainda um pouco de resistência às inovações, identificada como soluções casadas a serviço de interesses das grandes empresas e não para resolver especificamente as demandas dos produtores.

O Arroz Vermelho, uma das principais pragas que atacam as plantações, é um dos principais desafios a serem superados pelos agricultores. O Rio Grande do Sul, principal região de produção do arroz irrigado no Brasil, vem enfrentando danos causados pelo Arroz Vermelho, como a redução do rendimento (Kg/ha), a elevação do custo de produção, o menor rendimento de engenho, a depreciação do produto colhido, a desvalorização da terra e o menor aproveitamento da adubação nitrogenada.

### 1.1 Percepção da Imprensa

Os jornalistas especializados na cobertura do agronegócio tendem a reforçar essa percepção de que o setor do arroz investe pouco em inovação tecnológica e que depende especialmente de recursos públicos para desenvolver sua atividade.

Ao mesmo tempo, a mídia, acostumada a divulgar modelos tradicionais de produção e atenta às inovações no cultivo da soja, tendia a associar qualquer inovação ao tema dos Organismos Geneticamente Modificados (OGM), comprometendo o entendimento de novos sistemas de produção.

Com isso, de modo geral, muitas das inovações apresentadas pelas empresas transnacionais, como o Sistema de Produção Clearfield® Arroz da BASF, passaram a ser consideradas iniciativas relacionadas diretamente a OGM, que causam preocupação da sociedade em relação à saúde e meio ambiente.

## 2. Sistema Clearfield®



Desenvolvido em vários países e para diversas culturas, o Sistema Clearfield® é uma solução tecnológica inovadora da BASF para melhorar a

qualidade de todas as culturas por meio do uso racional dos sistemas produtivos – entre eles arroz, milho e canola. Trata-se de um sistema de produção que proporciona ao agricultor uma significativa economia de recursos e, simultaneamente, um representativo ganho de produtividade – resultado da combinação de sementes geneticamente avançadas, com herbicidas especificamente desenvolvidos para um efetivo controle de plantas daninhas.

## 2.1 O diferencial do Sistema

O agricultor prepara o solo, planta a semente e, de acordo com as instruções técnicas da BASF, aplica o herbicida no momento e quantidade certas. A maior inovação desse sistema não é o procedimento para o plantio, mas sim a combinação de sementes tolerantes e do herbicida Only®, e o monitoramento permanente das plantações. O Sistema Clearfield® permite o acompanhamento completo da lavoura, garantindo mais produtividade para os arroseiros. A atuação do herbicida Only® ocorre durante o período de germinação da semente e desenvolvimento da plântula, eliminando as plantas de arroz vermelho que não são resistentes ao seu efeito - ao contrário das plantas germinadas das sementes IRGA 422CL e da Tuno CL.

O sucesso do Sistema está justamente na combinação perfeita de atuação da empresa, do parceiro responsável pela semente tolerante e do produtor. Sem essa sinergia e comprometimento tripartite, os efeitos do sistema são drasticamente reduzidos, assim como os benefícios para os produtores.

## 2.1 No mundo

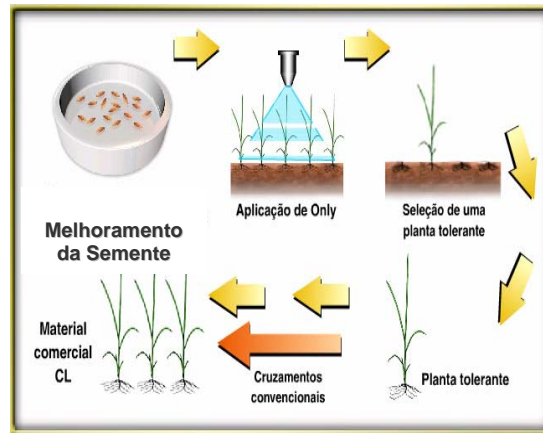
O Sistema de Produção Clearfield® é uma exclusividade mundial da BASF, presente em mais de 10 países, que está revolucionando as formas tradicionais de cultivo, proporcionando aumento de produtividade e ao mesmo tempo contribuindo para a preservação ambiental, pois utiliza de maneira mais eficiente os recursos produtivos, como mão-de-obra, maquinaria, insumos, água etc.

