

Revista Planta Daninha	1
I Reunião Técnica sobre a Cultura do Milho Irrigado	1
Anais do Seminário sobre El Cultivo de Maíz en Relación a Las Nuevas Formas de Integración en los Países del Cono Sur - Mercosur	1
Revista Fitopatologia Brasileira	1
Anais da II Reunião de Pragas Subterrâneas dos Países do Cone-Sur	6
Série Documentos	1
Revista Maydica	1
Resumos do XIX Congresso Nacional de Milho e Sorgo	86
Simpósio sobre Impacto Ambiental por Uso Agrícola do Solo	1
Anais do XIV Congresso Brasileiro de Entomologia	11
Anais do III Simpósio de Controle Biológico	4
XIV Congresso Panamericano de Sementes	1
XXV Congresso Brasileiro de Fitopatologia	2
XVI Congresso Brasileiro de Nematologia	3

Ano de 1993

Total de trabalhos ou artigos: 87

Quantidade por veículo de publicação:

Revista Pesquisa Agropecuária Brasileira	5
Revista da Sociedade Entomológica do Brasil	3
Revista Fitopatologia Brasileira	1
Revista Brasileira Ciência do Solo	1
Revista Brasileira de Fisiologia Vegetal	2
Revista Brasileira de Entomologia	1
Revista Brasileira de Biologia	1
Revista Brasileira de Sementes	4
Revista Brasileira de Genética	3
Palestra para Simpósio de Proteção de Grãos Armazenados	1
Anais da Sociedade Entomológica do Brasil	7
Workshop on Adaptation on Plants to Soil Stresses	2
Conferência para Anais do 2º Simpósio Latinoamericano de Cana-de-açúcar	1
Pesquisa em Andamento	4
Apostila para curso	1
Circular Técnica	1
Documentos	1
Conferência Use of Biotechnology for the sorghum and millet disease management in Africa and Asia	1
International Conference on the Application on the Mossbauer Effect	2
I Encontro Brasileiro de Biotecnologia Vegetal	13
Simpósio de Proteção de Grãos Armazenados	1
VIII Congresso Brasileiro de Sementes	9

XXIV Congresso Brasileiro de Ciência do Solo	1
XXVI Congresso Brasileiro de Fitopatologia	3
IV Congresso Brasileiro de Fisiologia Vegetal	9
VIII Congresso Brasileiro de Agrometeorologia	2
XIX Congresso Brasileiro de Herbicidas e Plantas Daninhas	4
Conferência "Importância econômica e bioecológica da broca <i>E. lignosellus</i> "	1
Third International Symposium on Plant-Soil Interactions at Low pH	2
- Arnaldo Ferreira da Silva.	

DIFUSÃO, TRANSFERÊNCIA, MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO DE TECNOLOGIA

INTRODUÇÃO

As diretrizes e o programa de atividades de difusão e transferência de tecnologia do Centro Nacional de Pesquisa de Milho e Sorgo-CNPMS seguem as orientações do planejamento estratégico e do Plano Diretor da Unidade, que estabelecem como referencial maior, ações que proporcionam a melhor interação possível entre pesquisadores, agentes de assistência técnica, produtores rurais, agroindústrias, entidades representativas de classes, órgãos responsáveis pela coordenação de políticas agrícolas e imprensa. Dessa forma, procura-se dar maior objetividade e legitimidade às ações de geração, adaptação, transferência e comercialização de tecnologias. A participação dos pesquisadores nas atividades de transferência de tecnologia tem sido fundamental para a consecução dos objetivos propostos. Tem permitido à equipe de difusão ampliar suas atividades, aprimorar as ações de apoio logístico e racionalizar os trabalhos, com consequente aumento do rendimento de toda a Unidade.

Estrutura Organizacional

O Setor de Difusão e Transferência de Tecnologia-SDTT está organizado em 5 subsetores: Articulação, Comunicação, Marketing e Comercialização de Tecnologias, Treinamento e Serviços Gráficos. Sua estrutura de funcionamento pode ser visualizada através da Figura 104.

