



Empresas & Negócios do AGRO

agronegocio@netjen.com.br

São Paulo, sábado a quarta-feira, 10 a 14 de fevereiro de 2024

Manejo Sustentável de Pragas na Cultura da Soja

O III Encontro Técnico Manejo Sustentável da Cultura de Pragas na Cultura da Soja reunirá produtores rurais, assistentes e extensionistas rurais, parceiros de negócios e estudantes universitários e do ensino técnico profissionalizante em Três Marias-MG, dia 16 de fevereiro, das 13h às 16h30. A programação contempla palestras e dia de campo, que serão realizados na Fazenda Água Boa (<https://www.embrapa.br/milho-e-sorgo>).

Foto: Luis Armando Zago

Estudo realizado pela Embrapa Agropecuária Oeste (MS) mostrou que o uso da cultivar de capim BRS Zuri antecedendo a soja é viável e pode trazer bons resultados em sistemas de integração-lavoura-pecuária (ILP). Isso é possível adotando-se uma estratégia de manejo adequada. Essa cultivar é conhecida pela elevada produção de forragem, alto valor nutritivo, resistência à cigarrinha-das-pastagens e à mancha das folhas, o que a torna interessante para a alimentação do gado. Por outro lado, essa forrageira necessita de manejo especial para que ela não permaneça no campo na hora de plantar a soja.

“As cultivares de Panicum maximum mais vigorosas, como os capins BRS Zuri, Mombaça e Miyagui, têm sido deixadas de lado pelo fato de serem mais tolerantes ao herbicida glifosato, por formarem touceiras e devido ao porte elevado, que dificulta um pouco o plantio da cultura em sucessão”, completa o pesquisador da Embrapa Luis Armando Zago Machado.

Ele salienta que esses capins são os mais produtivos, em condição de pastejo, capazes de produzir 40 arrobas de carne por hectare, por ano, quando em sistemas de integração lavoura-pecuária. “Esse potencial de produção do capim BRS Zuri foi o que motivou estudar seu controle com herbicidas, já que, nos sistemas integrados, a pecuária necessita ser muito lucrativa para justificar sua rotação com culturas anuais”, declara o cientista.



CULTIVAR DE CAPIM MOSTRA BOM DESEMPENHO AO ANTECEDER A SOJA

AgriforLife participa de programa de inovação aberta para startups

A AgriforLife, iniciativa dos grupos Casa Bugre e Krilltech, é uma das participantes da terceira temporada do Dabi Start Me Up, programa de inovação aberta que busca identificar empreendedores e startups capazes de abordar de forma inovadora os desafios e necessidades apresentados pelas empresas mantenedoras e residentes do Dabi Business Park, localizado em Ribeirão Preto/SP.

Lançado nesta segunda-feira (5), o Dabi Start Me Up é uma iniciativa da Área 51, hub do centro empresarial, e pretende conectar startups e negócios de base tecnológica com as 15 empresas participantes, e que procuram soluções para serem aplicadas em seus negócios e operações, que vão do agronegócio à educação, entre outros setores.

No programa, a AgriforLife visa fomentar propostas e apoiar empreendedores que estão desenvolvendo projetos inovadores para a agricultura. “No Dabi Start Me Up, vamos oferecer recursos para impulsionar o desenvolvimento das startups, o que inclui a integração ao ecossistema da Área 51 ao nosso lado, serviços, mentorias, eventos, treinamentos e apoio para a captação de investidores”, descreve Everton Molina Campos, diretor de Marketing e Inovação do Grupo Casa Bugre e líder do projeto AgriforLife (<https://dabistartmeup.dabibusinesspark.com.br>).

O que o setor de agronegócio exige do profissional do futuro?

Foto: Divulgação



O agronegócio é um dos pilares da economia brasileira, responsável por 27% do PIB e posições de destaque em rankings internacionais. O Brasil é o segundo maior produtor mundial de carne bovina e o maior exportador deste insumo. O país também ocupa o quarto lugar na lista dos maiores exportadores de produtos agropecuários – segundo publicação do SEBRAE/RJ sobre tendências desse segmento. Olhar somente para os números grandiosos do agronegócio brasileiro talvez dê a ideia de que tudo vai bem e que não há como melhorar. Mas uma análise com mais atenção demonstra que, para continuar sendo relevante diante de novos players de mercado e de consumidores mais exigentes, é preciso estar atento aos avanços tecnológicos.

