

Desmistificando o futuro

A importância da comunicação integrada no lançamento de um polo de inovação e no cultivo do senso de pertencimento dentro de uma empresa



Índice

1. [Mercado em transformação e expectativas de inovação](#)
2. [Transformando a curiosidade em conhecimento](#)
 - 2.1. [Canais e formatos usados](#)
3. [Linha do tempo: da desmistificação à celebração da inovação](#)
 - 3.1. [Julho de 2024: planejamento e produção de conteúdo](#)
 - 3.2. [Agosto/setembro de 2024: engajamento e desmistificação](#)
 - 3.3. [Outubro de 2024: enfim, a inauguração](#)
4. [Resultados: engajamento interno e impacto tangível](#)
 - 4.1. [Resultados de Comunicação Interna](#)
 - 4.2. [Resultados de Comunicação Externa](#)
 - 4.3. [Resultados de negócios](#)
5. [Investimento no projeto](#)
6. [Inovação se cultiva de dentro para fora](#)

Mercado em transformação e expectativas de inovação

Nos últimos anos, o agronegócio tem passado por uma aceleração tecnológica sem precedentes. No Brasil, [protagonista global da produção agrícola](#), que viu [R\\$ 1,35 trilhão de valor ser gerado no setor em 2024](#), a demanda por soluções inovadoras que garantam maior produtividade com menor impacto ambiental nunca foi tão alta. Ciente deste cenário, a **Syngenta** investe anualmente cerca de US\$ 1,4 bilhão em Pesquisa & Desenvolvimento. E, em 2024, inaugurou seu primeiro – na América Latina – **Centro de Tecnologia e Engenharia de Produtos**, localizado em Paulínia (SP), sob responsabilidade da área de *Product, Technology, and Engineering* (PT&E).

Líder global no setor agrícola, a Syngenta está espalhada por todo o Brasil com uma estrutura que abrange unidades comerciais, centros de distribuição, estações experimentais, centros de pesquisa e desenvolvimento e fábricas. Com isso, atua nas principais regiões produtoras, alcançando milhares de produtores rurais por meio de seus negócios de Proteção de Cultivos e Sementes. Como parte desse ecossistema, o Centro de Tecnologia surge como um passo estratégico para reforçar o compromisso da empresa com a **inovação**, impulsionando a **pesquisa** e o **desenvolvimento** de soluções adaptadas para as necessidades específicas da agricultura tropical.

Acontece que a construção do centro, que levou quase dois anos para ser concluída, apresentou um desafio para além da engenharia. Sua arquitetura diferente do padrão local despertou um clima de mistério e, consequentemente, uma onda de suposições nos corredores da unidade. De shopping center a igreja, os chutes foram vários. Mas uma boataria que, a princípio, parecia apenas divertida se transformou em uma demanda de comunicação interna: a necessidade de **desmistificar** a iniciativa e apresentar sua real relevância para os colaboradores.



Transformando a curiosidade em conhecimento

Para além de um novo prédio, o Centro de Tecnologia é um hub que transforma inovação em soluções eficientes e sustentáveis para o campo. Sua criação, portanto, é estratégica para o cumprimento das [metas de sustentabilidade da Syngenta](#):

mais produtividade com menos impacto

regenerar o solo e a natureza

aumentar a prosperidade rural

operações sustentáveis

Daí a importância de, na comunicação sobre um novo ativo da empresa, também informar, educar e engajar. Era preciso desmistificar o Centro de Tecnologia para o **público interno**, garantindo que os colaboradores compreendessem seu papel como um núcleo de inovação, capaz de impulsionar a Syngenta e o agronegócio para o futuro. Além de apresentá-lo à **sociedade** (imprensa, autoridades, academia etc.) como um investimento da Syngenta no Brasil, destacando a importância da tropicalização das soluções da multinacional para atender às demandas regionais.

É aí que entra a estratégia de comunicação. Diante do cenário de especulações e do desconhecimento inicial sobre o que seria, afinal, aquela construção, ficou clara a necessidade de uma abordagem que usasse os ruídos a seu favor, diminuindo a lacuna entre a visão estratégica da empresa e a percepção dos colaboradores.

