

PILARES PARA O FUTURO DO AGRO

São Paulo, 05.08.2019

Douglas Ribeiro (Corteva), Marina Grossi (CEBDS), Paulo Resende (Dom Cabral), Ruy Shiozawa (Great Place to Work Brasil) e Ulisses Mello (IBM Research), sob a moderação de Ricardo Gandour (CBN), apontaram janelas de oportunidade para o agronegócio brasileiro no painel sobre os Pilares do Agronegócio, em evento organizado pela ABAG e pela B3 em São Paulo, hoje (5).

Segundo eles, inovação, sustentabilidade, infraestrutura, gestão e conectividade são as chaves para o futuro do agronegócio. De modo prático, os palestrantes do último painel do evento destacaram a conexão 5G como catalisadora de uma grande virada e da agricultura de precisão como solução para ganho de produtividade.

Segundo Douglas, a inteligência artificial já consegue, por exemplo, reduzir em 90% a aplicação de defensivos agrícolas e impacta diretamente a planilha de custos do produtor. Mas não se trata apenas disso, ela representa um investimento real em táticas sustentáveis de sobrevivência.

Ruy Shiozawa destacou que o ambiente precisa ser propício à inovação e que o Brasil não está em um nível de excelência, mas teria muito a desenvolver. “Somos um dos últimos países do mundo desenvolvido em que há conflito entre desenvolvimento e economia, meio ambiente e engenharia e por aí vai”, refletiu.

INOVAÇÕES DISRUPTIVAS

Segundo Paulo Resende, da Fundação Dom Cabral, teremos cada vez menos atividades requerendo mão de obra. Então, precisamos encarar o desafio de recapacitar as pessoas para esse admirável mundo novo dos *Green Bonds* (títulos verdes, similares aos títulos de dívida comuns, mas voltados a financiar investimentos sustentáveis – energia limpa e renovável, transporte verde, projetos para redução de emissões e do consumo de água etc).

Marina Grossi destacou que o Brasil está em processo de transição. A recente crise da água, segundo ela, cobrou gestão eficiente não só para gerar lucro mas também para garantir sobrevivência. “Temos muito a apresentar no contexto da economia de baixo carbono, mas precisamos de um arcabouço robusto, com incentivos corretos” destacou. Ela reforçou que acredita no consumidor como o verdadeiro CEO das empresas. Quem não estiver atento, não sobreviverá! E só quem viver, verá!

Fonte: Abrapalma
Contato: abrapalma@abrapalma.org