Ter conhecimento sobre a terra e dos ciclos dos diferentes produtos cultivados continua sendo essencial, sobretudo no que se refere ao respeito à natureza e ao tempo necessário para cada ação frutificar. No entanto, as habilidades ligadas à utilização de tecnologia no campo têm se mostrado uma vantagem competitiva, tanto para os grandes quanto para os pequenos produtores.

Nesse contexto, quem está disposto a somar conhecimentos já está um passo à frente em

matéria de adaptação ao cenário que está se desenhando. De acordo com o professor Edilberto Nunes de Moura, coordenador da Graduação 4D em Agrodigital da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), o profissional do futuro é alguém que: “entende do agronegócio, entende de tecnologia e é capaz de integrar essas duas grandes áreas. Esse profissional irá trabalhar na interface tanto do agronegócio quanto da tecnologia aplicada a ele”.

Além disso, segundo o professor Edilberto Moura, outra dica para quem quer se destacar nesse mercado de trabalho é desenvolver a habilidade da comunicação assertiva, para ser um agente que ouve as demandas e contribui com as diversas atividades que fazem parte da cadeia produtiva.

Um levantamento da 360 Research & Reports indica que o setor da agricultura digital deve crescer 183% até 2026, um número significativo para um horizonte próximo. Além disso, está prevista a abertura de aproximadamente 178,8 mil novos empregos na área de agricultura digital nos próximos dois anos, conforme aponta o estudo “Profissões Emergentes e Desafios na Qualificação Profissional para uma Recuperação Sustentável”.

Queijo zero lactose

O queijo é um alimento muito popular no Brasil, mas sabemos que nem todas as pessoas podem consumi-lo. A intolerância à lactose é uma condição que afeta cerca de 35% da população brasileira, segundo dados da Associação Brasileira de Alergia e Imunologia (ASBAI).

“Para essas pessoas, o consumo de lactose pode causar sintomas como distensão abdominal, gases, náuseas e diarreia. Por isso, é importante encontrar alternativas que não contêm esse açúcar do leite - termo usado por conta de seu sabor levemente adocicado ao ser ingerido puro”, explica Flaubênia Sara Maia, engenheira de alimentos da Tijuca Alimentos.

Uma boa opção é o queijo zero lactose, pois são produzidos por meio de um processo que quebra a lactose em outros açúcares, como a glicose e a galactose. “Aqui, o nosso produto possui 32% de proteínas, zero gorduras trans e apenas 1% de carboidratos, em sua porção de 100 gramas”, destaca.

Além de ser uma opção para pessoas com intolerância à lactose, o queijo zero lactose também oferece outros benefícios, como:

- Fornece proteínas de alto valor biológico, essenciais para o crescimento e desenvolvimento muscular;
- É rico em cálcio, importante para a saúde dos ossos e dentes;
- Possui gorduras saudáveis, benéficas para a saúde do coração.

Destaque I



Avaliação da tributação e ordem econômica no Congresso Brasileiro de Direito do Agronegócio

O ex-Ministro da Fazenda Mailson da Nóbrega, economista e sócio da Tendências Consultoria, ministrará a palestra inaugural do Congresso Brasileiro de Direito do Agronegócio, idealizado pelo Instituto Brasileiro de Direito do Agronegócio – IBDA, e promovido no dia 19 de março, em São Paulo, com transmissão virtual gratuita. As inscrições para participar do Congresso estão abertas no site oficial. Com o tema Tributação e Ordem Econômica, a apresentação analisará os efeitos desses dois aspectos para o desenvolvimento sustentável das cadeias produtivas do agro nacional. Após a aprovação da reforma tributária no Congresso, no final do ano passado, ainda há questões a serem debatidas, a fim de não acarretar o aumento da tributação no setor, que trará consequências para a economia e para a sociedade, com a elevação dos custos de produção, dos preços dos alimentos, da inflação e da fome. É importante lembrar que a ordem econômica estabelece como fundamentos a livre iniciativa e a valorização do trabalho humano, resultando em existência digna e justiça social (<https://congressodireitoagro.com.br/>).