Com administração independente, mas estrategicamente interligada com o SDTT, encontra-se a "Coordenadoria Regional de Capacitação e Apoio à Assistência Técnica e Extensão Rural e ao Desenvolvimento Rural" - URCA/Sudeste. Criadas pela EMBRAPA com o objetivo de facilitar o processo de coordenação do Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural-SIBRATER, foram instaladas 5 URCA's, uma em cada Região brasileira - Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste. No Centro Nacional de Pesquisa de

Milho e Sorgo, foi instalada a URCA Sudeste composta, no seu primeiro ano de trabalho, de técnicos do CNPMS (3), da EMATER/MG (4), da EMATER/RJ (3) e EMATER/ES (1).

As URCA's têm como missão "contribuir para o saldo qualitativo dos serviços oficiais de pesquisa e extensão, com

vistas ao desenvolvimento rural". São Unidades de apoio técnico, metodológico, capacitação, estudos, pesquisas e referência técnica nas ações de gerência, planejamento, transferência de tecnologia e informação e informática.

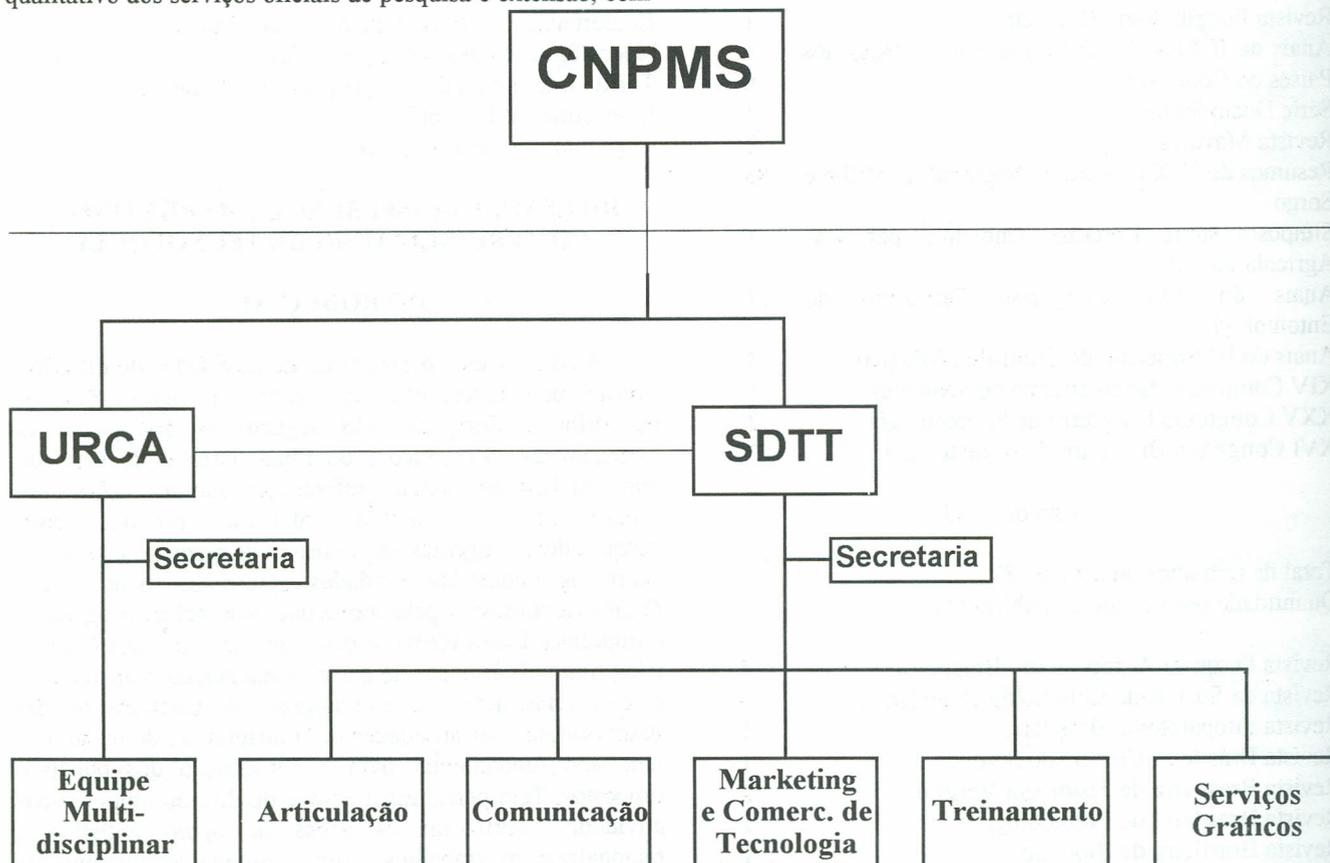


FIGURA 104. Estrutura de funcionamento do Setor de Difusão e Transferência de Tecnologia do CNPMS e URCA. Sete Lagoas, MG. 1994.

