

SUSTENTABILIDADE, AGRO E BRASIL: como aproveitar oportunidades e superar desafios em nosso mercado.

Convidado especial do **ABMRA Ideia Café**, Cleber Soares, do MAPA, deu o tom a uma inspiradora conversa sobre **os desafios do agronegócio brasileiro frente à agenda socioambiental mundial**.

Ao comentar sobre a **Imagem e reputação do Agro na agenda socioambiental**, Cleber diz que, mesmo batendo recordes na agropecuária, o Brasil não está ganhando participação relevante no comércio mundial de alimentos e traz a seguinte reflexão: O que visualizamos de futuro para o agro brasileiro? Será que vamos continuar sendo vistos como a fazenda do mundo? “Nos últimos 20 anos, batemos recordes de produção e exportação. O Agro cresce, mas no market share mundial o agro brasileiro evolui apenas 1% (de 6% para 7%). É relevante, mas muito menos do que imaginávamos. Alguém está ganhando sobre nosso esforço!”, concluiu.

Por volta de 2016 e 2017, o Secretário conta que o Conselho de Informações sobre Biotecnologia realizou uma pesquisa no País sobre o valor percebido de dois setores econômicos: agricultura e farmacêutica. A pergunta feita foi ‘Quanto você percebe que o agronegócio entrega para você?’. Apenas 23% reconheceram que o Agro contribui de alguma forma em seu cotidiano, diferente do farmacêutico, avaliado positivamente por 82% dos entrevistados.

“É inadmissível que o cidadão brasileiro não reconheça que o agronegócio mudou a vida dele. Nossa expectativa aumentou e não foi graças apenas à saúde. Na pecuária tem um princípio: saúde entra pela boca. Nós temos que dialogar com a dona de casa, com o analfabeto, com eles e para eles. Será que vamos bater recorde de produtividade mais uma vez sem que a sociedade perceba valor sobre isso?”

Julio Cargino, vice-presidente da ABMRA disse que a pesquisa **“Percepções Sobre Agro. O Que Pensa o Brasileiro”**, iniciativa do **Movimento Todos a Uma Só Voz**, identificou que 7 em cada 10 brasileiros têm atitude positiva em relação ao agronegócio e provocou: “A situação está mudando?” E continuou: “Pode ser, mas ainda está longe do ideal. A dificuldade do campo em se comunicar com o público urbano é uma pauta recorrente. Essa é uma das missões mais importantes da ABMRA, que é criar e apoiar iniciativas que auxiliem na construção de uma comunicação mais efetiva e com forte presença fora da ‘bolha’, aproximando e conectando a cidade do campo”.

Inovação e sustentabilidade no Agro foi outro tema debatido no encontro. Cleber ressalta que a transformação do agronegócio brasileiro vai se dar no aspecto ambiental (sustentabilidade) e para promover de fato a inovação são necessários três aspectos: **adicionar, agregar e capturar valor**. Ele também explica que a União Europeia cresceu, nos últimos 20 anos, de 8 a 10 % seu volume de produção para atualmente ter 16 a 17%. E pergunta “O que eles produzem de alimentos em termos de volume em comparação ao Brasil?” E responde que nós temos a grande oportunidade: **a agenda de sustentabilidade**. “A agenda da inovação em cima do componente social e ambiental transformará e promoverá inovação no agronegócio brasileiro, até porque os movimentos estão vindo”, resume.

E quando se fala em sustentabilidade, um assunto que está muito em alta no momento é a prática do **Greenwashing** - definição para a divulgação de ações sustentáveis, mas que não são de fato aplicadas no dia a dia da empresa - Soares comentou que o estudo publicado na Revista The Economist revelou que **72% das empresas praticam “greenwashing”** e alerta: “As empresas têm que ter métricas (reduzir as emissões, capturar ou estocar). Tem coisa séria, mas se não for mensurado e reportado é greenwashing”.

Cleber também comenta sobre **o mercado de crédito de carbono** e explica duas categorias: **no mercado voluntário** são necessários quatro elementos para acessá-lo: projeto carbono em cima de excedentes florestais; recuperação de florestas - Movimento Red Plus; ofertas de crédito carbono de projetos individuais e crédito de carbono em cima da agricultura - sistemas como Plano ABC. **Já no mercado regulado**, havia uma expectativa que fosse bem definido, porém ainda não foi parametrizado pela COP/ ONU, segue regulamentos nacionais ou subnacionais. “Precisamos aguardar esse ano para ONU homologar”, finaliza.



Sobre o **Green Deal**, pacto verde europeu, Cleber destacou que as mudanças em decorrência da pandemia também afetaram o consumidor final, que está mais exigente quanto à origem dos produtos: a população está mais consciente em relação ao seu papel na preservação do meio ambiente e na qualidade do que consome. O Secretário aconselhou estarmos atentos às agendas específicas do Green Deal e destacou quatro pontos: regulamento de produtos sobre desmatamento - países serão cobrados pelo não desmatamento; certificações e transparências - consumidores querem saber como, quem, de que forma e onde os produtos foram produzidos; carbono de fronteira - taxa ou ajuste de fronteira e protocolos privados - movimento que começou com o McDonald's, que noticiou que a partir de 2025 só comprará ovos de galinhas *cage free*.

"É por essa e outras razões que países produtores de alimentos, como o Brasil, devem estar atentos às mudanças de protocolos da iniciativa privada, pois o não cumprimento de certos requisitos sustentáveis pode prejudicar cadeias produtivas inteiras. Quem não se adequar, terá dificuldades de se manter no mercado, visto que esse tipo de comportamento deve ser tendência para os próximos anos. É um movimento da sociedade como um todo".

Sobre a **participação do Brasil na COP 27**, Conferência das Partes da Organização das Nações Unidas (ONU), na qual a pauta central foi a emissão de carbono, Soares disse que é um tópico que deve ser priorizado, pois as cobranças vão aumentar e alerta: "O Brasil tem um desafio gigantesco, que é definir seus próprios parâmetros de cálculo de emissão de CO², baseado no clima tropical."

Mensagem Final de Cleber Soares:

"O grande desafio do Agro é dialogar com a sociedade. Nós somos muito bons como transformadores, mas a sociedade não nos reconhece. Quem vai fazer essa ponte entre setor econômico e o cidadão comum são vocês de comunicação."





CLEBER SOARES

O **ABMRA Ideia Café** é um encontro mensal em que os **Associados da ABMRA** têm a oportunidade de conversarem com líderes do Agro e da comunicação.

NOS SIGA NAS REDES SOCIAIS

 [instagram.com/abmra](https://www.instagram.com/abmra) |  [facebook.com/ABMRA](https://www.facebook.com/ABMRA) |  [linkedin.com/company/abmra](https://www.linkedin.com/company/abmra)

 [abmra.org.br](https://www.abmra.org.br) |  abmra@abmra.com.br

ASSISTA AO VÍDEO
QUE GEROU ESSE PAPER, ACESSE: **ABMRA.ORG.BR**



SEJA UM ASSOCIADO,
FAÇA SEU CADASTRO
PELO NOSSO WHATSAPP

(11) 9 7751-8297

