

RELATÓRIO  
2 0 1 7



**AGROPORTAL**

*“O Agroportal voltou a ocupar o lugar que tinha na  
Agricultura Portuguesa e de onde nunca deveria ter saído”*

## I. OS RESULTADOS

### Ano de confirmação

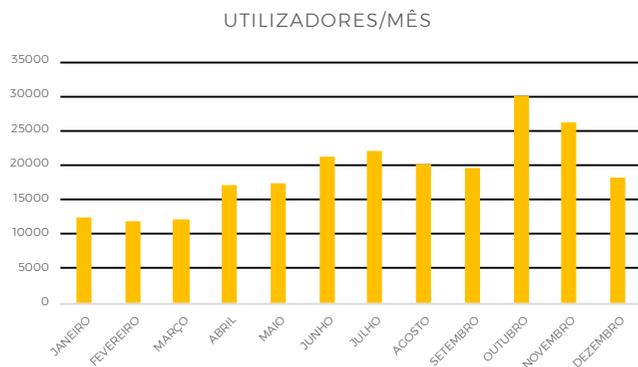
A frase “O Agroportal voltou a ocupar o lugar que tinha na Agricultura Portuguesa e de onde nunca deveria ter saído” é de um dos nossos leitores, que deixou como feedback. Ela resume na perfeição aquilo que foi o ano de 2017. Um ano de confirmação, depois do relançamento de 2016. Com efeito, cumpriu-se o objetivo de visualizações, e o Agroportal cresceu em todas as vertentes: conteúdos, leitores, seguidores e empresas parceiras.



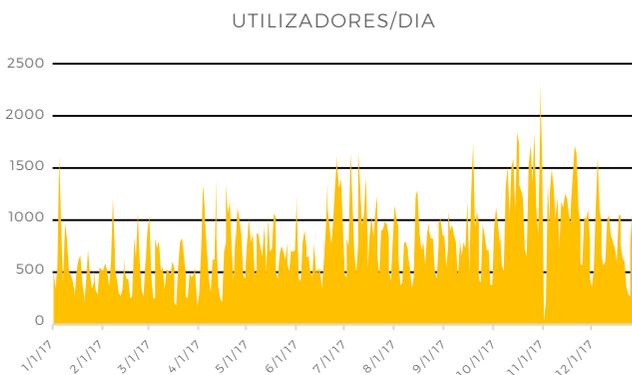
### Utilizadores: atingir o objetivo de 30 000 utilizadores/mês

Em Outubro de 2017 atingiu-se o objetivo traçado para aquele ano: chegar às 30 000 visualizações/mês. Porquê este objetivo? Porque foi o nível de visualizações que o Agroportal antigo teve nos seus melhores meses.

O cumprimento deste objetivo ganha ainda mais relevo, se nos lembrarmos que o Agroportal arrancou, no seu relançamento em Outubro de 2016 com uns tímidos 270 utilizadores/dia, que chegou a Dezembro de 2016 com 500 utilizadores/dia e, em Outubro 2017, apenas passados 10 meses, atingiu o objetivo com 1 000 utilizadores/dia.



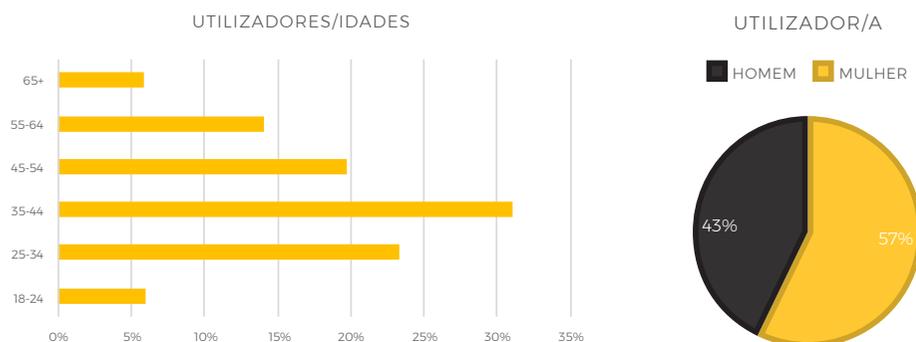
Além de Outubro ter sido o mês de pico, o dia 31 de Outubro também marcou um recorde diário com 2 300 utilizadores.