Dentre as estratégias adotadas pelo Setor de Difusão e Transferência de Tecnologia do CNPMS, a Articulação, a Comunicação, o Marketing e o Treinamento constituíram instrumentos fundamentais para maior eficiência e eficácia do processo de difusão.

Articulação

A Articulação buscou estabelecer ações integradas e em parceria com os segmentos da sociedade envolvidos no processo de geração, adaptação e transferência de tecnologias, obtendo importantes informações para a pesquisa, tais como: identificação de problemas e demandas, estabelecimento de prioridades, identificação de novas estratégias metodológicas de transferência de tecnologia, acompanhamento e avaliação de tecnologias

geradas e em uso e celebração de contratos de comercialização de tecnologias e serviços.

A Articulação com a rede oficial de assistência técnica e extensão rural foi um dos expedientes mais utilizados pelo CNPMS para a difusão e transferência de tecnologia, principalmente para pequenos e médios produtores. Justifica-se essa ação, uma vez que o sistema oficial possui, de forma organizada, o maior número de profissionais no Brasil, ou seja, aproximadamente 15.000 técnicos.

Nos últimos anos, o CNPMS acentuou o relacionamento com a iniciativa privada, especialmente com as empresas de insumos e prestadoras de serviços, agroindústrias, cooperativas, associações de classe, de produtores e grupos organizados de produtores e empresários rurais. A interação e o estabelecimento de parceria com o segmento privado foi um fator acelerador do processo de transferência de tecnologia, considerando-se o

fato de o setor privado possuir cerca de 12.000 técnicos nas empresas de assistência técnica e 8.000 técnicos nas cooperativas agropecuárias.

Como estratégia institucional, foram estabelecidas interações com universidades, escolas de agronomia, escolas técnicas de nível médio, bancos, ONGs, secretarias de estado, ministérios e órgãos governamentais responsáveis por programas de desenvolvimento, como DNOCS, CODEVASF, CEMIG e FAPEMIG, dentre outros. Merece destaque a interação com pequenas comunidades rurais, para prestação de apoio técnico de produção de sementes de variedades de milho, em pequenas comunidades rurais que não possuem acesso a sementes selecionadas. Para atingir esse objetivo, o CNPMS estabelece convênios de atendimento técnico com Prefeituras municipais, cooperativas agropecuárias e extensão rural.

Nos anos agrícolas de 1992 e 1993 foram atendidas comunidades rurais dos municípios de Acaiaca, Bom Jesus, Cordisburgo, Diamantina, Governador Valadares, Itabira, Jaboticatubas, Ponte Nova, Porteirinha, Raul Soares, Senador Modestino, Gonçalves, Sete Lagoas e Teófilo Otoni em Minas Gerais; Magé no Rio de Janeiro, além da cooperativa agropecuária de São Miguel D'Oeste, em Santa Catarina e cooperativa de irrigantes de São João do Jaguaribe, no Ceará. Também receberam apoio técnico nove comunidades rurais ligadas à CGT, em Minas Gerais. Essa proposta de trabalho tem proporcionado maior produtividade das lavouras e melhoria da qualidade de vida do pequeno produtor rural. Além disso, o milho produzido com esse trabalho projeta, para a safra de 1994/95, uma área estimada de 8.000 ha de milho nessas pequenas comunidades rurais.

Comunicação

A comunicação buscou estabelecer um fluxo de informações e diálogos entre os componentes da sociedade envolvidos no processo de geração e transferência de tecnologia das culturas de milho e sorgo.

A comunicação, além de desempenhar papel preponderante no processo, projetou a imagem da Unidade, contribuindo, decisivamente, para sua legitimação junto à sociedade brasileira.