Conversas iniciais com as equipes revelaram a necessidade de uma comunicação transparente, didática e, principalmente, criativa. O objetivo era garantir que cada pessoa do time compreendesse a **relevância** do Centro de Tecnologia como um polo de pesquisa e inovação fundamental para a empresa, conectado diretamente à **visão de futuro** da Syngenta para um agronegócio mais sustentável.



Para isso, foi desenhada uma campanha de comunicação integrada baseada em **três objetivos principais**:

- **Transparência e objetividade:** enfrentar diretamente as especulações com informações claras e verificáveis sobre o propósito e a função da área de PT&E;

- **Didática e relevância:** traduzir a complexidade de um Centro de Tecnologia e Engenharia em mensagens acessíveis, mostrando o impacto prático no dia a dia da empresa, na vida dos colaboradores e na inovação para o campo;
- **Engajamento multifacetado:** usar uma variedade de canais e formatos para garantir que a mensagem alcançasse todos os públicos, considerando seus diferentes perfis e necessidades.

Vale conferir como isso foi desdobrado.

Canais e formatos usados

A campanha de lançamento do Centro de Tecnologia usou toda a prateleira de canais internos, garantindo capilaridade e diversidade de formatos – o que foi fundamental para disseminar as principais informações sobre o centro para todos os colaboradores da Syngenta Brasil, mas também aprofundar sua relevância em conteúdos pensados especificamente para a fábrica de Paulínia.

Cultura On-line: newsletter publicada duas vezes por semana, com abrangência nacional.

Cultura Paulínia: newsletter semanal e focada nas novidades da unidade local.

Viva Engage Syngenta Brasil: rede social corporativa que alcança colaboradores de diversas regiões do Brasil.

Viva Engage Syngenta Paulínia: rede corporativa com conteúdo direcionado ao público da unidade de Paulínia, para promover senso de pertencimento e conhecimento local.

MySyngenta: site em inglês para visibilidade global de iniciativas da Syngenta.

Postado em Syngenta Paulínia

Cultura Online Paulínia BRPI Especialista da comunidade
11 de out. de 2024

Visto por 349

Centro de Tecnologia PT&E: inovação para o Brasil e América Latina 🇧🇷

A inauguração do Centro de Tecnologia PT&E, realizada ontem, dia 10 de outubro, foi um sucesso, reunindo colaboradores do global, de outras regiões do Brasil e do site de Paulínia. 🙌

O evento começou com um painel conduzido por Grazielle Parenti, Head de Sustentabilidade e Assuntos Corporativos, sobre Tecnologia, Agronegócio e PT&E. Neste painel, participaram Jorge Buzetto, Head LATAM CP de P&S, Mike Bean, Head Global de PT&E e Jhonny Weissenberg, Head CP de Desenvolvimento.

Os convidados também participaram de um tour guiado pelas instalações e tiveram a oportunidade de conhecer os novos laboratórios que impulsionarão o futuro da agricultura no Brasil e na América Latina.

Durante a cerimônia de inauguração, colaboradores puderam discutir as expectativas para a equipe alocada no Centro de Tecnologia PT&E, os planos futuros e as estratégias para alcançá-los. ❤️

#VisãoAmpla



Postado em Syngenta Paulínia

Cultura Online Paulínia BRPI Especialista da comunidade
3 de out. de 2024 • Editado

Visto por 305

Centro de Tecnologia da Syngenta em Paulínia será inaugurado em breve

Na última terça-feira (1), recebemos a visita de um grupo de jornalistas para conhecer o Centro de Tecnologia de Engenharia e Produto, que será inaugurado em 10 de outubro.

Durante a visita, os repórteres tiveram a oportunidade de explorar, em primeira mão, as instalações e os detalhes do primeiro centro projetado pela Syngenta que atenderá não apenas às necessidades do mercado regional e de sua agricultura tropical, incluindo o Brasil e países da América Latina, mas também fortalecerá a posição da Syngenta no cenário global. 🌍 🧪 📱

O Centro de Tecnologia PT&E conta com seis novos laboratórios, são eles: Laboratório de Formulações, Laboratório de Química Analítica, Laboratório de Biológicos, Laboratório de Engenharia de Processos, Laboratório de Embalagens e Laboratório de Tecnologia de Aplicações.