No total durante o ano de 2017 houveram 286496 que foram ao Agroportal.



O perfil de utilizadores é abrangente nas idades, com uma predominância das idades entre os 35 e os 45 mas não exagerada, e com uma quase equidade de género.



### Artigos de opinião, notícias nacionais e internacionais com a maior procura

Enquanto que em 2016 os conteúdos mais procurados foram os artigos de opinião e notícias nacionais e internacionais, em 2017 o panorama mudou... Depois da homepage, os mais procurados foram o diretório de empresas e organizações, os dossiers, eventos e os artigos de opinião. O maior tráfego na homepage, dá sinal de uma maior fidelidade dos leitores que procuram diretamente a fonte de informação.

### A expansão dos conteúdos: 61 artigos de opinião, 10 páginas dossiers

Os artigos de opinião dos vários autores do Agroportal apareceram através dos membros do Conselho Editorial, de parcerias com organizações como a Agromais e a Inovisa, e do envio de forma voluntária e espontânea. Tiveram uma frequência semanal com o hábito de serem publicados aos Domingos às 18h00. Os artigos de opinião refletiram as atualidades da do setor agrícola, com uma incidência interessante na agricultura de precisão, no funcionamento dos apoios, na seca e na floresta.

Os dossiers passaram de um único sobre o futuro da PAC em 2016, para 10 em 2017. Desde dossiers de conteúdos mais técnicos, como fitofarmacêuticos, inovação, cadeia alimentar e florestas, a dossiers mais ligados ao negócio, como mercados, emprego, meteorologia e seguros, até um dossier centrado em solidariedade, sobre incêndios.



### Dossier emprego: dinamizar o mercado de trabalho

Nos dossiers, merece destaque especial a página emprego. Em resultado de pedidos de colocação de oferta de emprego que suscitaram muito interesse por parte dos leitores decidiu-se avançar com uma página e uma Newsletter sobre emprego. São as publicações mais vistas. Com isto o Agroportal está a ajudar a dinamizar o mercado de trabalho no setor agrícola, que precisa!

## A abordagem multiplataforma: as newsletters, as apps e as redes sociais

O ano de 2017 começou com o lançamento da Newsletter semanal. A Newsletter foi tendo subscritores que se inscreveram no site e alargou a adesão para quase 1 000 subscritores. O inquérito de satisfação indicou que teria sentido ampliar as Newsletters. Hoje existem três Newsletters: a semanal, a diária e a Newsletter emprego.

Os alertas nas Apps continuaram a marcar o início do dia para aqueles que descarregaram e usam a aplicação.

As redes sociais têm-se revelando cruciais na difusão de informação. Houve uma clara aposta no Facebook para as notícias e no LinkedIn para a disseminação de ofertas de emprego.

Algo é certo, ao dia de hoje, o Agroportal deixou de ser apenas um site, e passou a ser uma Plataforma Digital de informação.



## A afinação na agregação de informação

O Agroportal é um agregador de informação. O Agroportal agrega de forma ampla e autorizada as notícias e informação sobre agricultura que aparecem na imprensa generalizada e na imprensa especializada. Em 2017 apareceram solicitações de alguns organismos de imprensa especializada para que as suas notícias fossem veiculadas pelo Agroportal, aqui também o Agroportal cresceu, aumentando e diversificando as fontes.

Para ajudar na agregação das notícias, o Agroportal conta com um algoritmo para agregação de notícias e informação, que o faz captar tudo muito rapidamente. Esta ferramenta está continuamente a ser afinada, para que cada vez menos apareçam notícias fora do âmbito.