O primeiro Sistema de Produção Clearfield® foi lançado em 1992 nos EUA para a cultura do milho. A situação atual de disponibilidade do Sistema no mundo é: Austrália (trigo); US/Colômbia/Costa Rica/Brasil (arroz);

US/Argentina/Turquia (girassol); US/Canadá/Austrália (canola);  
US/Argentina/C.Europa/Brasil (milho).

## 2.2 No Brasil

No Brasil foi lançado em setembro de 2001 o Sistema Clearfield® Milho (híbridos de milho tolerantes com o herbicida OnDuty). O Sistema de Produção Clearfield® Arroz inaugurou uma nova fase da rizicultura gaúcha, pois além de combater com eficiência as mais diversas plantas daninhas, o herbicida Only® tem excelente controle sobre o arroz vermelho, diminuindo drasticamente sua incidência nas lavouras, desde que o produtor siga o programa de monitoramento.



## 2.3 Parceria

A BASF trabalhou em parceria com importantes empresas de sementes para o desenvolvimento de variedades de arroz tolerantes ao herbicida Only®. Uma das empresas parceiras da BASF, o Instituto Riograndense do Arroz (IRGA), registrou a primeira variedade do arroz tolerante no início de 2003, a IRGA 422CL. A empresa Rice Tec, outra parceira da BASF, registrou o primeiro híbrido do arroz – Tuno CL, no mesmo ano. O IRGA, é o mais importante centro de pesquisa e desenvolvimento de sementes de arroz do país, e a Rice Tec é uma empresa especializada no desenvolvimento de sementes híbridas.

## 2.4 Semente tolerante não OGM

No processo de obtenção das sementes tolerantes de arroz, não houve nenhuma introdução de DNA via engenharia genética. Sendo assim, tal arroz não pode ser considerado um transgênico, mas sim uma derivação dentro da

sua própria família de genes. Esta era a mensagem que precisava ficar clara para todos os públicos, além dos benefícios oferecidos pelo Sistema.

### 3. Indústria química líder mundial

Maior empresa química do mundo, a BASF foi fundada em 1865 e a matriz está em Ludwigshafen, Alemanha. Com cerca de 87 mil colaboradores, a empresa atende a 110 mil clientes, em 170 países, com uma linha de 8 mil produtos, realizando vendas totais de 33 bilhões de euros. A BASF emprega cerca de 4.800 colaboradores na América do Sul e atingiu vendas de €2.1 bilhões na região. Desse total, €1.4 bilhão representa as vendas da empresa no Brasil que possui cerca de 3.300 colaboradores.

### 4. BASF 2015 – Enviando um sinal. Construindo o futuro.

Para continuar em seu caminho de sucesso, a BASF definiu a estratégia 2015. Para sua elaboração foram considerados os prognósticos para o crescimento global da indústria química, a geografia dos nossos mercados futuros e as dificuldades em prever acontecimentos econômicos. Os pontos iniciais para implementação da renovada estratégia mundial estão alinhados com as quatro diretrizes:

- Ajudar os nossos clientes a atingir ainda mais o sucesso  
No futuro, será cada vez mais importante olhar os mercados pelos olhos de nossos clientes. Não estamos apenas interessados em vender os nossos produtos: como parceiros de nossos clientes, desenvolvemos soluções que oferecem a eles – e a nós mesmos – vantagens competitivas. Se os nossos clientes são bem sucedidos, nós também somos.
- Obter um retorno financeiro acima do custo de capital  
Investidores que confiam na BASF com o seu dinheiro esperam um retorno adequado. Empregamos, portanto, o nosso capital de maneira seletiva para atingir o máximo lucro possível. Estamos constantemente melhorando as nossas estruturas, processos e tecnologias e criamos o maior número possível de sinergias
- Formar a melhor equipe na indústria  
Para fornecer aos nossos clientes as melhores soluções, necessitamos de mentes brilhantes e a mais eficiente mão de obra provenientes de diversas

formações educacionais e culturais. Estimulamos também a responsabilidade pessoal e atitude empreendedora. Ao mesmo tempo, todos os nossos colaboradores contribuem com o melhor de si e utilizam o seu conhecimento e habilidade para assegurar o nosso sucesso coletivo.