O lançamento oficial do espaço está programado para a próxima quinta-feira (10) e a partir do dia 23 de outubro, o prédio já estará em plena operação. A partir desta data, nossos colaboradores do site e das unidades próximas também poderão conhecer o espaço.

Confira aqui algumas das matérias que já foram publicadas. 📰 📺 📻

Globo Rural, Revista Cultivar, AgFeed e Valor Econômico

#ComoFazemosÉImportante

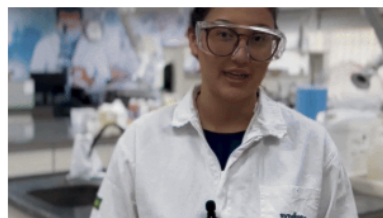


📺 VISÃO AMPLA

Centro de Tecnologia PT&E: inovação para o Brasil e América Latina

A inauguração do Centro de Tecnologia PT&E, realizada ontem, dia 10 de outubro, foi um sucesso, reunindo colaboradores do global, de outras regiões do Brasil e do site de Paulínia. O evento começou com um painel conduzido pela liderança da companhia sobre Tecnologia, Agronegócio e PT&E. Os convidados também participaram de um tour guiado pelas instalações e tiveram a oportunidade de conhecer os novos laboratórios que impulsionarão o futuro da agricultura no Brasil e na América Latina.

[clique aqui](#)



🔧 COMO FAZEMOS É IMPORTANTE

Mergulhe no universo de PT&E e conheça mais sobre as áreas

Convidamos você a mergulhar um pouco mais no universo de atuação de PT&E. Três colegas da área contam pra gente sobre a importância de suas atividades e como os departamentos ajudam a Syngenta com Desenvolvimento Analítico, Tecnologia de Produtos e Processos e Desenvolvimento de Formulações. Vale o clique!

[clique aqui](#)

No topo, publicações de matérias sobre o lançamento do PT&E na Comunidade Viva Engage (Intranet). Acima e ao lado, chamadas de matérias sobre o PT&E na newsletter Cultura Paulínia.

TVs corporativas: exibição de conteúdos para os colaboradores, aproveitando o alcance visual e a presença nos espaços comuns da empresa.

Cultura Cast: podcast bimensal que permitiu explorar o tema em áudio, atingindo colaboradores em diferentes contextos (campo, laboratórios, etc.), com entrevistas e narrativas mais aprofundadas.

Série "Desmistificando o PT&E": três vídeos produzidos para tirar dúvidas básicas, começando com a conscientização no primeiro episódio, "Você já reparou nesse novo prédio?"; seguindo pelo trabalho da relevância do local em "Centro de Tecnologia PT&E: faz diferença ele estar em Paulínia?"; e terminando com a conexão entre a construção e a missão da empresa, em "Inovação que cultiva o futuro e a nossa paixão pelo cliente!". Clique nos títulos abaixo para assistir.



[Desmistificando o PT&E: Você já reparou nesse novo prédio?](#)



[Desmistificando o PT&E: Centro de Tecnologia PT&E: faz diferença ele estar em Paulínia?](#)



[Desmistificando o PT&E: Inovação que cultiva o futuro e a nossa paixão pelo cliente!](#)

"Repórter por um Dia": cobertura do evento de lançamento do Centro de Tecnologia sob a perspectiva de um colaborador, humanizando a experiência e promovendo mais identificação.

"Liderança em Foco": entrevista com Rodrigo Marques, diretor de engenharia e tecnologia de produtos da Syngenta, oferecendo uma visão estratégica para o alinhamento da liderança da empresa.

Com essa estratégia, a comunicação buscou transformar a curiosidade em conhecimento e o desconhecimento em alinhamento em diferentes fases, preparando o terreno para o lançamento formal e semeando a compreensão do impacto do Centro de Tecnologia na Syngenta e no agro.

Linha do tempo: da desmistificação à inovação

A construção da narrativa foi um processo contínuo e estratégico que se desdobrou em três fases de um **cronograma de comunicação interna**. Iniciado ainda antes da inauguração oficial, esse planejamento permitiu propagar conhecimento e engajamento por meio de diferentes ações que espelharam a evolução do projeto:

Julho de 2024: planejamento e produção de conteúdo

02/07 – Planejamento e desenvolvimento da série "Desmistificando o PT&E", carro-chefe da campanha.

