



Os grandes desafios e as novas perspectivas foram a tônica do primeiro dia de palestras e salas temáticas do evento

13º CONGRESSO BRASILEIRO DO ALGODÃO

TEMA: ALGODÃO BRASILEIRO – DESAFIOS E PERSPECTIVAS NO NOVO CENÁRIO MUNDIAL



**CONGRESSO
BRASILEIRO
DO ALGODÃO**
16 a 18 de agosto de 2022
Salvador - Bahia

A Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) realizou a 13ª edição do Congresso Brasileiro do Algodão (CBA) neste ano. Considerado o maior evento da cotonicultura nacional, de programação diversificada, reuniu 2.500 congressistas e aproximadamente 4 mil participantes de 16 a 18 de agosto último, no Centro de Convenções de Salvador (na Bahia). Nesse encontro, a cadeia produtiva da pluma discutiu as demandas do mercado algodoeiro no Brasil e no mundo, envolvendo cerca de 121 palestrantes.

CERIMÔNIA DE ABERTURA

PARA RESSALTAR a força da pluma brasileira, o presidente da Abrapa, Júlio Busato disse “estar feliz em rever os congressistas. Há muito tempo, deixamos de ser um simples mercado de oportunidades e nos tornamos supridores ao oferecer algodão sustentável, qualificado, com rastreabilidade, escala e constância”. Enfatizou, ainda, que “temos produto de importância socioeconômica para o Brasil garantir um lugar privilegiado no cenário internacional”.

Quarto produtor mundial de algodão, o Brasil tem a meta de se colocar no topo do *ranking* internacional de exportação da pluma até 2030. Os maiores produtores são a Índia, a China

e os Estados Unidos. Cerca de 63% do algodão é produzido em segunda safra; 93% em sequeiro, sendo 42% da pluma no mundo licenciada pela Better Cotton Initiative (BCI) e 84% certificada pelo programa Algodão Brasileiro Responsável (ABR). O Brasil é o único no mundo que certifica as unidades de beneficiamento: das 266 usinas no País, 30% estavam certificadas em 2021.

O ministro do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Marcos Montes, destacou o agro como um segmento impulsionador da economia brasileira. “Sempre fomos de olhar para frente. O agronegócio

respondeu, reagiu e se comprometeu com o nosso futuro. Com liberdade para produzir, o País será, em dez anos, o maior exportador mundial de algodão”, disse Montes. Deixando a sua mensagem de confiança, declarou: “você estarão conosco como os responsáveis por nos colocarmos como um país protagonista no cenário mundial”.

Do governo da Bahia, o secretário da Agricultura, Pecuária, Irrigação, Pesca e Aquicultura, Leonardo Bandeira, salientou a hora de expandir tecnologia e estabelecer planejamentos da matéria-prima até alcançar mercados. “Como o agro, o algodão não parou, mesmo com as dificuldades da pandemia. Na Bahia, apoiamos a cotonicultura pela sua importância econômica e social”, afirmou.

PLENÁRIA MASTER 1: OS DESAFIOS E AS PERSPECTIVAS DO ALGODÃO BRASILEIRO – A EVOLUÇÃO DO SETOR NAS DUAS ÚLTIMAS DÉCADAS

Miguel Faus, presidente da Associação Nacional dos Exportadores de Algodão (ANEA), destacou “o fato de continuarmos a consolidar a pluma brasileira nos principais mercados consumidores como um produto de qualidade, competitividade elevada, regularidade no fornecimento e preço favorável”. Ponderou, ainda, que, “apesar dos problemas com a logística e a recessão econômica, precisamos recuperar o mercado perdido para as fibras sintéticas e assumir liderança na exportação”.

Fernando Pimentel, presidente da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), alertou que “a principal matéria-prima transformada em território nacional, o cenário

A diretora de Agricultura da Organização Mundial do Comércio (OMC), Marième Fall, pontuou que “a OMC supervisiona o comércio internacional do algodão em função das diversas populações ligadas ao setor no mundo. Restabelecemos os níveis de igualdade comercial para garantir benefícios aos produtores”.

O embaixador Ruy Carlos Pereira, diretor da Agência Brasileira de Cooperação (ABC), responsável pelo recebimento dos serviços técnicos prestados por países desenvolvidos, enalteceu a cotonicultura nacional: “Nesse avanço produtivo importante para a economia brasileira, esforçamo-nos para o Brasil assumir uma posição além-fronteiras, de relevância cada vez maior”.

mundial impactado pela guerra e o aumento no preço dos insumos podem afetar o crescimento do setor”. Completou declarando que “as perspectivas serão animadoras quando os acordos internacionais de comércio entrarem em efetiva operação e a reforma tributária reequilibrar o preço pago pela indústria”.