## O toque editorial: a escolha de 3 a 5 sugeridas por dia

Mas, se por um lado a ferramenta ou algoritmo agregador de notícias dá uma vasta informação ao leitor, por outro, a equipa do Agroportal faz um trabalho de seleção e classificação, combatendo assim o fenómeno de excesso de informação. O Agroportal faz esse crivo logo ao nascer do sol: escolhendo 3 a 5 informações mais relevantes do dia, e classificando-as como “sugeridas”. As notícias “sugeridas” passam imediatamente para o sistema multi-plataforma do Agroportal: são enviadas pelos alertas da app aos leitores e vão para as redes sociais; no final da semana são compiladas numa Newsletter. As sugeridas passaram assim a fazer parte do quotidiano do leitor do Agroportal.

### Uma inovação: os live streams

Com a própria sugestão de uma organização do setor, a IACA, o Agroportal abraçou a uma iniciativa que resultou: a transmissão de eventos em live stream. Após o sucesso da transmissão em live da Conferência da IACA a 6 de Abril, seguiram-se o Congresso Nacional da Suinicultura, a Expomor, e o Congresso Europeu de Jovens Agricultores no Parlamento Europeu. O live stream penetrou assim no setor agrícola, e desmontou um preconceito dos mais céticos: as salas ficam cheias à mesma.



### O inquérito de satisfação: feedback e caminho

O Agroportal fez um inquérito aos leitores que tinha dois objetivos: i) ter o feedback dos leitores acerca da satisfação do Agroportal e ii) entender o que os leitores necessitam mais do Agroportal. O primeiro foi motivante, de 46 pessoas que responderam, a pontuação sobre a satisfação com o Agroportal foi de 8/10. O segundo foi importante porque apontou caminhos a seguir, como o de aumentar a frequência de Newsletters, e expandir para novas áreas, como as cotações de mercado, a meteorologia e o emprego. Assim fizemos.

## II. O MODELO DE NEGÓCIO

### Visão empresarial

O modelo de negócio manteve-se o mesmo do arranque em 2016: a empresa Motivo Protagonista Sociedade Unipessoal dedicou-se à gestão do site. As fontes de receita vieram através das receitas da publicidade. A estrutura manteve-se o mais otimizada e leve possível, com uma base de trabalho e coordenação em rede.

Um passo importante, foi o registou-se a marca Agroportal. Porque a marca Agroportal é hoje um ativo importante, com uma identidade própria, com 17 anos de vivência, no qual o setor agrícola se revê, decidimos investir na proteção da marca.



## Aumento exponencial das parcerias anuais de publicidade: espaço publicitário a ficar esgotado

A publicidade no site continuou a realizar-se através de parcerias anuais, com duas modalidades: parcerias principais e parcerias temáticas.

O início do ano tinha contado com a adesão da Anipla e da Syngenta, que tinham somado à presença do Crédito Agrícola e da Agrogés. No fim do ano, entraram, a ADP Fertilizantes, a Auto-industrial, a 2bforest e a CIB. As parcerias trouxeram a alavancagem financeira necessária para maximizar o potencial do modelo de negócio.

## Contas em ordem

No lado das receitas, o ano orçamental de 2017 foi bastante melhor do que estava previsto no plano de investimentos, resultado da adesão muito superior à esperada de novos parceiros, em particular no fim do ano, com um aumento de 81% face ao plano de investimentos e um aumento de 220% em relação a 2016. Essa receita foi reinvestida na totalidade na gestão do site, por um lado em tecnológica, como a meteorologia, a integração de comentários Facebook no site, novas páginas dossiers e o novo widget cotações, e por outro lado, em recursos humanos para assegurar um melhor design e uma gestão com mais horas mais dedicadas ao modelo de negócio. O resultado do exercício é positivo, sem dívidas, e com os fornecedores pagos de forma imediata, num prazo não superior a 15 dias, e com faturação e pagamentos todos recebidos.