□ Assegurar o desenvolvimento sustentável

Queremos sustentar e melhorar as condições de prosperidade e crescimento. A melhor maneira de alcançarmos isto é combinando êxito nos negócios, proteção ambiental e estabilidade social. Temos a convicção de que a química é essencial. Por meio de um diálogo ativo com a sociedade, reafirmamos essa convicção e nos comprometemos a ter um comportamento íntegro e responsável.

## 5. Divisão Agro

Com vendas que representaram €3,354 bilhões em 2004, dos quais €695 milhões são da América do Sul, a Divisão de Produtos para Agricultura da BASF é a líder no segmento de proteção à lavoura e uma forte parceira da indústria agrícola ao fornecer fungicidas, inseticidas e herbicidas bem estabelecidos e inovadores. Os agricultores usam estes produtos e serviços para aumentar sua produção e qualidade das colheitas. Estes produtos também são usados em saúde pública, controle estrutural/urbano de pragas, gramados e plantas ornamentais. A BASF tem como objetivo transformar rapidamente seu conhecimento em sucesso de mercado. A Divisão de Produtos para Agricultura da BASF visa ser líder mundial em inovações, otimizando a produção agrícola, melhorando a nutrição e, como resultado, melhorando a qualidade de vida de uma população mundial cada vez mais crescente. Mais informações podem ser obtidas no endereço eletrônico:

[www.agriculturalproducts.basf.com](http://www.agriculturalproducts.basf.com).

## 6. Planejamento de relações públicas - *expertise dentro de casa*

A comunicação da BASF realiza suas atividades de forma integrada com as várias estruturas corporativas e de negócios para promover e sustentar o posicionamento e reputação da empresa, de maneira sinérgica, identificando oportunidades que agreguem valor aos negócios. Foi esta condição que permitiu à empresa identificar



antecipadamente ao lançamento do Sistema no Brasil um potencial ambiente de risco de imagem e confusão sobre as reais características do produto em relação a similares já oferecidos no mercado.

O contexto deste trabalho mercadológico apresentava as demandas exatas para um trabalho específico de Relações Públicas, considerando a cultura de produção, a imagem das empresas junto à opinião pública e potencial risco de confusão entre o sistema lançado e a experiência de utilização dos OGM.

Ao mesmo tempo, o sucesso da implantação do sistema dependia diretamente da mobilização de todos os públicos-alvo que formam o tripé de condução do projeto: empresa produtora do herbicida, parceiro responsável pela semente e agricultor dedicado ao monitoramento do processo.

A unidade de comunicação social da BASF realiza suas atividades de forma integrada com as várias estruturas corporativas e de negócios para promover e sustentar o posicionamento e reputação da empresa, de maneira sinérgica, identificando oportunidades que agreguem valor aos negócios.

Com uma equipe enxuta e dinâmica de Comunicação, é capaz de antecipar demandas e transformar oportunidades em processos estratégicos de formação e manutenção da imagem corporativa da organização Imagem da empresa, agregando valor aos negócios. O universo de atuação engloba as responsabilidades de Gerenciamento da Identidade Corporativa, Relacionamento com Imprensa, Gerenciamento de Contingências, Comunicação Interna (definição de estratégias, públicos e veículos), Projetos Especiais e Eventos Corporativos, Propaganda Institucional, Comunicação de Marketing (apoio consultores áreas de negócios), Relacionamento com Comunidade, Gerenciamento do site na internet e Portal, Doações e patrocínios.

No caso da unidade de negócio de produtos para agricultura não é diferente. A área de Comunicação Social oferece este expertise em forma de soluções de comunicação para os diversos temas existentes, mergulhando no cenário do negócio e da atuação da empresa. Especificamente para unidade de produtos para agricultura, a comunicação social conta com o precioso apoio da agência CL-A Comunicações, na atividade de Relações com a Imprensa

O planejamento de relações públicas sempre teve como pano de fundo toda uma preparação sobre o tema transgênicos / OGM's, com análise de cenários,

posicionamentos e catálogo de perguntas e respostas. O porta-voz estava totalmente preparado para esclarecer a diferença entre o Sistema de Produção Clearfield® Arroz e a transgenia.