Incentivador do setor produtivo, o presidente da Abrapa, Júlio Busato, lembrou “a surpresa do mercado internacional com a retomada da cotonicultura brasileira nos últimos vinte anos”. Concluiu com a seguinte reflexão: “Queremos tornar o Brasil o maior produtor e exportador mundial de algodão, mas temos um enorme dever com a logística. A nossa perspectiva futura é disputar o mercado com os Estados Unidos, que são de uma extrema organização”.

A plenária foi mediada por Marcos Fava, professor e sócio-fundador do Markestrat Group, que afirmou que “a cadeia produtiva de algodão brasileira se supera, com aprendizados que deram destaque mundial ao País, obtendo excelência desde a matéria-prima até a entrega do produto final ao consumidor”. Para arrematar a sua participação, declarou: “Assim, a cotonicultura se mantém integrada e as perspectivas de produção da cadeia melhoram. Por isso, os produtores devem caminhar juntos para seguir mais fortemente na produção e na exportação de algodão”.



Fernando Pimentel, presidente da Abit, falou sobre desafios e possibilidades para o algodão nacional alcançar o topo do ranking de exportação

PLENÁRIA MASTER 2: OS DESAFIOS E AS PERSPECTIVAS DO ALGODÃO BRASILEIRO NO CENÁRIO MUNDIAL

Marcos Jank, pesquisador e professor sênior de agronegócio global do Insper, chamou a atenção para o fato de que, “apesar das turbulências e das incertezas vividas no mercado internacional, as perspectivas são otimistas. O Brasil cresce quase 10% ao ano em produtividade e ocupa o segundo lugar no *ranking* mundial de exportações de algodão, com grande parte da produção sendo voltada para a Ásia”.

O momento pós-pandemia pode ser de oportunidades, visto que o agronegócio explodiu em crescimento com preços no maior nível da história. Na opinião de Jank, “os fatores desse crescimento também são o aumento da demanda global, em especial na Ásia e na China, o impacto da peste suína, os estoques mundiais baixos e a desvalorização cambial”.

O grande fenômeno dessa década será o avanço da agricultura na área de pastagem, onde o Brasil possui 160 milhões de hectares a serem utilizados. “Falamos de um sistema integrado capaz de fazer mais de um ciclo agrícola. É a dádiva do trópico.

Temos potencial de intensificar a pecuária e ampliar a segunda safra”, acredita.

O palestrante destacou, ainda, que o segmento deve estar atento à inflação de alimentos, à perda do poder aquisitivo pós-pandemia de COVID-19, aos custos altos de insumos e às mudanças climáticas, entre outros. Como desafios do algodão brasileiro no mundo, Jank frisou a competição com fibras artificiais, além da necessidade de desenvolver e defender mercados. Ele sinaliza que “a grande meta para 2030 é a consolidação do Brasil como o grande exportador mundial de algodão”.

Para finalizar, o professor salientou o foco do trabalho na Ásia, o destino de mais de 90% das exportações, com investimento na produtividade da segunda safra. A ampliação do *market share* nos mercados-destino, com estratégias individuais customizadas e acordos comerciais entre os governos da China, da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN, na sigla em inglês) e do Sul da Ásia.

PLENÁRIAS MASTERS 3 E 4: OS DESAFIOS E AS PERSPECTIVAS DE DISRUPÇÃO E INOVAÇÃO

Head de Inovação da StartSe, escola de negócios do Brasil e presente nos polos tecnológicos de Israel, Estados Unidos e China, Cristiano Kruehl falou sobre a disrupção e a inovação nos negócios no dia a dia do agro: enquanto a primeira acelera a obsolescência, a segunda se torna um imperativo.

Para Kruehl, “a intenção é entender como aumentar a habilidade de perceber, decodificar e se antecipar aos riscos e benefícios das mudanças cada vez mais aceleradas. Somos forçados a reaprender a criar e gerir negócios”. O palestrante explicou que “dados e exemplos do novo modelo de negócios mostram a velocidade que as empresas tradicionais precisam adotar para acompanhar a evolução da tecnologia”.

No desafio do olhar crítico para simplificar a cadeia produtiva, para Kruehl, “é preciso desenvolver e entregar possibilidades, pois a disrupção e a inovação vêm de conhecer e aprender coisas novas que os outros não aprenderam”. No seu raciocínio, o impacto dessas transformações causadas pelas tecnologias dá-se na gestão. As rupturas mudariam a forma de as pessoas e as empresas trabalharem, fazerem negócios e ganharem dinheiro.

Portanto, segundo o palestrante, se as empresas não mudarem o jeito de inovar, correm o risco de ficar obsoletas. Enquanto as profissões enfrentarão mudanças, o mercado se transformará. “Como a COVID-19 acelerou o processo de disrupção, a noção de tempo e espaço ganhou na nova dinâmica de conhecimento, em que todos os setores sofrem impactos”, esclareceu Kruehl.