10/07 – Contratação da produtora Taket para a gravação e edição dos três vídeos, com o objetivo de garantir mais qualidade e impacto visual.



16/07 – Definição de pautas detalhadas para todos os canais de Comunicação Interna (Cultura, Viva Engage, Cultura Cast e TV Corporativa), com uma estratégia de Endomarketing que diferenciava o alcance nacional (Cultura Brasil, Viva Engage Brasil) e o local, focado na fábrica de Paulínia (Cultura Paulínia, Viva Engage Paulínia).

Agosto/setembro de 2024: engajamento e desmistificação

16/08 – Divulgação do primeiro de uma série de três vídeos feitos "dentro de casa" com depoimentos de colaboradores que explicam a importância

de suas áreas no contexto do futuro Centro de Tecnologia e da importância do trabalho desenvolvido pela área de PT&E. Publicado em Cultura Paulínia e Viva Engage Paulínia com o título "Mergulhe no universo do PT&E e conheça mais sobre as áreas".

23/08 – Lançamento do primeiro vídeo da série feita pela produtora, "Desmistificando o PT&E: Você já reparou nesse novo prédio?". Direcionado inicialmente ao público de Paulínia, abordou de forma mais direta as especulações iniciais.

29/08 – Publicação de um quiz sobre PT&E para testar o conhecimento dos colaboradores e incentivar o aprendizado sobre o tema. Os melhores pontuados foram premiados com uma visita guiada exclusiva às instalações do novo prédio, transformando o conhecimento em experiência tangível.

26/09 – Divulgação do segundo vídeo da série "Desmistificando o PT&E: Centro de Tecnologia PT&E: faz diferença ele estar em Paulínia?", aprofundando a discussão sobre a localização estratégica do polo.

Outubro de 2024: enfim, a inauguração



01/10 – Data reservada para a visita exclusiva de profissionais da imprensa. Na ocasião, jornalistas de veículos como AgFeed, Agrolink, Revista Cultivar, UOL, Globo Rural, Valor Econômico e Revista Rural puderam conhecer, em primeira mão, as instalações do Centro e os profissionais que são responsáveis por criar toda inovação no PT&E. Os repórteres tomaram um café da manhã com os porta-vozes responsáveis pelo hub, fizeram um tour pelos laboratórios, entrevistaram pesquisadores e tiveram a oportunidade de participar de uma coletiva de imprensa, seguida de almoço, com: Rodrigo Marques, Diretor de Engenharia e Tecnologia de Produtos da Syngenta e Ricardo Corrêa, Diretor-geral na unidade da Syngenta localizada em Paulínia (SP).

Syngenta investe R\$ 65 milhões em novo centro de tecnologia no país

Isadora Camargo
De Paulínia/SP

A Syngenta no Brasil investe R\$ 65 milhões em um novo Centro de Tecnologia de Engenharia e Produto, em Paulínia (SP), como parte de sua estratégia de regionalizar a formulação de produtos. Segundo a empresa, o centro é o primeiro na América Latina a desenvolver formulações específicas para as características tropicais do Brasil.

O espaço foi idealizado para ser o núcleo de pesquisa e inovação da empresa e receberá aporte de mais R\$ 40 milhões de 2025 a 2030. O recurso permitirá a ampliação do centro para o desenvolvimento de insumos agrícolas, embalagens e processos de análise e aplicação de produtos no campo.

“Esse novo montante será investido na construção de uma planta semi-industrial para ampliar e escalar a capacidade do laboratório de engenharia de formulações da companhia dentro do centro. O



Laboratório do Centro de Tecnologia da Syngenta em Paulínia; unidade de pesquisa será inaugurada na próxima semana

em construção, em 2026”, detalhou Rodrigo Marques, diretor de engenharia e tecnologia de produtos da Syngenta Brasil.

A capacidade prevista de produção no novo local é de até 5 mil litros de formulações ao ano, mas, com a expansão, pode passar a 50 mil litros anuais.

O centro, que fica dentro da área da unidade produtiva da Syngenta

laboratórios com diferentes funções para avaliar princípios ativos importados da sede na Inglaterra.