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	35226
DESPESAS GERAIS	15582
CUSTOS COM PESSOAL	15682
OUTROS CUSTOS	111
RESULTADO DO EXERCÍCIO	713

## O complemento das parcerias pontuais

As parcerias pontuais foram interessantes, porque trouxeram diversidade às atividades do Agroportal. Foi o exemplo da Feira Nacional de Santarém, da Ovibeja, do Congresso Nacional de Suinicultura, da Apormor, do evento de Cooperação organizado pela AJAP em Moçambique e do Congresso Europeu dos Jovens Agricultores.

## A equipa em rede

O relançamento do Agroportal contou com a colaboração de vários intervenientes do setor que deram opiniões e contributos. O Conselho Editorial para 2016/2018 formou-se, e acompanhou a evolução do site. Houve uma preferência por trabalho em rede com fornecedores, que se revelou positiva. A imagem, design e divulgação do projeto foi assegurada por um trabalho contínuo com a empresa BUZZ DESIGN & IT, a VSB ART e a NEATDESIGN, na gestão de conteúdos com a Piedade Malheiro, e na coordenação geral por José Diogo Albuquerque. Para todos os intervenientes o espírito da equipa é o mesmo: o Agroportal é um site que nasceu do setor agrícola, para o setor agrícola.

## III. A ESTRATÉGIA

### Um foco, uma filosofia setorial, e uma missão

A estratégia de manter o Agroportal focado na agricultura, e nos principais temas que movem o negócio da agricultura manteve-se em 2017. Evitamos a tentação da dispersão, muito comum nas plataformas de informação digitais, e ancoramos os interesses nas áreas agrícola e florestal que afetam diretamente os empresários agrícolas, tais como os mercados, a Política Agrícola Comum, as questões da cadeia alimentar e os mercados.

A filosofia que esteve na gênese do Agroportal, quando criado em 1999, pelo Carlos Mattamouros Resende, foi a de o Agroportal ser um site do setor. Um site que o setor sente como seu. Essa filosofia foi mantida em 2017, e está a contribuir para que o Agroportal seja a plataforma de referência para a agricultura.

A missão é clara, o Agroportal quer ser a fonte de informação que ajudará o setor a ser cada vez mais forte.

## Código de valores: integridade, transparência, e a ação social

Integridade e transparência. É o nosso código. Face ao leitor, prima-se a prioridade da leitura do site evitando a publicidade intrusiva – “Pop-ups: não obrigado!” Conseguimos em 2017 manter isso, apesar do número crescente de anunciantes.

Face às empresas que investiram em publicidade no site, optou-se por uma relação de transparência entre os vários parceiros e de convivência positiva. Primeiro a qualidade, depois a quantidade.

O ano de 2017 foi importante para o Agroportal poder criar uma nova valência, a da ação social. Durante o período dos incêndios, o Agroportal criou uma página para centralizar as informações sobre os pedidos de ajuda e as intenções de solidariedade. Foi uma forma de ajudar, pondo as pessoas em contato e divulgando.

## A ambição para 2018:

A ambição em 2018 será de aumentar o número de visitantes mensais para 50 000. O objetivo estabelecido no relançamento do Agroportal era atingir os 60 000 em 2020, mas ao dia de hoje achamos que podemos lá chegar antes - e estamos irrequietos.

Para este caminho vamos:

- Mudar o nome da empresa gestora de Motivo Protagonista para Agroportal, consolidando o conceito empresarial da marca Agroportal
- Investir na área da ação social e solidariedade
- Consolidar e afinar o modelo de informação mantendo o foco na homepage, nas páginas dossiers, nas escolhas diárias de notícias sugeridas, e no formato multiplataforma
- Apostar na emissão de vídeos e livestream
- Enveredar para novas áreas relacionadas com o negócio e a interação entre os leitores do Agroportal



**[www.agroportal.pt](http://www.agroportal.pt)**

C O N T A T O S :

*[geral@agroportal.pt](mailto:geral@agroportal.pt)*

*[publicidade@agroportal.pt](mailto:publicidade@agroportal.pt)*



AGROPORTAL