Foi criado um comitê com as empresas parceiras, que avaliava mensalmente as potenciais questões que poderiam afetar o bom andamento do projeto. A BASF obteve o registro do Only® (herbicida utilizado exclusivamente no Sistema Clearfield® Arroz) das autoridades competentes em 14 de outubro de 2003. O plano de comunicação para apresentação do Sistema de Produção Clearfield® Arroz contemplou 2 fases. A primeira teve como foco principal a apresentação do produto aos públicos de interesse como produtores rurais e a mídia, principalmente da região sul do país, onde se concentra a produção de arroz irrigado.

O objetivo foi o de oferecer um posicionamento claro sobre a atuação da empresa no campo da biotecnologia, com uma atitude pró-ativa de esclarecimento ao público-alvo, revertendo uma percepção pública negativa em torno das empresas do agronegócio.

O início do lançamento foi protagonizado por ações de “pré-marketing” desenvolvidas a partir do registro do Only® com os multiplicadores e cooperantes na produção de semente do arroz Irga 422 CL, com os usuários e canais escolhidos para a venda do Only® nesta safra (03/04).

A estratégia de ação também cuidou de promover a comunicação integrada entre os vários parceiros envolvidos no projeto, atuando de forma transparente e objetiva, evitando confusões desnecessárias envolvendo a imagem da empresa.

## 6.1 Posicionamento

A BASF apresenta um posicionamento claro sobre a sua atuação no campo da biotecnologia, com uma atitude pró-ativa e esclarecedora ao público-alvo, revertendo uma percepção pública negativa que poderia impactar o lançamento do Sistema de Produção Clearfield® Arroz, confundindo-o com o conceito do “arroz mutagênico”. Além disso, promove a comunicação integrada entre os vários parceiros envolvidos no projeto e os públicos-alvo. Trabalhar com transparência e objetividade evita confusões desnecessárias envolvendo a imagem da empresa. A BASF desenvolve pesquisas OGM com

importantes instituições e é reconhecida como empresa de ponta em biotecnologia.

Os resultados alcançados e a ampliação da área de aplicação foram as principais mensagens da 2ª fase do plano de relações públicas, que também contemplou a realização de um encontro com a imprensa no Rio Grande do Sul, além das ações de comunicação interna, como um lançamento oficialmente o produto (ver plano abaixo). A BASF apresentou o Sistema de Produção como uma grande inovação que combate com eficiência plantas daninhas que diminuem a produtividade das lavouras, em especial o arroz vermelho, responsável por uma quebra de até 20% nas safras gaúchas. Na ocasião, o Sistema seria aplicado em uma área teste de 6 mil hectares no sul do Brasil, com a participação de 79 produtores.

O Sistema de Produção Clearfield® Arroz combina a aplicação do herbicida Only®, produzido pela BASF, e a utilização das sementes tolerantes IRGA 422CL E Tuno CL, desenvolvidas, respectivamente, em parceria com o Instituto Riograndense do Arroz – IRGA, e a empresa Rice Tec.

#### 6.1.1 Biotecnologia (Posicionamento Mundial)

- Para a BASF a biotecnologia é uma das tecnologias-chave para o desenvolvimento futuro dos seus negócios. Como por exemplo, nas áreas de química fina, nutrição, por meio de fermentação e catálise enzimática, bem como nas áreas farmacêutica e agrícola.
- A BASF está comprometida em conduzir a pesquisa biotecnológica dentro de padrões eticamente responsáveis que levem ao descobrimento e à comercialização de produtos e às soluções que melhorem a vida das pessoas. A BASF se compromete também, a não se envolver na manipulação do genoma humano.

#### O foco da BASF no campo da biotecnologia consiste em:

- Ser um fornecedor líder em biotecnologia, baseado em produtos e soluções com valor agregado ao longo de toda a cadeia de produção.
- Atuar na 2ª geração da biotecnologia focando na área agrícola na busca de plantas mais resistentes às condições ambientais, como

seca, chuva, etc. E, na 3ª. geração, aumentado o valor nutritivo/vitamínico dos alimentos.