Foram vários os instrumentos utilizados pelo CNPMS como veículo de informações e intercâmbio, envolvendo desde o simples contato pessoal ou telefônico até programas de TV, irradiados a milhões de telespectadores do País. Na imprensa, tanto jornais de circulação nacional, regional e municipal, bem como as revistas especializadas, foram, oportuna e estrategicamente, acionados. A publicação de folhetos e circulares técnicas, folders, cartazes, posters e a elaboração de fitas de vídeos permitiu a conjugação e

combinação dos meios de comunicação para maior eficiência do processo de difusão.

O subsetor foi equipado com moderna aparelhagem de vídeo, com 3 (três) filmadoras profissionais e uma ilha de edição completa. Dispõe também de um pequeno parque gráfico que realiza trabalhos tais como: publicações técnicas, produção e reprodução de formulários para a Unidade.

Marketing e Comercialização de Tecnologia

A programação de pesquisa do CNPMS tem como ponto fundamental o atendimento à demanda de segmentos específicos da sociedade, como produtores rurais, agroindústrias, cooperativas e associações, entre outros, bem como a busca de soluções para a resolução de problemas que afetam a agricultura brasileira.

Desse modo, a concepção dos projetos de pesquisa contempla as expectativas e as necessidades do mercado, procurando-se conhecer, adequadamente, a realidade dos setores envolvidos com a agricultura, de modo a possibilitar uma correta identificação das demandas para a pesquisa.

As atividades de marketing e comercialização de tecnologias, serviços e produtos (TSP) no CNPMS, estão em consonância com o desenvolvimento dos trabalhos de pesquisa, de modo a constituírem instrumentos eficazes no processo de difusão e transferência de tecnologia.

Seguindo essa diretriz, e procurando estabelecer uma interação entre a pesquisa e o setor produtivo, foram realizadas diversas ações de comercialização de TSP, bem como foi dada continuidade a outras, dentre as quais se destacam:

- sistema de franquia para produção e comercialização de sementes de milho híbrido, mediante acompanhamento nas áreas técnica, comercial, financeira, assistência técnica e realização de controle de qualidade;
- licenciamento de tecnologia e assistência técnica para produção de sementes de milho doce para processamento industrial;
- acordo de cooperação técnica com a Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos-ABIMAQ, para realização de avaliação de equipamentos, consultoria e assessoria para as empresas do setor;
- contratos de avaliação técnica de produtos químicos e biológicos utilizados na agricultura;
- acordos de cooperação e contratos de prestação de serviços técnicos, consultoria e assessoria abrangendo as diversas áreas de conhecimento ligadas às atividades de pesquisa, desenvolvidas pelo CNPMS, junto a instituições públicas, empresas privadas, cooperativas, prefeituras, associações de classe, entre outras.

Treinamento

O Subsetor de Treinamento é responsável por atividades fundamentais para o processo de difusão e geração de tecnologia, bem como para estabelecer e ampliar relacionamentos, principalmente institucionais. As ações de treinamento do Setor de Difusão e Transferência de Tecnologia têm como alvo o público externo e visam atender a essa demanda. Quando solicitado, e em caráter de complementariedade, tem participado de atividades ligadas à área de desenvolvimento de recursos humanos da EMBRAPA.

As formas de treinamento mais utilizadas pelo CNPMS são as visitas, estágios, orientações de teses e cursos.

Visitas - o CNPMS recebe frequentemente inúmeros visitantes, cujos objetivos e tempo de permanência variam com o tipo de público. O CNPMS utiliza a terminologia visita orientada para caracterizar os treinamentos de até 320 horas.

Estágios - É considerada estágio, a permanência do treinando na Unidade por tempo superior a 6 meses (mais de 320 horas). Podem participar de estágios os profissionais graduados e estudantes de cursos de segundo grau, supletivo, cursos profissionalizantes e curso superior. Os estágios podem ser remunerados através de bolsas ou sem remuneração.

Orientação de Teses - Estudantes de cursos de pós-graduação de diversas Universidades e Escolas de Agronomia têm desenvolvido seus trabalhos de tese no CNPMS, sendo orientados e/ou co-orientados pelos pesquisadores deste Centro de pesquisa, além de utilizarem toda a infra-estrutura básica, como laboratórios, biblioteca, centro de processamento de dados etc.