Destaque II



Simpósio Frangos de Corte: Sanidade e Manejo

Com o objetivo de levar informações e atualização para médicos-veterinários, zootecnistas, estudantes, técnicos e empresários do setor avícola, a FACTA promoverá, nos dias 26 e 27 de março de 2024, o “Simpósio Frangos de Corte: Sanidade e Manejo”, em Maringá (PR). O evento será dividido em seis blocos, englobando temas como nutrição, influenza aviária, sanidade, gestão, ambiência e manejo. Todas as palestras serão realizadas de forma presencial e as inscrições já podem ser feitas pelo site da FACTA. Os valores do primeiro lote variam de R\$ 370,00 para profissionais e R\$185,00 para estudantes, e estarão disponíveis até o dia 29 de fevereiro. A escolha de Maringá para a realização do Simpósio atende ao interesse da Fundação de regionalizar seus eventos e levar conhecimento para mais perto dos polos produtores, no projeto “FACTA na estrada”. “A cidade abriga importantes empresas da avicultura brasileira, integradoras e cooperativas do sudoeste do Paraná, do norte de Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e Rio Grande do Sul”, salienta o presidente da FACTA, Ariel Mendes (<https://eventos.facta.org.br/frangos-corte-2024/>).

Abisolo lança a 2ª edição do livro “Nutrição Mineral e Doença de Planta”

A Associação Brasileira das Indústrias de Tecnologia em Nutrição Vegetal (Abisolo) anuncia o lançamento da segunda edição do livro “Mineral Nutrition and Plant Disease” (em português, Nutrição Mineral e Doença de Planta). A obra está disponível para venda no site da Abisolo (<https://www.abisolo.com.br/loja>). A chegada do “Nutrição Mineral e Doença de Planta” ao mercado ocorre logo após o aniversário de 20 anos da Abisolo, comemorado em dezembro de 2023. “Celebrar o aniversário da Abisolo com o lançamento dessa obra tão importante só reforça o nosso protagonismo ao apoiar e compartilhar conhecimentos científicos no nosso setor. Acreditamos que as pesquisas em Ciências Agrárias devem chegar aos agricultores, profissionais do setor, estudantes etc.”, explica o presidente do Conselho Deliberativo da Abisolo, Clorinaldo Roberto Levrero.

Fever Mobilidade lança caminhão compacto elétrico de olho no agronegócio

A Fever Mobilidade, hub de soluções de mobilidade sustentável em logística verde, lança com exclusividade no mercado brasileiro o inédito Fever Alkè ATX 340 EH, um caminhão compacto 100% elétrico, importado da Itália, que chega como uma alternativa ao trator para uso intra-company, seja em fazendas, plantas industriais ou outros locais. A Fever Mobilidade traz uma opção com rápido retorno de investimento, redução de custos, além do impacto positivo nas demandas de sustentabilidade do setor e pegada de carbono, já que não emite gases na atmosfera (<https://fever.net.br>).

Banco oferece taxas diferenciadas até o fim do mês na aquisição de caminhões novos

Até o dia 29 de fevereiro, o Banco Rodobens vai proporcionar uma oportunidade única para os seus clientes, com taxa de financiamento a partir de 0,89% ao mês. A oferta, sujeita à aprovação de crédito, é exclusiva para a compra das linhas de caminhões Atego, Accelo, Actros e Arocs, considerados os modelos mais seguros, confortáveis e tecnológicos do mercado, com motor Euro 6 (<https://www.rodobens.com.br/>).

Potencial da agricultura brasileira desperta interesse e gera oportunidades aos indianos



A indiana SML Limited, multinacional focada em alta tecnologia de produtos nutricionais, protetivos e biológicos anunciou investimentos de US\$ 10 milhões no mercado nacional. De acordo com o Managing Diretor da SML, Bimal Shah, a escolha pela agricultura brasileira para expansão internacional da marca foi estratégica. “O Brasil é o maior mercado agroquímico do mundo. Isso nos traz muitas oportunidades para oferecer nossas soluções patenteadas aos produtores locais e contribuir para a segurança alimentar global” (<https://sml-ltd.com.br/sml-no-campo>).