O foco de pesquisa da BASF Plant Science (BPS) está alicerçado em três vertentes:

- Melhoria em certas características das plantas, como maior resistência ao frio ou à seca;
- Melhoria nas propriedades nutritivas, como a presença de proteínas e de óleos naturais; e
- Uso de plantas como biorreatores para produzir químicos.

A abordagem dos negócios da BASF Plant Science inclui:

- Uma plataforma global de pesquisa & desenvolvimento com dez locais de operação em todo o mundo, sendo: Alemanha, Suécia, Canadá e EUA;
- O compromisso de investir, nos próximos dez anos, 700 milhões de euros na área.

Diferença entre Biotecnologia e Transgênicos – conceito

O CTNBio (Comissão Técnica Nacional de Biossegurança) no Brasil define: “*biotecnologia é um processo tecnológico que permite a utilização de material biológico para fins industriais*”. Por este conceito a biotecnologia não deveria ser usada como sinônimo da tecnologia Transgênica ou da Engenharia Genética, contudo, hoje em dia estes termos são freqüentemente utilizados como sinônimos. A “biotecnologia moderna” muitas vezes mencionada como tecnologia transgênica ou engenharia genética é uma parte da Biotecnologia.

Posicionamentos (temas polêmicos)

Transgênicos

No processo de obtenção do Arroz Clearfield<sup>®</sup>, não houve nenhuma introdução de DNA via engenharia genética. O arroz Clearfield<sup>®</sup> não é considerado como organismo geneticamente modificado (OGM), ou seja, não é transgênico.

### Falsificação / Pirataria

A BASF atua de acordo com as normas e leis vigentes no país e sempre apresentará soluções para o mercado em conformidade com os mais rigorosos critérios de qualidade estabelecidos pela própria empresa.

Como empresa ética e responsável é nossa responsabilidade apoiar os órgãos competentes em suas ações contra a pirataria e falsificação dos produtos. Por isso, a BASF recomenda para segurança dos agricultores:

- Comprar o produto somente junto aos distribuidores autorizados (Cooperativas e Revendas). Não comprar de pessoas suspeitas;
- Exigir sempre a nota fiscal e o receiptuário quando da compra do produto;
- Desconfiar de produtos com preço abaixo do praticado no mercado.

### 6.2 Mensagens-Chave

- A BASF em conformidade com a lei de biossegurança obteve o Certificado de Qualidade em Biossegurança (CQB) e criou a Comissão Interna de Biossegurança que permite que a empresa desenvolva projetos nessa área.
- A BASF conduz pesquisas básicas na área de OGM em parceria com importantes instituições de pesquisas nacionais. Atualmente, as pesquisas estão orientadas para as culturas de soja, cana-de-açúcar e milho.
- Comercialmente, a BASF não será impactada pela MP 131 que liberou o plantio da soja transgênica no País. A BASF já estava preparada para este cenário e vem diversificando o seu *portfolio* de produtos em outros segmentos. Como por exemplo, com o lançamento de fungicidas para Horti-Fruti e com o fungicida Ópera para a soja. A aquisição do Fipronil reforçou a diversificação no mercado de defensivos agrícolas diminuindo a dependência de herbicidas.

### 6.3 Objetivos

- ❑ Consolidar o posicionamento do Sistema de Produção Clearfield® Arroz para a mídia especializada e geral, principalmente na região sul, apresentando os resultados da fase teste de aplicação do produto;
- ❑ Minimizar o impacto da ação, considerando o tema para todos os públicos;
- ❑ Garantir um processo de comunicação transparente;
- ❑ Evitar boatos e confusões sobre a atuação da BASF em biotecnologia.