Um desses laboratórios é dedicado ao desenvolvimento de biológicos. E, nesse segmento, seg

do Marques, a empresa tem potencial de “descobrir e desenvolver ativos inéditos — provenientes fermentação das bactérias e f

gos — que poderão ser usados p

da Syngenta de formular produtos pensando nas características locais de cada país, sendo o Brasil um dos principais negócios.

Por aqui, a Syngenta tem duas unidades produtivas, a de Paulínia e a recém-comprada de Indaial na Paraíba. Paulínia foi escolhida para sediar o Centro de Tecnologia por já ter o complexo industrial da empresa e estar perto do campo de testes da milhã, em Holambra.

“Paulínia vai abrigar todas as tecnologias globais da Syngenta, em um só lugar. É o hub latino-americano da empresa”, disse Ricardo Corrêa, diretor-geral de operações da Paulínia.

Opinião

Gigantes do agro apostam na ciência para driblar crise climática

Mariana Grilli • Colunista do UOL

03/10/2024 09h58



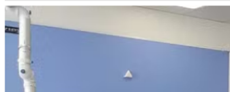
CENTRO DE PESQUISA IMPULSIONA A AGRICULTURA TROPICAL

Syngenta investe R\$ 65 milhões em centro de tecnologia

Estrutura é a primeira da empresa na América Latina a desenvolver formulações especializadas para as áreas produtoras do Brasil

Por Isadora Camargo — Paulínia (SP)

01/10/2024 14h19 - Atualizado há um dia



GLOBAL | Tecnologia e Inovação



Syngenta “tropicaliza” pesquisas e investe R\$65 milhões em novo centro tecnológico

Gigante de defensivos agrícolas constrói seis laboratórios na fábrica de Paulínia-SP, que vão permitir aumentar em 35% a capacidade de produção e desenvolvimento de produtos

Isadora Camargo

01/10/2024 - 2010



Laboratório na fábrica da Syngenta em Paulínia-SP

03/10 – Para conectar o público interno ao reconhecimento externo, foi preparada uma pauta para o Cultura Paulínia – repercutindo a visita da imprensa, com os principais clippings acerca do investimento na unidade.

04/10 – Lançamento do terceiro vídeo da série "Desmistificando o PT&E: Inovação que cultiva o futuro e a nossa paixão pelo cliente!", consolidando a mensagem sobre a visão de futuro e o alinhamento com a estratégia de negócio. A comunicação reforçou a cobertura positiva da imprensa nacional, validando a importância do Centro de Tecnologia também para o olhar externo.

06/10 – Continuação da divulgação do quiz e seus resultados nos canais de Paulínia, mantendo o engajamento através do reconhecimento e da participação.

07/10 – A newsletter nacional, Cultura Brasil, anuncia formalmente a inauguração do PT&E, levando a notícia para a Syngenta em todo o país.

10/10 – Durante a cerimônia de abertura oficial do Centro de Tecnologia com a presença da liderança global da companhia, autoridades, pesquisadores e profissionais relevantes da cadeia produtiva do agro, foi gravado o quadro "Repórter Por Um Dia", em que um colaborador cobre o evento a partir de seu ponto de vista, tornando a experiência do lançamento mais próxima e pessoal para o público interno. Ao mesmo tempo, os vídeos da série "Desmistificando o PT&E" e a repercussão na mídia (publicada na seção #SaiuNaMídia) são destacados no Cultura Brasil, levando informações detalhadas e o reconhecimento externo para os colaboradores de todo o país.

11/10 – Pauta dedicada ao evento de inauguração do Centro de Tecnologia e à divulgação dos vencedores do Quiz (com seu respectivo tour) nos canais de Paulínia, reforçando o ciclo de engajamento.



12/10 – É realizado o **Dia da Família** para os colaboradores de PT&E que atuam diretamente no Centro de Tecnologia. No evento, organizado em parceria com a agência MCI, eles puderam convidar seus familiares para conhecerem a nova unidade de trabalho, contribuindo com o fortalecimento do senso de orgulho e pertencimento da equipe.

14/10 – O vídeo "Repórter por um dia" é veiculado nos canais nacionais (Cultura Brasil e Viva Engage Brasil), mostrando a celebração do lançamento através da perspectiva de um colega.

