

INOVACAO

Volta ao mundo no universo da Arena Agrodigital



RAMIRO SANCHEZ/ESPECIAL/JC

Área voltada à inovação debateu tendências e abordagens de diferentes mercados e sua relação com o agro nacional

Espaço de múltiplas tecnologias mostrou alternativas, destaques e desafios ao produtor brasileiro durante a Expodireto Cotrijal

A terceira edição da Arena Agrodigital na Expodireto Cotrijal mostrou diversidade de temas, abordagens sobre diferentes mercados e suas relações com o agro brasileiro. Durante os cinco dias do evento, um passeio pelo cenário e as tendências tecnológicas do setor no País, um sobrevoo sobre o ecossistema agro inovador de Israel, uma abordagem sobre a importância do empoderamento do homem sobre as tecnologias e os conceitos de inovação e sustentabilidade na agricultura europeia contemporânea foram apresentados por especialistas a diferentes perfis de público.

Um dos mais instigantes momentos da programação naquele espaço aconteceu na quinta-feira, abordando

a relação comercial Brasil-China no agronegócio e os potenciais de exploração nessa parceria. Mediado pela diretora executiva da Vallya Agro, Larissa Wachholz, o painel "Como alimentar a China? O papel do Brasil" contou ainda com a participação da diplomata Letícia Frazão Leme, diretamente da embaixada brasileira em Pequim, e do coordenador de Análise de Mercado da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), Ulisses Pimenta, ambos por videoconferência.

Com 9,5 milhões de quilômetros quadrados, 1,4 bilhão de habitantes e apenas 8% de suas terras agricultáveis, o maior parceiro comercial do Brasil no agronegócio produz 95% dos grãos que consome. E isso desperta um alerta e um desafio, diz Larissa.

"A China depende tanto da nossa soja quanto pensamos? Não! É importante diversificarmos os itens que exportamos, identificando nichos de maior valor agregado e nos apresentando ao mercado como produtores diferenciados. Não nos cabe ficar

acomodados na posição em que já estamos nessa relação. Pois ela pode mudar", disse a especialista, que por dois anos chefiou o Núcleo China do Ministério da Agricultura.

Algumas das possibilidades, acrescentou Larissa, seriam os produtos de baixa emissão de carbono, como soja, carne e leite, para os quais já temos expertise, estrutura e potencial. "São produtos que já se encontram à venda nos supermercados de alto padrão na China. Produzidos lá e vendidos por preços altíssimos, destinados a um público bastante segmentado dos centros urbanos, cujo poder aquisitivo cresceu e demanda proteína animal de qualidade".

Maior produtor agrícola do mundo, apesar das limitações, a segurança alimentar é pauta obrigatória para uma população que responde por 20% dos habitantes do planeta. Por isso, a atenção do Brasil a esse mercado merece atenção especial. A China é o nosso principal cliente, e um terço das exportações brasileiras têm Pequim como destino.

Parceria entre Brasil e China esteve no centro das conversas

A China absorve 68% da soja e 72% da carne bovina exportadas pelo Brasil. Por outro lado, nossa produção representa apenas 60% da oleaginosa importada por eles. E, no mercado de carne bovina, nossa participação é de 44%. "Essa relação não diz que a China seja dependente do Brasil. Eles estão sempre em busca de novos fornecedores de grãos e oleaginosas, para garantir sua segurança alimentar. Afinal, quanto mais fornecedores, menor meu risco de ficar sem produto. Por isso, o Brasil também não deve e não pode depender da China para escoar sua produção. Precisamos ir ao mercado, vender mais do que já temos de bom e agregar diferentes produtos", pontuou a diplomata Letícia Leme.

A fala foi reforçada pelo analista da Apex-Brasil Ulisses Pimenta. Segundo ele, se no agronegócio somos o principal fornecedor chinês, com 22% daquele mercado, o desafio agora é crescer na pauta de valor agregado.

"Mas essa diversificação não é tão simples, justamente porque há

outros players que concorrem com a produção nacional e que já têm acordos comerciais firmados com aquele país asiático. Ainda assim, o Brasil se mostra competitivo em produtos como a carne bovina, cuja taxa de exportação é de 12%, assim como para os australianos, que também fornecem para a China", afirmou Pimenta.

Ainda na parte da tarde, no painel "China - a fronteira tecnológica do agro chinês: inovação e sustentabilidade", mostrou que já existe colaboração em pesquisa e desenvolvimento daquele país com o Brasil nas áreas de sustentabilidade e agricultura. Empresas chinesas da área de produção de energia renovável estão olhando para o fertilizante verde. E startups brasileiras que fazem a ponte contrária, levando pesquisa feita aqui para buscar desenvolver seus produtos no mercado chinês, com investimento chinês, participando de rodadas de captação com investidores chineses e, ao mesmo tempo, adequando suas tecnologias para o uso naquele mercado.



RAMIRO SANCHEZ/ESPECIAL/JC

Larissa participou do painel sobre o papel do Brasil enquanto exportador para a China



EXPODIRETO COTRIJAL / DIVULGAÇÃO/JC

Painel Mulher, Inovação e Tecnologia foi marcado por um descontraído bate-papo

Liderança feminina no agro em meio à tecnologia foi tema de palestra

Na quarta-feira passada, Dia Internacional da Mulher, a Arena Agrodigital foi palco de um painel que tratou sobre liderança feminina e sucessão familiar em meio à tecnologia e inovação. O evento abordou o protagonismo delas no campo a partir de uma troca de experiência entre debatedoras de diferentes segmentos. As informações foram divulgadas pela assessoria de imprensa da Expodireto Cotrijal.

O painel, mediado pela apresentadora do Canal Campo Batom, Ales-

sandra Farina Bergmann, contou com a presença das painelistas Alessandra Nishimura, conselheira membro do Grupo Jacto; Camilla Telles, produtora rural e agroinfluencer; e Soha Chabrawi, analista senior na Fambras Halal.

As participantes defenderam o incentivo às mulheres a permanecerem no campo e falaram da conquista do espaço no mercado de trabalho, apesar do acúmulo de funções. "É muito importante darmos espaço cada vez mais para as mulheres e mostrar ca-

ses positivos para incentivá-las, principalmente essa nova geração que está chegando. É preciso tornar o agro cada vez mais atrativo e mostrar que tem muita coisa legal para fazer", comentou Camilla.

"A mulher acumula a função de mãe, esposa, dona de casa e de trabalhar fora. A gente precisa repensar essa forma de como a mulher acabou acumulando tudo isso e ter, de fato, um apoio do seu companheiro, da sua família", refletiu Soya.