

IDEAS LLYC

EXPLORAR. INSPIRAR.



ARTÍCULO

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS DE LA NUEVA REVOLUCIÓN AGRÍCOLA

São Paulo, 9 de junio de 2021



El sector agrícola en el mundo vive un momento de transformación, y no solo en el campo de los negocios. Los cambios van desde la acelerada revolución tecnológica, las nuevas interrelaciones del comercio mundial, las crecientes demandas de sostenibilidad hasta la creación de la imagen del sector y de sus productos ante una gama cada vez más exigente y amplia de partes implicadas.

Grandes productores y exportadores agropecuarios, como Brasil, Argentina, México y la Unión Europea, están en el centro de esa revolución, con diferentes desafíos pero con la misma necesidad de modernizar su visión y su actuación para responder a las nuevas exigencias de la sociedad.

Brasil es un claro ejemplo de esa transformación. El país ha dejado atrás la condición de importador de alimentos de la década de 1970, para convertirse en el mayor exportador mundial neto de productos de origen agropecuario. Se generan más de 100 billones de dólares anuales en exportación, situando a Brasil a un paso de superar a Estados Unidos y a la Unión Europea como mayor exportador de productos agropecuarios en el mundo.

La lista de productos vendidos al mundo está cada vez más diversificada. Y los mercados compradores también: desde los tradicionales importadores (como China, Estados Unidos, Unión Europea, Oriente Medio, Rusia y Japón) hasta nuevos grandes consumidores, como las pobladas India e Indonesia.

La expansión de la agricultura brasileña es el ejemplo de que el futuro del sector pasa necesariamente por dos premisas: la inversión en tecnología y el refuerzo del movimiento de conservación medioambiental y productividad sostenible.

En el campo tecnológico, el emprendimiento digital es la tendencia más reciente en el negocio agrícola, con una explosión de *start-ups* creadas en un corto periodo de tiempo. Las llamadas *agtechs* o *agritecs* se orientan principalmente a la gestión agropecuaria, liderando un movimiento claro de crecimiento del "Agro 4.0".

Se multiplican los *hubs* de *agtechs* brasileñas y ya reúnen a centenares de empresas emergentes en polos distribuidos en todo el país. Con esas innovaciones digitales, es posible supervisar el clima, gestionar la aplicación de consumibles, el desarrollo de cultivos y comportamiento de los animales, entre otras muchas aplicaciones.

El negocio agrícola brasileño y mundial también avanza en un nuevo aspecto del emprendimiento, el de la bioeconomía. Una actividad que es al mismo tiempo lucrativa, sostenible y tiene un propósito claro: seguir alimentando no solo a los siete billones de habitantes actuales de este planeta, sino también a otros dos billones que todavía están por venir, en la primera mitad del siglo actual.

Por otro lado, la trayectoria de crecimiento del negocio agrícola en países como Brasil enfrenta desafíos de reputación y denuncias de agresión al medioambiente, surgiendo una narrativa negativa de que el avance de la producción está estrechamente asociado al desmantelamiento de biomas, como el del Amazonas. El sector ha afirmado en su defensa que Brasil no necesita talar un solo árbol para expandir su producción. Pocos países del mundo tienen la posibilidad de reincorporar a su sistema productivo los cerca de 70 millones de hectáreas de pastos deteriorados en el pasado por una ganadería extensiva, y hoy decadente, y transformarlos en un sistema nuevo de integración agro-pecuaria-bosque, fundamento de una nueva agricultura de baja emisión de carbono, ya en plena evolución.

Y como afirma Roberto Rodrigues, exministro de Agricultura: “para fortalecerse, el negocio agrícola debe ser sostenible pero, sobre todo, mostrarse sostenible ante los restantes socios en el mundo”. En ese sentido, surgen numerosos ejemplos que demuestran cómo la actuación social va ganando fuerza en el sector privado. Un caso es el del Grupo Scheffer, uno de los principales productores de granos de Brasil, que también opera en el sector ganadero, que acaba de cerrar un “pacto verde”, financiación supeditada a metas de sostenibilidad, con un banco internacional. La operación está vinculada al éxito del grupo, para que pueda duplicar de aquí al 2023 el área de producción, en la que se utilizan tecnologías de agricultura regenerativa.

