



Além da edição impressa, as notícias do Agronegócio são publicadas diariamente no site do JC. Aponte a câmera do celular para o QR Code e acesse.
www.jornaldocomercio.com/agro



Abiarroz lança campanha para incentivar consumo

Slogan reforça a versatilidade do arroz em momento de queda das cotações devido à grande oferta global

Claudio Medaglia
claudiom@jcrs.com.br

A Associação Brasileira da Indústria do Arroz (Abiarroz) lança nesta segunda-feira a campanha nacional “Arroz Combina”, com o objetivo de promover o consumo do grão, exaltar a qualidade do arroz brasileiro e combater desinformações disseminadas nas redes sociais.

Estão previstos o lançamento de um site dedicado ao projeto, parcerias com influenciadores digitais e conteúdos educativos voltados ao público online.

Entre os influenciadores contratados estão os biólogos Átila Iamarino e Mari Krüger, nutricionistas, chefs de cozinha e criadores de conteúdo fitness e culinário, que vão produzir materiais digitais conectando o arroz a hábitos saudáveis, receitas e curiosidades sobre o alimento.

Os conteúdos podem ser conferidos no site oficial da campanha (arrozcombina.com), e nas redes sociais (Facebook e Instagram) da entidade. “Lançamos a campanha para reforçar a valorização do arroz brasileiro e da cadeia orizícola. Com ações educativas e engajamento nas redes, queremos fortalecer a conexão afetiva e cultural da população com um dos pilares da culinária nacional”, afirma o presidente da Abiarroz, Renato Franzner.

Segundo a diretora-executiva da entidade, Andressa Silva, o movimento é uma resposta direta ao momento desafiador enfrentado pelo setor, marca-

do por desinformação e queda de preços.

“Vivemos um cenário em que circulam muitas informações equivocadas sobre o produto, seu valor nutricional e sua presença no dia a dia. A campanha busca mostrar que o arroz brasileiro é saudável, versátil e produzido com alta qualidade, respeitando normas ambientais e sociais rigorosas”, explica.

Gestada há cerca de um ano, em um momento de preços altos, a campanha ganha ainda mais relevância no atual contexto da cadeia orizícola. Isso porque a situação começou a se alterar no início de 2025, com uma grande oferta global do cereal no mercado, incluindo o retorno da Índia às exportações e a forte produção nos países do Mercosul.

Desde então, os preços pagos ao produtor no final de 2024, de até R\$ 120 a saca, caíram vertiginosamente, chegando agora até abaixo do mínimo de R\$ 63,64 estabelecido pelo governo federal. Diante deste contexto, o setor produtivo tem buscado sucessivos apoios da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab).

A estatal já promoveu leilões de Contratos de Opção de Venda (COV) e anunciou, na semana passada, a antecipação de R\$ 300 milhões previstos para a safra 2025/2026 para operações de AGF, PEP e Pepro, em socorro à cadeia produtiva. Ao todo, a companhia projeta apoiar a movimentação de cerca de 800 mil toneladas. Os objetivos das ações são reequilibrar os preços



Proposta é fortalecer a conexão afetiva e cultural da população com um dos pilares da culinária nacional

de mercado, escoar o excedente da safra de arroz e garantir renda mínima aos produtores.... - Ainda assim, o impacto da crise no mercado interno deve afetar a próxima safra. Em um movimento de defesa da viabilidade econômica, produtores sinalizam redução na área plantada - a Conab acredita em cerca de 5%, enquanto a Federação das Associações de Arrozeiros do Rio Grande do Sul (Federarroz) aponta que 15% seriam o ideal - e no nível de tecnificação aplicado nas lavouras.

Se confirmado, o movimento deve provocar queda de produtividade e no volume colhido

no próximo ano. A expectativa é, assim, enxugar o mercado e recuperar cotações acima dos R\$ 80 por saca, valor mínimo para cobrir os custos de produção, conforme o líder arrozeiro Denis Dias Nunes. Embora a Federarroz alerte para um viés de queda efetiva do consumo interno nos últimos anos, a Conab indica estabilidade, com 10,5 milhões de toneladas ao ano.

A estatal pretende estimular a produção, provocando o setor para olhar à frente e buscar aumentar as exportações. Para Andressa, a valorização do produto no mercado interno é tão importante quanto o es-

forço para abrir novos destinos externos. Ela destaca que, por meio do projeto Brazilian Rice, em parceria com a ApexBrasil, a Abiarroz vem atuando na promoção das exportações e na consolidação da imagem do cereal brasileiro no mundo.

“Nosso arroz é reconhecido pela qualidade e segurança alimentar, mas ainda enfrentamos barreiras comerciais e desvantagens tarifárias em alguns mercados, especialmente nos Estados Unidos”, observa. “Por isso, fortalecer a percepção positiva do produto dentro e fora do País é estratégico para toda a cadeia.”

Cereal tem grande importância econômica e cultural

TÂNIA MEINERZ/JC



Brasil é o maior produtor de arroz fora do continente asiático

Apontado pela cadeia como item fundamental para a segurança alimentar, o arroz está presente na dieta brasileira em todo o Brasil. Além de integrar receitas típicas, o cereal representa, conforme a Abiarroz, sustento para milhares de produtores rurais, que colocam o País como maior produtor fora do continente asiático. Com padrão de qualidade reconhecido internacionalmente, o grão brasileiro chega a mais de 100 países, consolidando sua presença no mercado de exportação.

O slogan “Arroz Combina” destaca a versatilidade do produ-

to, seu papel em momentos marcantes à mesa, sua importância como alimento saudável e energético, e seu vínculo com a agricultura nacional. A campanha, com previsão de duração de um ano, é financiada pelo Fundarroz - Fundo de Promoção, Pesquisa, Inovação e Incentivo ao Consumo de Arroz - e conta com patrocínio de diversos stakeholders do setor.

“Queremos que o consumidor se reconecte com o arroz brasileiro, perceba sua contribuição para a cultura alimentar e entenda que escolher arroz nacional é também apoiar milhares de famílias e empregos

diretos e indiretos”, completa a diretora-executiva da Abiarroz, Andressa Silva.

Fundada em 2009, a Abiarroz representa indústrias e cooperativas de arroz em diversas regiões do Brasil, responsáveis por cerca de 70% do arroz beneficiado no País. Por meio do projeto Brazilian Rice, atua na abertura de mercados internacionais e na promoção da imagem do arroz brasileiro, além de desenvolver ações voltadas à sustentabilidade da atividade industrial e à interlocução junto a entidades governamentais.