O calendário mostra como a progressão do conteúdo, da desmistificação inicial aos detalhes mais complexos e à celebração do lançamento oficial, esteve ligada à estratégia de comunicação interna. Seu objetivo era não apenas informar, mas envolver e capacitar os colaboradores como embaixadores do novo centro. A menção e a repercussão da visita da imprensa e da cobertura externa validaram a pertinência e o reconhecimento do PT&E diante dos stakeholders estratégicos.

Resultados: engajamento interno e impacto tangível

Esse conjunto de comunicações pensado para o Centro de Tecnologia demonstrou resultados notáveis, especialmente na capacidade de engajar o público interno e solidificar a compreensão sobre a importância do novo polo de inovação. Diversos números evidenciam o sucesso na desmistificação da iniciativa e na construção de um alinhamento estratégico.

Resultados de Comunicação Interna

Como já destacado, a série de vídeos "Desmistificando o PT&E" foi um dos pilares da campanha. O que fica claro quando analisamos seus índices impressionantes:



O **vídeo 1**, que trabalhou alguns mitos e verdades sobre o novo polo, alcançou um desempenho **647% superior à média de visualizações** das matérias do Cultura Paulínia, indicando o alto interesse no tema.

Já o **vídeo 2**, sobre a localização, teve **243% a mais de visualizações** em relação à média por matéria da mesma edição do Cultura em que foi publicado, reforçando a pertinência do conteúdo desmistificador.



Por fim, o **vídeo 3**, que trouxe a visão de futuro, obteve uma performance **263% melhor do que a média** de todas as matérias de outubro, com um **volume de visualizações 3,6x maior**, superando amplamente as expectativas.

Além da série de vídeos, a campanha multicanal gerou um engajamento robusto:

- **Conteúdo escrito e interativo:** foram veiculadas 16 pautas nas newsletters Cultura, Cultura Paulínia e Cultura Indaiatuba, totalizando 1221 cliques.
- **Engajamento em redes sociais internas (Viva Engage):** os posts sobre PT&E nas comunidades Syngenta Brasil, Cultura Paulínia e Cultura Indaiatuba somaram 4523 visualizações e 480 curtidas.
- **Podcast (Cultura Cast):** o 40º episódio do Cultura Cast, que abordou a implementação do Centro de Tecnologia, registrou 27 reproduções, ampliando o alcance para públicos com preferências por outros formatos.
- **Inovação e humanização:** o uso do quadro "Repórter Por Um Dia" para a cobertura do evento de inauguração e a entrevista com o líder de PT&E feita no vídeo contribuíram para uma abordagem mais humana e em tom de voz mais próximo do público final, gerando valor e identificação.

Resultados de Comunicação Externa

Ao final da visita de imprensa e da divulgação do release, o Centro de Tecnologia foi destaque em **35 matérias**, sendo que destas, 7 renderam entrevistas com dois porta-vozes da companhia. Estes resultados somaram mais de **5 milhões de pageviews** e tiveram uma valoração estimada em cerca de R\$ 2,1 milhões.

Os vídeos publicados nas redes sociais da Syngenta sobre o lançamento, impactaram organicamente mais de **50 mil pessoas**, tiveram 1.171 curtidas, 155 compartilhamentos, 3.100 cliques e 35% de taxa de engajamento.

Vale destacar que alguns dos jornalistas que fizeram a visita no Centro de Tecnologia, como Aline Merladete (Agrolink) e Mariana Grilli (UOL/Cultivar), também publicaram conteúdos em suas redes sociais.



Resultados de negócios

Embora os resultados diretos de negócios relacionados a um centro de tecnologia se manifestem a longo prazo através de inovações e otimizações agregadas ao dia a dia da empresa, não é exagero dizer que a comunicação desempenhou um papel crucial em diferentes pontos tangíveis como:

Alinhamento estratégico. A desmistificação e a ampla divulgação das prioridades e do propósito do Centro de Tecnologia asseguraram que o corpo de colaboradores compreendesse o valor do investimento, reduzindo resistências e fomentando um ambiente de suporte à inovação.

Fortalecimento da cultura de inovação. Ao mostrar o Centro de Tecnologia como um núcleo de pesquisa e desenvolvimento de ponta, a comunicação inspirou e reforçou o posicionamento da Syngenta como líder em inovação no agronegócio.