Cursos - Têm por objetivo promover o aperfeiçoamento de profissionais ligados às culturas de milho e sorgo e, pelo seu caráter multiplicador, constituem um dos mais eficazes instrumentos do processo de transferência de tecnologia. Periodicamente, o CNPMS oferece os seguintes cursos: Uso e Manejo de Irrigação, Agricultura Irrigada, Cultura do Milho, Cultura do Sorgo, Mecanização Agrícola (Regulagem de Semeadora-Aubadora), Controle Biológico. Esses cursos são promovidos pelo CNPMS ou contratados por empresas privadas ou públicas, com carga horária média de 40 horas, com exceção dos cursos de irrigação, que são realizados, tradicionalmente, há 8 anos, com carga de 240 horas/aula.

São realizados em Sete Lagoas, na base física da Unidade ou em locais acertados previamente, segundo a conveniência do contratante.

Serviços Gráficos

Esse subsetor desempenha importante papel para as ações de difusão e transferência de tecnologia e também realiza trabalhos gráficos diversos (Tabela 417) para as áreas de administração e de apoio do CNPMS, a custos mais baixos do que os de mercado. De forma planejada e em caráter suplementar, presta ainda serviços para outras Unidades da EMBRAPA.

TABELA 417. Publicações diversas elaboradas pelo subsetor de serviços gráficos no período de 1992 a 1993. CNPMS, Sete Lagoas, MG, 1994.

Veículo de publicação	1992		1993	
	Quantidade	Tiragem	Quantidade	Tiragem
Circular Técnica	5	3.500	2	10.000
Documentos	2	800	2	800
Manuais Rec. Técnicas	1	16.000		
Cartilhas Rec. Técnicas	7	35.000		
Relatório Técnico	1	1.500		
Folder	3	7.000	11	63.900
Etiquetas diversas	1	17.200	3	22.800
Formulários/blocos	48.000		52.000	
Serviços	492		520	

Forma de atuação

As atividades de difusão do CNPMS são planejadas de acordo com as características da tecnologia gerada, dos conhecimentos a serem difundidos e objetivos a serem alcançados. O que ocorre na prática é uma combinação de vários métodos, sendo os mais utilizados: unidades de observação, unidades de demonstração, excursões de extensionistas, estudantes, produtores e profissionais liberais ao CNPMS, dias de campo, dias especiais (lançamento de novas tecnologias), palestras de pesquisadores, cursos, estágios, visitas técnicas, publicações, televisão, jornais, vídeo, audiovisuais, revistas especializadas e concursos de produtividade.

No período de 1992 a 1993, as atividades de difusão e transferência de tecnologia e marketing desenvolvidas pelo CNPMS podem ser visualizadas na Tabela 418.

TABELA 418. Atividades de difusão e transferência de tecnologia desenvolvidas pelo CNPMS de 1992 a 1993. Sete Lagoas, MG, 1994.

Atividades	Ano	
	1992	1993
Visitas ao CNPMS	1.780	1.760
Dias de Campo/Dias Especiais	21	30
Unidades de Demonstração	620	590
Unidades de Observação	380	360
Seminários	42	60
Congressos	2	5
Exposições/Feiras/Estandes	12	18
Reuniões	108	112
Palestras	120	125
Excursões	5	6
Participação em bancas de teses	7	8
Orientação de teses	16	30
Estágios	118	120
Cursos	82	160
"Releases"	27	30
Artigos para jornais	58	87
Artigos para revistas	28	36
Artigos para televisão	11	13
Produção de vídeo	2	9
Publicações-Circular Técnica	3	2
Publicações-Folhetos	32	34
Cartazes/Painéis/Posters	43	56
Edição de convites/programas	107	112
Material de propaganda-amstras	3830	4060
Jornal CNPMS-Infoma	4800	4800
Consultas Técnicas	16900	17800
Entrevista Rádio/TV/Jornal	67	91
Artigos-Anais-Congresso	62	71

Experiência de difusão de uma tecnologia gerada pelo CNPMS:

Lançamento do Milho Branco - BR 451

A forma usual de lançamento de novas variedades e híbridos tem sido a de informar ao serviço de extensão oficial e privado, às firmas produtoras de sementes e, algumas vezes, aos agricultores, sobre a existência de novas cultivares desenvolvidas pelo programa de pesquisa.