OPINIÃO

Crowdfunding: um catalisador para a inovação no agro

Mariana Bonora (*)

Há muito tempo considerado a espinha dorsal da economia do país, o setor agropecuário brasileiro enfrenta desafios que passam da variabilidade climática à necessidade de incorporar inovações tecnológicas que ajudem a aumentar a produtividade.

Com mais de 5 milhões de produtores no Brasil, a dificuldade de acessar financiamentos com taxas acessíveis é um entrave significativo. Os altos custos e a burocracia associados a formas tradicionais de obtenção de capital limitam o crescimento desses empreendedores, tornando o crowdfunding uma alternativa eficiente e menos complexa.

Nesse contexto, o financiamento coletivo surge como uma ferramenta valiosa, capaz de aliviar as pressões financeiras sobre os agricultores e impulsionar a adoção de tecnologias. A estratégia, além de ser uma forma de financiamento, funciona também como uma comunidade de apoiadores que compartilham uma visão em comum para impulsionar a agricultura brasileira. Na busca por simplificar o processo de obtenção de recursos, a iniciativa responde diretamente aos desafios enfrentados pelos pequenos produtores rurais no ecossistema do agronegócio.

Desempenhando papel fundamental na modernização da agricultura brasileira, o número de agtechs (empresas

que desenvolvem soluções tecnológicas para o agronegócio) tem crescido de maneira notável. Já são mais de 1,9 mil startups dedicadas ao setor, investindo em tecnologias como sensores IoT (Internet das Coisas), drones agrícolas e inteligência artificial para otimizar o uso de recursos, melhorar a eficiência operacional e fornecer dados analíticos valiosos. O número é 14,7% maior do que o registrado no mapeamento de 2022, de acordo com levantamento do Radar Agtech – plataforma de mapeamento das Agtechs e Foodtechs brasileiras.

Embora a discussão seja recente, algumas plataformas já estão dedicadas a conectar agricultores a investidores interessados, proporcionando uma via direta para financiar empreendimentos promissores. Essa abordagem descentralizada não apenas democratiza o acesso ao capital, mas também fomenta a inovação ao permitir que projetos encontrem suporte fora dos canais tradicionais.

À medida em que o segmento agropecuário brasileiro abraça a tecnologia, esse é um caminho que se torna um aliado indispensável. Além de fornecer recursos financeiros, o financiamento coletivo inspira uma nova era de colaboração e inovação no campo. O apoio aos agricultores por meio do crowdfunding não apenas impulsiona a produtividade e a sustentabilidade, mas também solidifica o papel vital do setor agropecuário na construção do futuro do Brasil.

(*) Diretora da Associação Brasileira de Fintechs (ABFintechs).

Estratégias de marketing na internacionalização de empresas agrícolas

O Brasil é um dos maiores produtores e exportadores de soja, café, açúcar, carne bovina, e uma série de outros produtos agrícolas essenciais.

Ricardo Martins (*)

Essa capacidade produtiva é impulsionada por fatores como solo fértil, tecnologia agrícola avançada, e um clima favorável que permite a colheita de várias safras ao ano em diferentes regiões do país. A demanda global crescente por alimentos e produtos agrícolas oferece ao Brasil uma oportunidade sem precedentes para expandir sua participação nos mercados internacionais.

Em 2023, o Brasil teve um desempenho notável na exportação de produtos agrícolas, com a carne bovina e o agronegócio em Pernambuco se destacando particularmente. O país exportou carne bovina no valor de mais de 10,541 bilhões de dólares, totalizando 2,28 milhões de toneladas. Destaca-se que o Canadá importou US\$39 milhões em carne bovina brasileira, evidenciando um aumento de 18% em comparação com o ano anterior.

Para tanto, é importante considerar que as estratégias de mídias para os produtores tornam-se aliadas fundamentais nesse processo. Deixo aqui algumas ações que podem ser adotadas por produtores e empresários rurais, de pequeno, médio e grande porte.