Senso de pertencimento. A informação e o engajamento do público interno foram essenciais para que, no momento da inauguração, o time estivesse orgulhoso, alinhado e pronto para interagir com os públicos externos (imprensa, academia e sociedade civil) presentes no evento de lançamento, atuando como verdadeiros embaixadores da Syngenta. Além disso, a repercussão interna da visita da imprensa e da cobertura externa deixou claro como a comunicação interna pavimentou o caminho para a harmonização entre a percepção interna e externa sobre a iniciativa.



Investimento no projeto

A Syngenta investiu cerca de R\$ 65 milhões na construção do PT&E, mas para o lançamento do novo centro, a área da comunicação despendeu de uma verba bem mais modesta. A organização da *press trip* para a visita de imprensa ficou em aproximadamente **R\$ 13 mil**. Ao todo, considerando o evento de lançamento do hub para autoridades,

representantes globais da companhia e sociedade, além do Dia da Família, o investimento total ficou em **R\$ 245 mil**.

Outra grande conquista do projeto de comunicação para a conscientização e contextualização do Centro de Tecnologia foi sua eficiência no uso dos recursos. Contando com o suporte da Giusti Creative PR, agência responsável pela comunicação integrada (interna, externa e redes sociais) da Syngenta, a maior parte da execução da estratégia foi absorvida pela estrutura e equipe já existentes.

O investimento adicional e específico para este projeto concentrou-se na produção audiovisual, elemento chave para a estratégia didática e envolvente da campanha. Foi contratada uma produtora para a criação dos roteiros, gravação e edição dos três vídeos da série "Desmistificando o PT&E", assim como para a realização do vídeo institucional do novo centro. E o valor total investido nisso foi de **R\$ 26.070**.

Esse tipo de investimento otimizado permitiu à Syngenta **maximizar o impacto** da comunicação sobre um projeto de alta relevância estratégica, com um custo incremental focado na produção de conteúdos de alto valor agregado.

Inovação se cultiva de dentro para fora

A história da construção do Centro de Tecnologia e Engenharia de Produtos (PT&E) da Syngenta transcende fatores como a imponência de sua arquitetura ou o volume do seu



investimento. Ela revela uma outra história, ainda mais humana e inerente ao dia a dia do mundo corporativo: a inovação, para ser verdadeiramente transformadora, não pode ser apenas um ativo físico; precisa ser uma

cultura, um propósito compartilhado, enraizado no coração de qualquer empresa.

Montar este case sobre o Centro de Tecnologia da Syngenta em Paulínia serviu como prova de que investir em inovação tangível – como um polo de pesquisa de ponta – exige, em igual medida, um investimento estratégico em **cultura de inovação**. A "desmistificação" do PT&E foi, nesse sentido, muito mais do que corrigir equívocos. Foi um processo deliberado de educação, inspiração e convite ao pertencimento. Ao traduzir a complexidade de um centro tecnológico em uma narrativa compreensível e inspiradora, a estratégia de comunicação não apenas informou, mas cultivou a capacidade dos colaboradores de entenderem, abraçarem e serem embaixadores de um futuro alinhado aos princípios de sustentabilidade e progresso do agronegócio.

Assim, **o papel da comunicação** se mostra indispensável. Ela transforma pilhas de tijolos em um símbolo de progresso, equações de engenharia em oportunidades de impacto, e boatos em um senso coletivo de orgulho e propósito. Ao ativar uma estratégia de comunicação integrada para múltiplos públicos – com maior foco no público interno, primeiro embaixador e usuário desse espaço, e em segundo lugar na repercussão com públicos externos –, a Syngenta demonstrou uma maturidade de abordagem comunicacional. Preparou o terreno para que a chegada do Centro de Tecnologia fosse compreendida como um passo gigante em sua trajetória, e não apenas como mais um prédio.

O sucesso dos resultados quantitativos, com indicadores de engajamento que superam as médias, mostra que as táticas usadas valeram a pena. Mas, mais do que isso, mostra que a comunicação é a ponte entre a **estratégia de negócios** e a **essência da empresa**, capaz de transformar um projeto físico em um motor de cultura e impulsionando a Syngenta para um futuro onde a inovação é, de fato, cultivada de dentro para fora.