“Nuestra meta es reducir cada vez más el uso de productos químicos, ampliando el uso de productos biológicos contra plagas y enfermedades agrícolas. En la cosecha 2019/20, el uso de químicos en nuestros cultivos de soja disminuyó un 53% y, en las áreas de algodón, la caída fue del 34%, sin alterar los índices de productividad”, afirma Guilherme Scheffer, director del Grupo.

En este caso, la agricultura regenerativa propone un modelo de cultivo del suelo disminuyendo el uso de consumibles químicos y apostando por conservar los ecosistemas.

La agricultura tropical, como la brasileña, no puede compararse con la practicada en el Hemisferio Norte. La agricultura en el sur del mundo, sin invierno, tiene el privilegio de producir dos cosechas por año en una misma área y, en algunos casos, hasta tres. Pero necesita convivir con el calor todo el año y, en consecuencia, la proliferación de plagas perjudiciales con potencial para destruir cultivos también todo el año. Incluso así, progresivamente, va disminuyendo la necesidad de utilizar productos fitosanitarios en los cultivos, ya sea por la mejor supervisión de plagas o el avance de la tecnología de las *agtechs*, como por el avance del uso de los insecticidas biológicos.

“Pocos países del mundo tienen la posibilidad de reincorporar a su sistema productivo los cerca de 70 millones de hectáreas de pastos deteriorados en el pasado”

Esa nueva “Revolución Verde” responderá al crecimiento de la demanda mundial de alimentos, que no para de crecer. El desarrollo de nuevas variedades de semillas de mayor potencial de rendimiento y con mayor resistencia a la sequía, plagas y enfermedades es fundamental para garantizar el rápido aumento de la productividad de los cultivos y, así, responder rápidamente al aumento de la demanda mundial de alimentos.

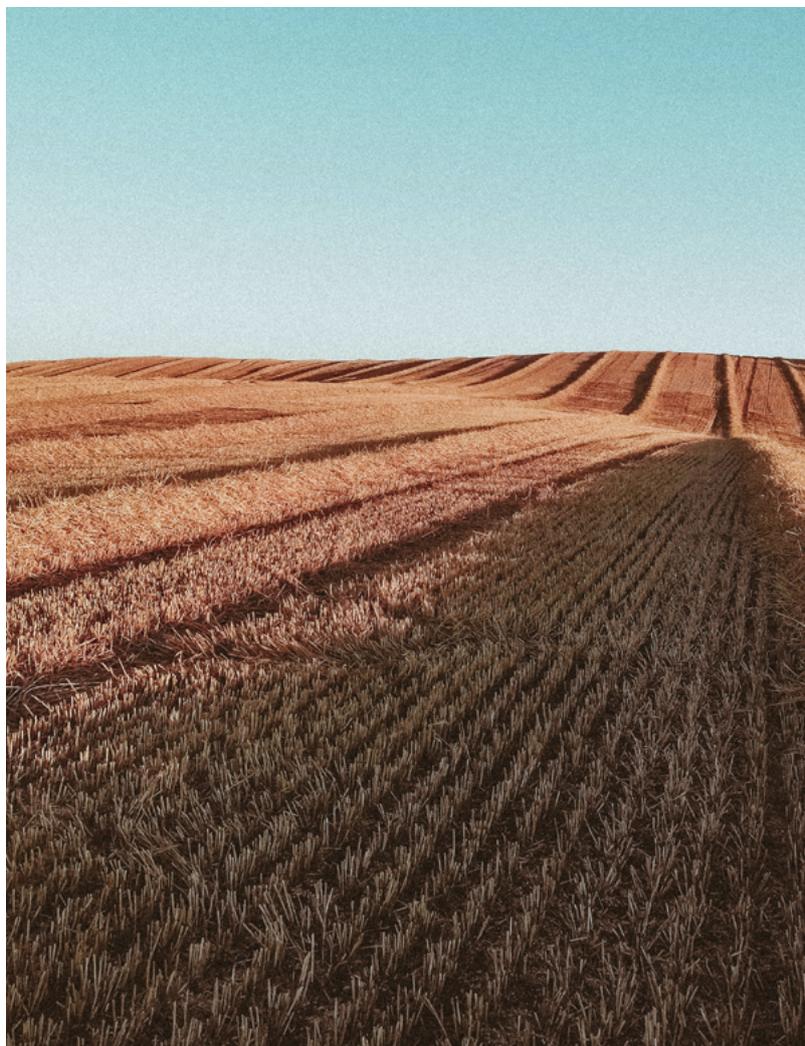
“Vamos a combinar una agricultura eficiente y responsable con el medioambiente”, afirma Paulo Herrmann, presidente en Brasil de una de las mayores industrias de máquinas y equipos agrícolas del mundo, la americana John Deere. El ejecutivo defiende que el país continúe creciendo en el negocio agrícola, al mismo tiempo que cuida del medioambiente, luchando contra las quemas y el desmantelamiento ilegales.