### 6.4 Público-alvo

- ❑ Colaboradores
- ❑ Clientes/Produtores
- ❑ Fornecedores
- ❑ Imprensa
- ❑ Autoridades
- ❑ Entidades de classe – Andef, Abiquim, CIB e Sindag
- ❑ Parceiros
- ❑ Governo

## 7. Segunda Etapa

A fase teste mostrou excelentes resultados – produtividade que confirmaram a eficiência do sistema. Agora, a área de uso do produto será ampliada para 70 mil hectares abrangendo todas as regiões produtoras de arroz do Rio Grande do Sul. Numa segunda etapa, a empresa retornou aos mesmos públicos-alvo e confirmou a as informações oferecidas no lançamento, gerando o necessário ambiente de credibilidade e confiança. Um encontro com a imprensa foi realizado em 7 de julho com cerca de 30 jornalistas em Porto Alegre. **O assunto foi repercutido em pelo menos 37 matérias em jornais, sites e revistas.** Cada jornalista recebeu informações sobre os resultados obtidos com o Clearfield®, sobre o sistema e as parcerias, além dados institucionais BASF / Agro. Participaram do encontro de 3 produtores que reforçaram as mensagens que deveriam ser fixadas (produtividade, inovação, combate ao arroz vermelho,

tecnologia exclusiva). O porta-voz da empresa fez uma apresentação sobre os resultados obtidos na fase de pré-lançamento retomando as principais características do Sistema. A apresentação contou com gráficos de produtividade por região, depoimento dos agricultores e fotos ilustrativas do sistema.

## 8. Fatores de sucesso

- ❑ Ter uma estratégia e um posicionamento claro sobre o tema internamente para que se reflita externamente
- ❑ Garantir o One Voice Policy (Política de definição e alinhamentos dos posicionamentos corporativos) da BASF
- ❑ Apresentar consistência e clareza das informações
- ❑ Manter canal aberto para orientação à equipe de campo e colaboradores agro
- ❑ Alinhar o posicionamento entre todos os envolvidos com o tema
- ❑ Treinar os porta-vozes e todos envolvidos com o tema Clearfield®

### 8.1 Premissa

- ❑ Definir porta-vozes
- ❑ Trabalhar em sinergia e parceria
- ❑ Qualquer ação de comunicação voltada ao público interno e ao público externo deverá ser comunicada e aprovada antecipadamente pelo time de trabalho formado para gerenciar o assunto.

## 9. Implementação

### Ações 2003:

Público Interno	Ação
Grupo de Trabalho	Apresentação e aprovação do Plano de Comunicação Clearfield
Liderança	Informativo Gerencial (Sistema Clearfield América do Sul e link para lançamento no Brasil em 2004)

### Ações 2004:

Público Interno	Ação
Interno colaboradores Agro	Agro Informa sobre campanha de pré-lançamento (informativo)

Equipe envolvida com o tema (definição de pessoas)	Media training
Liderança (SAEC e RD)	Homogeneizar informação tecnologia Clearfield x biotecnologia
<b>Público Externo</b>	<b>Ação</b>
Usuários do sistema	Jantar para fechamento do pré-marketing (colher depoimentos dos usuários sobre o sistema para uso posterior)
Associações (ANDEF, SINDAG, CIB, ABIQUIM)	Apresentações sobre o sistema e biotecnologia
Rizicultores/imprensa	Dia de Campo do IRGA (BASF patrocina almoço) IRGA contata imprensa
Cliente	Matéria Revista Atualidade Agrícolas (matéria de um especialista do mercado – enfoque técnico sobre o arroz vermelho)

### Lançamento do Sistema

<b>Público Interno</b>	<b>Ação</b>	
Colaboradores	Chamadas no portal – teasers/chamadas sobre o Clearfield	
Nos sites que tiverem estrutura	“Semana Arroz” no refeitório (elaborar um book de receitas p/distribuição assinadas por um chef de cozinha)	
Colaboradores	BASF Informa (veículo interno mensal) - Lançamento	
Principais sites	Jornal Mural (veículo com foco no colaboradores que não possuem e-mail – Fábricas) - Explicação de como foi obtido o sistema (desenho ilustrativo) e benefícios	
Sede administrativa Imigrantes – São Bernardo do Campo	Casa BASF (show room de produtos da BASF) - trabalhar arroz na casa com mensagem “Revolução de Respeito?” (Sistema de Produção Clearfield Arroz)	
Colaboradores	Notícia BN - lançamento	
<b>Público Externo</b>	<b>Ação</b>	<b>Key Message</b>
Clientes/Imprensa	Evento de Lançamento com imprensa	Nova tecnologia/revolucionária com alto valor agregado (benefício para produtor) e enfoque para evento de lançamento
Produtores	Treinamento Produtores e trabalhar a imprensa local (onde cada treinamento será realizado)	Mesma do release de lançamento, porém com enfoque nos treinamentos
<b>Público Externo</b>	<b>Ação</b>	<b>Key Message</b>