PLENÁRIA MASTER 6: METAVERSO E INTERAÇÕES HUMANAS

O fator humano nos novos negócios possibilita desenhar sistemas, criar mundos e experimentar modelos disruptivos e inovadores em cenários virtuais. Essas perspectivas fazem parte de uma realidade chamada “metaverso”, terminologia utilizada para indicar um tipo de mundo virtual que tenta replicar a

realidade por meio de dispositivos digitais. Esse tema foi apresentado por Dante Freitas, professor da SingularityU Brazil.

Os dois lados, seja a tecnologia, seja o fator humano, serão o protagonista de uma nova era em que o metaverso alterará o modo digital e a experiência humana. Será preciso entender como o ser humano apropriar-se-á e fará uso da tecnologia. “A nova era da internet não é sobre *software* e *hardware*, mas sobre *‘humanware’*. É uma mescla de tecnologia nativa humana com *software* de máxima tecnologia. Passaremos de uma fase pautada no produto e no serviço para interações e melhoria do negócio”, declarou Freitas.

No Brasil, apenas 11% da área produtiva tem cobertura 4G. Para acompanhar as transformações digitais, caberá um trabalho coletivo para reverter esse número. A tendência é de o *e-commerce* evoluir para o comércio dentro do metaverso.



Plenária no Centro de Convenções de Salvador, onde ocorreu o evento

O 13º CBA INCLUIU 24 PAINÉIS, QUE FORAM APRESENTADOS EM SALAS TEMÁTICAS ENTRE 16 E 17 DE AGOSTO

DA PRODUÇÃO AO CONSUMIDOR FINAL, COMO O USO DA TECNOLOGIA MODERNIZOU A CADEIA PRODUTIVA

Mais exigente, o consumidor deseja saber de onde vem a matéria-prima das roupas que usa e como foi transformada numa peça. Com base em exemplos realizados no Brasil, por meio do uso da tecnologia e da organização da cadeia têxtil, é possível mostrar como a rastreabilidade completa pode entregar informações da produção ao consumidor final.

Alexandre Carvalho, gestor de Tecnologia da Informação da Bom Futuro Agrícola Ltda., apresentou as soluções usadas no ambiente agrícola, como o método automático de identificação por radiofrequência (ou *radio-frequency identification* – RFID). A leitura a distância e rápida dos lotes nos rolos de algodão agiliza processos e dá assertividade à geolocalização. “A tecnologia é bem-vinda se traz resultados para o negócio”, afirmou.

Marcio Portocarrero, diretor-executivo da Abrapa, discorreu, por sua vez, sobre os programas e as ações geridos pela entidade em favor da cotonicultura brasileira, como o Algodão Brasileiro Responsável (ABR) – certificação brasileira para

unidades produtivas de algodão – e o ABR-UBA – voltado às unidades de beneficiamento. O diretor versou, ainda, sobre a certificação de conformidade oficial do algodão brasileiro. Destacou ser um grande passo para criar um ambiente favorável ao crescimento do setor. “Assim, teremos o nosso *blue card* brasileiro, tendo como referência a chancela americana



Programas e ações geridos pela Abrapa em favor da cotonicultura brasileira

denominada *green card*”, explicou Portocarrero. A Abrapa e o MAPA trabalharam juntos para estruturar e implantar a certificação de conformidade oficial do algodão brasileiro.

Silmara Ferraresi, assessora da Presidência da Abrapa, apresentou as ações e os programas de rastreabilidade da entidade desde a fibra da lavoura até a etiqueta da roupa. Esse trabalho permanente agrega valor ao algodão brasileiro. Ainda neste ano, será lançada a plataforma para consulta da rastreabilidade em lotes do cliente. Esse avanço permitiu

firmar parcerias com a indústria da moda, como a Renner e a Reserva, na entrega de rastreabilidade do algodão com certificação socioambiental.

Integrante da Comissão Científica e Julgadora do 13º CBA, constituída por acadêmicos e técnicos nomeados pela Abrapa, Carlos Alberto Moresco apontou que, “cada vez mais, o consumidor exige informações do mercado. A Abrapa oferece a rastreabilidade completa ao mercado nacional, da semente até a prateleira da loja”.

OPORTUNIDADES DO MERCADO DE CARBONO PARA O ALGODÃO BRASILEIRO

As emissões globais de gases do efeito estufa (GEE) cresceram 53% nos últimos trinta anos, sendo que o CO₂ representa 74% das emissões, apesar de menos nocivo. Há preocupação dos governos com as mudanças climáticas que tendem a se acentuar.

No âmbito internacional, em 2019, enquanto a China, os EUA, a Índia e a Europa representaram metade das emissões globais, os dez maiores países participaram com 65% do total. A China possui o maior valor de emissões totais, e os Estados Unidos, o maior valor *per capita*. O Brasil é considerado o sétimo maior, com 2,9% das emissões.