A partir de 1987, o Setor de Difusão e Transferência de Tecnologia do CNPMS passou a utilizar também estratégias de comunicação e marketing, que possibilitaram diminuir, consideravelmente, o tempo entre a difusão e a adoção das novas cultivares lançadas. Os meios de comunicação de massa passaram a ser mais intensamente utilizados e o dia do lançamento tornou-se um evento científico, econômico, social e político, gerando para os meios de comunicação de massa uma notícia de interesse nacional.

Para cada cultivar lançada desde então, são criadas estratégias que levam em consideração as características da nova cultivar, sua importância e seu público alvo.

No lançamento da variedade de milho branco BR 451, a estratégia principal foi a de informar à sociedade, como um todo, principalmente o consumidor, e não apenas às

firmas produtoras de sementes e ao agricultor, sobre o novo milho, principalmente porque a maioria dos agricultores brasileiros planta milho de cor amarela e não o de cor branca.

A divulgação das características nutricionais do BR 451 possibilitou a demanda e o aumento do interesse de agricultores, indústrias e empresas produtoras de sementes sobre o novo material genético.

Na mensagem levada aos consumidores, destacou-se o alto valor protéico do BR 451, demonstrando ainda a possibilidade de sua utilização em misturas com a farinha de trigo, com redução de custos e manutenção do valor nutricional dos produtos. O "gancho" para a veiculação dessa notícia foi, naquela época, oportuno, devido à intenção governamental de retirada do subsídio ao trigo.

O dia do lançamento tornou-se um evento nacional, com a presença de autoridades, políticos ligados ao setor agropecuário, representantes das indústrias, cooperativas, sindicatos rurais, assistência técnica e imprensa.

Meses antes do lançamento, foram veiculadas notas sobre o novo tipo de milho e a divulgação na imprensa foi intensificada durante a semana do evento. No caso do BR 451, foram utilizados dois programas de televisão como pré-lançamento: o programa Sem Censura, da TVE, com a participação do chefe do CNPMS falando sobre o milho e, no dia de seu lançamento, o ministro da agricultura tomando café da manhã, em Brasília, com produtos feitos à base de milho branco, no programa Bom Dia Brasil, da Rede Globo de Televisão, pouco antes de embarcar para o lançamento, em Sete Lagoas, MG.

Durante o lançamento, foi apresentado um vídeo com o histórico do BR 451 e as perspectivas de sua utilização na alimentação humana, sendo que a distribuição de folder sobre esse milho ganhou um novo formato e um "lay-out" mais atrativo, para passar com maior eficiência as informações sobre a cultivar.

Sacolas com pães, farinha, macarrão, canjica, sementes, receitas e instruções de plantio foram também distribuídas para todos os participantes do lançamento e até mesmo o almoço oferecido pelo CNPMS foi preparado à base de milho branco.

Dois meses após o lançamento oficial, o programa e a revista Globo Rural contribuíram para difundir ainda mais o BR 451. O programa de televisão veiculou, em duas semanas consecutivas, matérias sobre o BR 451 e a revista abordou, em dois números consecutivos, matérias sobre esse milho. Além disso, a revista distribuiu, em sua edição de aniversário, amostras de sementes do BR 451 como brinde. Com essa promoção, cerca de 200 mil exemplares da Revista Globo Rural esgotaram-se rapidamente.

A integração do CNPMS com os veículos de comunicação tem permitido o aproveitamento da estrutura de marketing de venda das revistas na divulgação das pesquisas e eventos dessa Unidade e da EMBRAPA. O lançamento do BR 451 beneficiou também a revista, visto

que a distribuição de cartazes e folhetos, bem como uma propaganda veiculada em horário nobre na TV, funcionaram como marketing de venda da revista.

Para atender a mais de 30 mil pedidos de informações sobre o BR 451, o SDTT distribuiu um "kit", composto de envelope personalizado, um folder explicativo, instruções de plantio, receitas e um pacotinho de sementes do milho branco.