“A día de hoy todavía falta un mensaje eficiente y consolidado que sea el hilo conductor de los avances experimentados recientemente por el negocio agrícola”

Son cuestiones relevantes para el negocio agrícola y que deben comunicarse de forma adecuada. Todos coinciden en que la imagen socio-medioambiental de países como Brasil debe mejorar, sobre todo en un mundo que tiende a ser cada vez más proteccionista en la era posterior a la pandemia.

En virtud de lo anterior, se plantea un reto básico para la consolidación del sector del negocio agrícola, en especial entre los mercados emergentes. La creación de un mensaje que contemple y consolide un posicionamiento de gestión más moderno, en sintonía con lo que los importadores y diferentes interesados en el mundo están demandando.

A día de hoy todavía falta un mensaje eficiente y consolidado que sea el hilo conductor de los avances experimentados recientemente por el negocio agrícola. El desarrollo de ese mensaje pasa necesariamente por entender que la “Revolución Verde” promovida por el campo camina de la mano con el movimiento ESG (compromiso medioambiental, social y de gestión), exigido por los inversores, por los socios empresariales, por los consumidores y por la sociedad. Aunar esfuerzos con otros protagonistas que actúan en el tema de la sostenibilidad es esencial para mejorar el atractivo de su mensaje.



“La imagen socio-medioambiental de países como Brasil debe mejorar, sobre todo en un mundo que tiende a ser cada vez más proteccionista”

Para que el nuevo negocio agrícola siga avanzando a escala mundial, es esencial saber unificar visiones para proponer un mensaje definitivo que no entiendan únicamente los implicados que actúan directamente en ese mercado, sino también los que pueden influir en otros públicos.

UNA NUEVA “REVOLUCIÓN VERDE” EN CURSO

El mundo sigue necesitando una nueva “Revolución Verde” para responder a la creciente demanda de alimentos, ya sea mediante el crecimiento vegetativo de la población o por el aumento de su renta, como es el caso de China.

La primera “Revolución Verde” es la que tuvo lugar tras la Segunda Guerra Mundial, con el descubrimiento de los defensivos agrícolas químicos y el desarrollo de nuevas variedades de semillas más productivas, adaptadas a países tropicales, y que le valió un Premio Nobel al científico norteamericano Norman Borlaug.

La aparición reciente de la biotecnología, con el desarrollo de nuevas variedades de semillas genéticamente modificadas, marca el inicio de

la nueva revolución. Pero, ¿la velocidad de sus avances está siendo suficiente? Empezan a preocupar algunos indicadores nuevos de un desajuste entre la producción de alimentos, de crecimiento irregular, y un aumento de la demanda más rápido y sostenido. Ya tenemos el ejemplo de China que, con su crecimiento económico fuerte y sostenido, está generando un aumento progresivo de la renta de su población y el desarrollo de nuevos hábitos alimentarios con su urbanización. Esto ha supuesto un salto impresionante en su consumo de proteínas animales, como carnes, leche y huevos y, por ende, necesidades cada vez mayores de importación.

Datos recientes apuntan a un escenario perturbador para un futuro muy próximo, con la aparición de “nuevas Chinas”. Empezando por la propia China. Según esos datos, la cantidad de familias de clase media debería duplicarse en China en los próximos 10 años. En India, la tendencia es de triplicación. Indonesia es otro país de gran población cuyo número de familias de clase media debería duplicarse en ese corto espacio de tiempo, siguiendo en menor proporción Rusia, México y el propio Brasil, todos países muy poblados. Esto significa un impacto enorme en el potencial de demanda de alimentos como las proteínas animales.