Imprensa/Externo	Artigo sobre o sistema	Problema do arroz vermelho no Sul – busca científica para encontrar soluções inovadoras = CL (sua origem e processo de obtenção do sistema)
------------------	------------------------	---

## Resultados alcançados

O planejamento de relações públicas alinhado ao plano de marketing, que contemplou duas fases, garantiu a fixação do posicionamento desejado na maioria dos meios de comunicação bem como para os diferentes públicos. A análise de cenários e as ações contempladas foram essenciais para este sucesso e também fortaleceram o plano de marketing com fatores anteriormente não considerados. Além disso, outro fator-chave foi a homogeneização de informações entre os envolvidos – Comunicação Social, CL-A Comunicações e a unidade de negócio, o que maximizou as contribuições de cada um dentro de sua expertise.

A primeira etapa mostrou excelentes resultados de produtividade que confirmaram a eficiência do sistema. Agora, a área de uso do produto será ampliada para 70 mil hectares abrangendo todas as regiões produtoras de arroz do Rio Grande do Sul. Não houve impacto negativo que impedisse a aprovação do registro pelas autoridades competentes por causa das matérias publicadas na imprensa sobre o produto.

Em termos de resultado, o sistema representou uma significativa margem de lucratividade, com baixo custo e alto valor agregado para o portfólio. O produto teve o maior volume de vendas no curto prazo.

### Imprensa

O evento para a imprensa de apresentação do Sistema Clearfield<sup>®</sup>, realizado no dia 4 de março, reuniu 15 jornalistas e resultou ampla divulgação em diversos sites, jornais e revistas, em especial nos veículos do Rio Grande do Sul. No mês, foram **40 matérias clipadas**, com destaque para as fotos mostrando a eficiência do sistema.

Todas as matérias ressaltaram o posicionamento adotado pela BASF em relação ao novo sistema, não associando-o à mutagenia.

No mês de abril, mais quatro matérias foram publicadas na Revista Globo Rural, Agrinova, A Granja e Revista Rural. Em Julho, nova ação de imprensa focou os

resultados Sistema Clearfield®. Nova coletiva realizada no Rio Grande do Sul contou com a participação de 18 jornalistas que cobrem os temas do setor agro. Como resultado, foram publicadas 30 notícias sobre o sistema na mídia nacional, com destaque para as matérias na Gazeta Mercantil (SP), Agência Estado (SP), Zero Hora (RS) e revistas especializadas em agronegócio.

## Depoimentos

O tema da inovação tecnológica encontrou seu espaço entre os produtores e a opinião pública, revertendo a percepção inicial.

### Agricultores

#### Valmar G. Cardos Jr. - Capivari do Sul

Com o Sistema Clearfield®, a produtividade da minha lavoura foi de 7.500 quilos por hectare e a área testemunha, sem Clearfield®, deu 5.400 quilos por hectare. Fechamos a safra passada, adotando esse Sistema, com 132 sacas por hectare. Nossa área é bastante infestada pelo vermelho e resolvemos fazer uma aplicação de risco em nossa propriedade. Pelos resultados já conseguidos, a gente vai conseguir intensificar ainda mais o uso da nova tecnologia, tirando o vermelho do forte redução de riscos em nossas culturas de arroz.

#### Geraldo T. Machado - Cidreira

A chegada da tecnologia TL 422 é uma grande mudança, é um salto impressionante, uma diferença grandiosa. A gente sente que está vivendo no 1o. mundo. Com o Sistema Clearfield® você sente que está fazendo alguma coisa muito diferenciada, coisa top de linha. Estimula muito a trabalhar, a investir, pois agora a gente sabe que pode realmente usar toda a tecnologia disponível. Ela chegou ao nível dos produtores para que possamos atingir a real potencialidade de nossas variedades, combatendo o grande problema das nossas culturas que é o arroz vermelho. Sem dúvida alguma, Clearfield® é um marco na agricultura gaúcha.