Após essa primeira etapa de divulgação, o SDTT passou a trabalhar em um projeto multidisciplinar, que envolveu, além de três Unidades da EMBRAPA (CNPMS, CTAA, CNPSA), a UFMG, na área de nutrição animal, e a Universidade de São Paulo-USP, através da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto, na área de pediatria. Os serviços de extensão rural, oficial e privado, foram acionados, ampliando os trabalhos junto às prefeituras municipais, sindicatos, cooperativas, comunidades rurais, produtores rurais e seus familiares.

Considerações Finais

O programa de difusão e transferência de tecnologia e marketing do CNPMS é uma visão ampliada e atualizada das diretrizes básicas, inicialmente preconizadas pela EMBRAPA, para todo o Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária. A sua execução objetiva proporcionar uma interação entre os diversos segmentos da sociedade, envolvidos no processo de mudança tecnológica e modernização do setor agropecuário, inclusive o consumidor brasileiro.

O trabalho integrado com a rede de assistência técnica oficial e, especialmente a rede privada, fez com que as ações da EMBRAPA/CNPMS se ampliassem em todo o País e atingissem um número de beneficiários cada vez maior. *-Arnaldo Ferreira da Silva, José Hamilton Ramalho, Edson Francisco Silva.*

SISTEMA DE FRANQUIA PARA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE SEMENTES DE MILHO HÍBRIDO

A redução de investimentos em pesquisa, em melhoramento genético de milho, em algumas Instituições de Pesquisa e Universidades Públicas, na década de 70 e no início dos anos 80, associada a outros fatores conjunturais, contribuiu para um declínio acentuado da participação de pequenas e médias empresas no mercado de sementes de milho no Brasil.

Em poucos anos, essa participação, que já alcançava 20%, reduziu-se drasticamente para cerca de 2%. Algumas dessas empresas paralisaram suas atividades ou mudaram de ramo.

Por outro lado, a criação pela EMBRAPA de Centros Nacionais de Pesquisa por produto, concentrando recursos e massa crítica, possibilitou um forte programa de pesquisa em melhoramento genético de milho para as condições brasileiras.

Desse programa, após o lançamento de várias cultivares, principalmente variedades, surgiu um híbrido duplo, o BR-201, com características produtivas e comerciais com excelentes vantagens comparativas para o produtor.

Em 1988, foi estabelecido um programa de parceria entre o CNPMS, o SPSB e um conjunto de pequenas e médias empresas de sementes, para produção e comercialização do BR-201, através de um sistema de *franchising*.

O programa tem-se constituído um instrumento eficaz no processo de transferência de tecnologia e conta atualmente com 26 empresas, atuando em diversas regiões do País.

Superadas as dificuldades iniciais, o programa cresceu e, em 1990, já tinha uma participação de quase 4% do mercado de sementes de milho híbrido no Brasil.

Esse híbrido, pela sua rusticidade e estabilidade, adaptou-se muito bem às condições edafoclimáticas das regiões Sudeste e Centro-Oeste, incluindo-se as áreas de Cerrado.

A boa adaptação e aceitação do BR-201 aumentou a sua demanda, (dessa cultivar), obrigando as empresas franqueadas a ampliarem sua capacidade produtiva, investindo em infra-estrutura de produção, beneficiamento, comercialização, promoção e assistência técnica.

O crescimento da participação no mercado de sementes exigiu um melhor controle de qualidade do BR-201 pela EMBRAPA.

Na safra de 1993/94, a participação do BR-201 no mercado brasileiro de sementes de milho híbrido ficou em torno de 16%.

O desempenho obtido pelo programa e os reflexos gerados no setor de sementes exigiram o desenvolvimento de novas cultivares, para a conquista de novos segmentos de mercado e manutenção da competitividade.

Com esse objetivo, foram lançadas mais duas cultivares de milho híbrido: o BR-205, adaptado às condições das regiões Centro-Oeste e Sudeste e o BR-206, para a região Sul.

Esse programa inovador possibilitou um sistema inédito de franquias no setor agrícola para transferência de tecnologia.

Entre outros pontos fortes do programa, merecem destaque:

- a) fortalecimento de pequenas e médias empresas nacionais produtoras de sementes, nos aspectos técnico, gerencial, financeiro e estrutural;