1. Presença Digital Fortalecida

No mundo conectado de hoje, é imperativo que os produtores brasileiros estabeleçam uma presença digital sólida. Isso significa ter websites atualizados, com informações detalhadas sobre os produtos, processos de cultivo, certificações de sustentabilidade e práticas agrícolas responsáveis. Uma presença digital robusta ajuda a construir credibilidade e confiança com compradores internacionais.



Eugene_Photo_CANVA

2. Marketing de Conteúdo

Criar e distribuir conteúdo relevante e valioso é uma maneira eficaz de atrair, envolver e gerar valor para o público-alvo. Blogs, vídeos, e posts em redes sociais que destacam a qualidade dos produtos agrícolas brasileiros, inovações em práticas de cultivo sustentável e histórias por trás dos produtores podem capturar o interesse de compradores internacionais e consumidores finais.

3. Redes Sociais e Influenciadores

As redes sociais são ferramentas poderosas para alcançar mercados globais. Usar plataformas como Instagram, Facebook, e LinkedIn para compartilhar insights sobre a produção agrícola pode aumentar a visibilidade. Parcerias com influenciadores digitais e chefs renomados que endossam os produtos brasileiros podem também ampliar o alcance e atração nos mercados internacionais.

4. Plataformas de E-commerce e Marketplaces Digitais

Participar de plataformas de e-commerce e marketplaces digitais especializados em produtos agrícolas

pode abrir portas para novos mercados. Essas plataformas facilitam o acesso direto a compradores internacionais, permitindo que pequenos e médios produtores vendam seus produtos além das fronteiras nacionais.

5. SEO e Publicidade Online

Investir em SEO (Search Engine Optimization) para garantir que os websites e conteúdos digitais apareçam nas pesquisas em diferentes países é crucial. Campanhas de publicidade online direcionadas, usando Google Ads, Facebook Ads, e outras plataformas, podem aumentar significativamente a visibilidade dos produtos brasileiros em mercados específicos.

Assessoria de imprensa

Contar com uma assessoria de imprensa pode auxiliar a ampliar a visibilidade da empresa, através de mídia espontânea seja em veículos tradicionais ou digitais, empresas agrícolas ganham credibilidade, levando a empresa a um nível de referência no mercado, mostrando todo o conhecimento e experiência em seu setor de atuação.

(*) Especialista em agromarketing e CEO da TRIWI.

A importância do diagnóstico da Tuberculose Bovina

Considerada um grande risco para a saúde pública por ser uma zoonose infectocontagiosa de evolução lenta e importância mundial, a tuberculose bovina tem sua maior incidência nos países em desenvolvimento e gera inúmeros prejuízos econômicos aos pecuaristas.

A doença é causada pela bactéria *Mycobacterium bovis*, que pode contaminar o gado pela via respiratória e pode passar para os seres humanos através do contato com as secreções do animal, como fezes, sangue, urina, muco e leite – por meio da ingestão de leite cru ou derivados do leite cru.

“A tuberculose bovina é uma doença cuja manifestação clínica depende da resposta imune do animal, que pode permanecer assintomática por um longo período e se tornar o principal foco de transmissão entre rebanhos e para os humanos. Quando existe a queda de imunidade nestes animais é que é possível observar sinais como tosse seca, dificuldade respiratória e perda de peso acentuada”, explica Marcos Malacco, médico-veterinário gerente de serviços veterinários para bovinos da Ceva Saúde Animal.

Além dos riscos à saúde pública, os impactos econômicos da tuberculose bovina são muito relevantes para a pecuária brasileira. Muitas vezes a doença passa despercebida e é descoberta apenas com achados específicos nos abatedouros, ocasionando a condenação das carcaças e comprometendo a comercialização de produtos de origem animal da propriedade de origem dos animais.

De acordo com Malacco, diagnosticar corretamente a doença nas propriedades é essencial para manter a doença controlada no território nacional. Para isso, o teste deve ser feito por um médico-veterinário credenciado no Serviço Veterinário Oficial da região com a inoculação intradérmica da tuberculina, proteína produzida pela bactéria causadora da doença.

