

## EDUCAÇÃO

## SEU PAPEL NO AGRONEGÓCIO

PLINIO M. NASTARI

Presidente da DATAGRO Consultoria, tendo sido responsável pelos estudos econômicos que deram suporte aos contenciosos de açúcar, bananas e pneus na Organização Mundial do Comércio (OMC)

O AGRONEGÓCIO é reconhecido como uma das mais eficientes alavancas de promoção de desenvolvimento econômico. Para o Brasil, em particular, que tem abundância em terras férteis e mão de obra capacitada na agricultura, mas tem escassez de capital, o agronegócio é setor econômico-chave para o crescimento e o desenvolvimento econômico e social. O efeito multiplicador da renda gerada neste setor é estimado em doze a quatorze vezes, tendo sido responsável pelo surgimento de vários polos regionais de desenvolvimento. É com esse pano de fundo que, num mundo cada vez mais competitivo e de informações integradas, a educação do produtor e do consumidor passou a ser o grande instrumento para facilitar o acesso a mercados, garantir a geração de valor, atender exigências cada vez mais intensas e específicas dos consumidores e aumentar sua capacidade de atribuir e discriminar valor para os produtos disponíveis no mercado.

A educação do produtor passou a ser fundamental para disseminar tecnologias mais avançadas e modernas de produção e evitar ou corrigir desvios e problemas causados pelo clima ou pelo uso de práticas inadequadas. Também se mostra fundamental para capacitá-lo a atender padrões mais exigentes na geração, no armazenamento e no transporte de produtos agrícolas e, no limite, permitir a intensificação de práticas voltadas ao uso sustentável de recursos naturais finitos, como a fertilidade dos solos, a água, a preservação da biodiversidade, a rastreabilidade, a denominação de origem e padrões avançados de sanidades vegetal e animal.

Existem vários exemplos nos mercados de leite, café, açúcar, cereais, soja, milho, produção de carnes branca e vermelha em que a produção gerada

segundo critérios considerados avançados permite ao produtor ter acesso a preços mais altos e assegurar demanda garantida para a sua produção. Um exemplo é o caso do leite produzido para o abastecimento de plantas de leite em pó, em que o produtor que atende aos quesitos de qualidade e sanidade recebe prêmio de 40% a 50% sobre aquele auferido no mercado convencional.

A educação do produtor começa pela base. É preciso formar um contingente cada vez maior de mão de obra capaz de entender novas práticas e aplicar novas tecnologias disponibilizadas num ritmo crescente por um grande contingente de pesquisadores, universidades e institutos de pesquisa públicos e privados. Grandes empresas globais investem um percentual elevado, muitas vezes superior a 10%, de seu faturamento no desenvolvimento de novas tecnologias. É esse processo que tem permitido a contínua evolução da produtividade agrícola. No meio-oeste dos Estados Unidos, desde a década de 1940, a produtividade do milho cresceu de cerca de 40 *bushels* por acre para os atuais 173 *bushels* por acre<sup>1</sup>. O Brasil está no mesmo caminho, com a vantagem de poder produzir duas safras por ano – soja e milho. Estar preparado para absorver essas evoluções tecnológicas faz toda a diferença para a sobrevivência num mercado competitivo.

Iniciativas voltadas à formação de mão de obra para a agricultura são raras, apesar de muito relevantes e de grande impacto econômico e social. Por esse motivo, deve ser reconhecido o meritório, e silencioso, trabalho realizado há décadas por iniciativas como a da Fundação Bradesco na Escola de Bodoquena, em Miranda, no Mato Grosso do Sul, e na Ilha do Bananal, no Tocantins.

Um outro vetor igualmente relevante da educação no agronegócio é aquele voltado ao consumidor, para que possa reconhecer a diferenciação e valorizar adequadamente o produto que é colocado à sua disposição. Um grão de soja ou de milho embute uma carga tecnológica muito grande. Ainda são poucos os consumidores que reconhecem que o etanol hidratado produzido a partir da cana no Brasil, considerado avançado no exterior e distribuído numa rede de postos de revenda de abrangência continental no Brasil, é uma das opções de combustível para mobilidade mais modernas e ambientalmente sustentáveis dentre as desenvolvidas em todo o mundo – mais avançada até do que a dos carros elétricos, quando se avalia a origem da eletricidade para estes, muitas vezes advinda da queima de combustível fóssil.

Na primeira semana de julho, foi realizada em São Paulo mais uma edição do Global Agribusiness Forum, evento que discutiu novos rumos e o futuro da agropecuária e do agronegócio em escala global. Um de seus temas centrais foi a importância da educação do produtor e do consumidor para a geração e o reconhecimento de valor nos diferentes elos da cadeia do agronegócio. Essa será uma das mais importantes alavancas de expansão e acesso a mercados de produtos agrícolas em todo o mundo. ■

1 Um *bushel* de milho equivale a 56 libras, ou 25,40 kg. Uma saca de milho pesa 60 kg, ou 2,36210 *bushels*. Cada *bushel*/acre equivale a 62,77 kg/ha. 173 *bushels* por acre equivalem a 10,86 toneladas métricas por hectare, ou 181 sacas de 60 kg por hectare.

## TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO PARA AGREGAÇÃO DE VALOR

Na era da informação, os consumidores estão cada vez mais interessados em reconhecer, e valorizar, o conhecimento sobre a origem, a prática empregada na geração primária e sua transformação, até sua disponibilização na gôndola. Ferramentas como códigos de barra e *QR codes* têm sido usadas de forma crescente para transmitir esse tipo de informação ou atributos. Desenvolveu-se, assim, um novo mercado de informação e discriminação de produtos, com uma enorme capacidade de gerar novos empregos de qualidade e novas formas de criar valor. Mas, para que isso funcione, é preciso informar o consumidor, para que valorize o produto que atende a critérios que considere superiores.