#### Cândido Luiz de Moraes Dutra - Capivari do Sul

Com o Sistema Clearfield® nós vamos poder voltar a plantar no litoral norte o arroz de ciclo longo. Se houver um bom manejo de água, com o arroz vermelho

plenamente controlado pelo CL422, teremos certamente resultados excelentes. Nós, agricultores, temos de parabenizar a Basf, com o Irga, pelo lançamento do Sistema Clearfield®. Contando com ele, chegamos à significativa média de 283 sacas por hectare, contra as 220, no máximo 230 que conseguíamos antes, aqui no litoral norte. Com a quantidade normal de adubo, nada de diferente.

José Augusto Augusto Jaeger Marques - Capivari do Sul

O Sistema Clearfield®, que conta com o CL422, é uma excelente ferramenta no controle do arroz vermelho, viabilizando áreas que tinham produtividade menor, por que sofriam a pressão do vermelho. Nas áreas em que se plantou o 422- respeitando cada etapa que o Sistema exige - neste último ano, houve um acréscimo de, no mínimo, 50 sacas por quadra. Com o Sistema Clearfield® a gente colhe mais por que não tem a competição com o vermelho. Tivemos uma média de 259 sacas por quadra. Em alguns talhões, 270 sacas. Em épocas anteriores, nas mesmas áreas, não passávamos de 210 sacas por quadra.

Solismar Paulo Fonseca - Camaquã

Assistimos a explanação técnica da BASF sobre o Sistema Clearfield®, nos encorajamos e me candidatei e plantar uma área inicial com 57 hectares, muito infestada com o arroz vermelho, seguindo o Sistema. A produtividade foi ótima: a lavoura nos surpreendera muito boa e o estande estava excelente.

Por isso, ficamos motivados a aumentar bastante o uso do 422. Estamos muito satisfeitos, pois também tivemos um acréscimo muito significativo nas sacas de arroz limpo e seco.

Luiz Alberto Fontoura - Camaquã

Com o Sistema Clearfield® - que funciona em cima do tripé "semente certificada, herbicida Only® e a orientação passo-a-passo dos profissionais da BASF" - a produtividade foi muito boa: colhemos 173 volumes de lavoura por hectare (160 sacas). Resultado bastante positivo. Com a produtividade de 150 sacas secas. Se formos comparar com as lavouras anteriores, dá pra ver como o Sistema Clearfield® funciona mesmo - atingíamos no máximo 120 sacas.

Arthur da C. Klosterhoff - Rio Grande

Experimentamos Clearfield® em uma área de alto risco e o sistema se mostrou altamente eficaz no controle das ver as daninhas, especialmente, do arroz vermelho. E mais: o Sistema Clearfield® se mostrou também muito produtivo. Alcançamos uma produção média de 178 sacas por hectare e esperamos conseguir, daqui para frente, produtividade ainda maior. E mais ainda: além de maior produtividade, percebemos uma qualidade ainda melhor.

José Lacê Ferrari - Cachoeira do Sul

O sistema de produção Clearfield® vem de encontro a uma grande necessidade que o produtor agrícola tem, há muitos anos - a limpeza das áreas de cultivo onde existe o problema com arroz vermelho e preto. Experimentamos, seguindo a orientação dos técnicos, ou seja: respeitar cada etapa que o Sistema Clearfield® solicita para que o sucesso, tanto em termos de produtividade quanto em qualidade, seja realmente significativo. Posso assegurar que tivemos um resultado bastante satisfatório.

Família Mildrad - Rio Grande

Temos áreas bastante infestadas com o arroz vermelho e, se não fosse o Sistema Clearfield® ter surgido, teríamos que parar com o plantio do arroz nessas áreas e fazer dois anos de rotatividade. Com o Sistema Clearfield® e o CL 422 a gente vai poder ir seguindo o plantio do arroz., com ótimas perspectivas de produtividade. Plantando e limpando, ao mesmo tempo. Se colhíamos 50 sacas por hectare, antes de adotar o Sistema Clearfield®, agora já atingimos 132 sacas e temos confiança de que poderemos chegar a 200 sacas por hectare, trabalhando maiores áreas com o Sistema Clearfield®.