“O custo do teste para o produtor é muito acessível, não vale a pena negligenciar isso. Não existe tratamento ou vacina contra a doença, por isso a única forma de prevenir e controlar a tuberculose bovina é através da realização de testes regulares no rebanho, com o isolamento imediato dos animais positivos ou com teste inconclusivo. A doença é de notificação obrigatória e os animais positivos precisam ser encaminhados ao abate sanitário para evitar que proliferem a bactéria no rebanho e entre humanos”, reforça.

No Brasil, o Programa Nacional de Controle e Erradicação de Brucelose e Tuberculose (PNCEBT) é o responsável, através das secretarias estaduais de defesa agropecuária, a incentivar a realização dos testes e certificação dos rebanhos livres da doença, promovendo um valor agregado para a propriedade e seus produtos de origem animal.

Além do teste regular e descarte dos animais positivos da propriedade, adoção de medidas de biossegurança como o controle da origem de novos animais, isolamento na chegada à propriedade e teste dos animais a serem integrados no rebanho também são essenciais para a sanidade da fazenda.

Como lidar com as consequências imprevisíveis no campo

Em meio às incertezas climáticas que assombram o agronegócio brasileiro, produtores rurais se veem diante de um desafio constante: como lidar com as consequências imprevisíveis do clima sobre suas safras. Romário Alves, CEO e Fundador da Sonhagro, empresa dedicada a auxiliar produtores no processo de obtenção de benefícios relacionados à frustração de safra, destaca a importância de estar preparado para enfrentar esses desafios.

“A atividade agrícola é arriscada e, mesmo tomando todas as precauções necessárias, o clima pode causar perdas significativas”, afirma Alves. Nesse contexto, ele ressalta que é essencial que os produtores estejam cientes de seus direitos e saibam como comprovar os danos causados por eventos climáticos extremos.

Segundo o especialista, para obter o benefício de frustração de safra relacionado ao crédito rural, o produtor precisa seguir uma série de procedimentos que comprovem tanto a causa quanto as perdas da colheita. Entre as medidas recomendadas estão a confirmação da razão da frustração da safra, que inclui a coleta de materiais publicados em notícias sobre problemas climáticos na região, além dos decretos de calamidade eventualmente emitidos pelo Poder Executivo Municipal.



Outra medida importante é a comprovação das perdas da safra. Alves sugere várias ações, como obter fotos e vídeos diários da propriedade rural e da plantação, solicitar imagens de satélite que demonstrem as áreas afetadas, elaborar laudos minuciosos sobre as perdas em conjunto com um responsável técnico, entre outros passos.

“É importante que o produtor esteja bem documentado e acompanhe de perto todo o processo de comprovação das perdas”, destaca Romário. Ele ressalta a importância de apresentar as evidências

diretamente às instituições financeiras, juntamente com um pedido de prorrogação das operações de crédito rural antes do vencimento dos títulos, baseado em um cronograma de pagamento realista e na capacidade financeira do produtor.

Diante dos desafios impostos pelos eventos climáticos extremos, a orientação de uma empresa especializada como a Sonhagro, assume uma importância primordial para que os produtores rurais possam assegurar seus direitos e manter a estabilidade econômica de suas atividades.

Marca mineira aposta em assinaturas para difundir o consumo de cafés especiais no Brasil

A Coffee Mais, marca mineira de cafés, tem apostado em clube de assinaturas para difundir o consumo de cafés especiais no Brasil. A companhia, que nasceu durante a pandemia da Covid-19, tem clientes na recorrência nos principais cantos do país: São Paulo (32%), Minas Gerais (12%), Rio de Janeiro (11%) e Rio Grande do Sul (10%).

Para 2024, a empresa busca pela retenção e aquisição de novos clientes, visando um crescimento de 60% no número de assinantes até o final do ano.

Segundo Tiago Alvisi, Diretor de E-commerce da Coffee Mais, ter um clube de assinaturas é algo que está alinhado com o propósito da empresa: fidelizar os clientes

que tomam os cafés especiais de forma recorrente. Para impulsionar e consolidar o negócio no digital, a companhia tem se associado a parceiros estratégicos, como a PagBrasil, detentora do PagStream®, plataforma de gestão inteligente de assinaturas que atende às necessidades específicas do mercado brasileiro.