Em termos agropecuários, os indianos e os chineses são os maiores emissores, seguidos pelos brasileiros, que ficam em terceiro lugar na classificação. Esse foi o panorama apresentado pelo vice-presidente da Abrapa, Alexandre Schenkel, para responder à questão “O mercado de carbono é uma oportunidade para o algodão brasileiro?”.

O Brasil precisa evoluir mais no tema e se adequar às metodologias de aceitação internacional. O governo federal está analisando a implementação do Mercado Brasileiro de Redução de Emissões (MBRE) para regular a compra e a venda de créditos de carbono no País.

O Ministério do Meio Ambiente (MMA) já estabeleceu procedimentos para a elaboração dos Planos Setoriais de Mitigação das Mudanças Climáticas e o Sistema Nacional de Redução de Emissões de Gases de Efeito Estufa para atingir a Contribuição Nacionalmente Determinada (NDC, na sigla em inglês), compromisso do Brasil firmado durante a 21ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança Climática (COP-21/UNFCCC, também em inglês), com o Acordo de Paris, em 2015.

“Hoje, o consumidor preocupa-se com as formas de produção e os rastros deixados pelo produto no meio ambiente para as futuras gerações. Por isso, a pegada de carbono será o fator de impacto no momento da compra dos produtos”, completou Schenkel.

Para Cimélio Bayer, professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), as técnicas de conservação do solo refletirão na produtividade das culturas e determinarão o acúmulo de carbono. “Com amostragem e manejo do solo e plantio direto, o produtor comercializará os créditos de carbono com ganhos agrônômicos e rentabilidade para agregar valor aos produtos agrícolas”, afirmou.

Fábio Passos, diretor de Negócios de Carbono da Bayer, apresentou *cases* de fazendas. O programa PRO Carbono estimula sistemas de produção na agricultura que



Alexandre Schenkel participando do painel que discutiu o mercado de carbono

contribuam para a redução das emissões com metodologia adequada ao clima tropical. Segundo Passos, “para termos um produto melhor na cotonicultura, não basta olhar a quantidade de carbono gerado na lavoura, mas sim o sistema de produção adotado”. Mais de 90% das empresas

listadas em bolsas de valores possuem compromisso com a redução de emissões de carbono, seguindo tendências de consumo de preocupação com as questões ambientais de sustentabilidade.

CINCO WORKSHOPS MOVIMENTARAM AS ATIVIDADES NO TERCEIRO E ÚLTIMO DIA DO 13º CBA. ENTRE ELES, O QUE TRATOU DA BUSCA POR MAIOR EFICIÊNCIA NO USO DE ADUBAÇÃO

BUSCA POR MAIOR EFICIÊNCIA NO USO DE ADUBAÇÃO ATRAI PÚBLICO

Um dos *workshops* mais concorridos no 13º CBA abordou o tema “Adubação de sistemas de produção como ferramenta para aumento de eficiência produtiva”, sob coordenação de Ana Luíza Borin, pesquisadora da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), membro do Comitê Científico do CBA e especialista em fertilidade química do solo, nutrição de plantas e adubação de sistemas de produção.

Participaram das apresentações José Francisco da Cunha, engenheiro-agrônomo da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” da Universidade de São Paulo (Esalq/

USP), José João Brizola, do grupo Maggi, Marquel Holzschuh, da SLC Agrícola, Álvaro Vilela de Resende e Adilson de Oliveira Junior, ambos pesquisadores da Embrapa.

O objetivo foi apresentar e exercitar estratégias para melhorar a eficiência de recomendação da adubação, com foco em sistemas de produção. “Com o valor dos fertilizantes cada dia maior, todos estão interessados em buscar formas de fazer uma aplicação mais eficiente”, afirmou Borin.

Dentro dessa proposta, o objetivo específico foi interpretar análises do solo com modelos de produção distintos. Para isso,

é importante utilizar o balanço de nutrientes como uma ferramenta de recomendação e identificar as fontes de melhor custo-benefício por região. A decisão sobre a redução e o consumo da reserva do solo deve buscar a máxima eficiência produtiva e economia dos fertilizantes, tendo em vista a melhor época para sua aplicação, considerando aspectos técnicos e de logística operacional.

O trabalho foi dividido em três blocos. O primeiro foi teórico, com os especialistas apresentando diferentes enfoques do tema. Em seguida, os inscritos participaram de uma dinâmica, na qual desenvolveram um plano de adubação. Na parte final, dois grupos foram escolhidos para apresentar seus planos, que foram analisados pelos pesquisadores. ■



Workshop foi coordenado por Ana Luíza Borin, pesquisadora da Embrapa