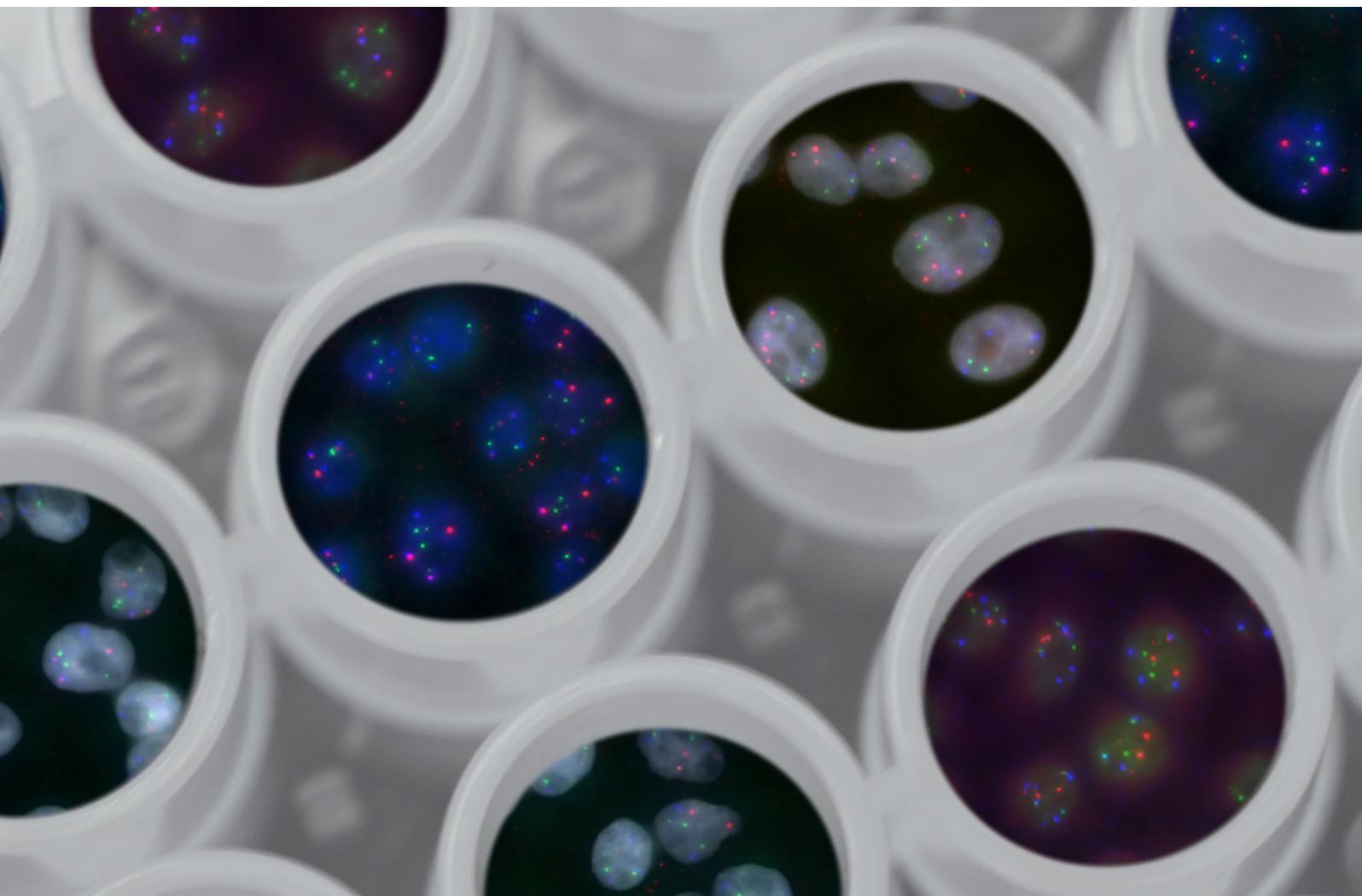
En cuanto a la producción, sobran interrogantes sobre su capacidad de responder con la misma velocidad al crecimiento de esta demanda. El mundo agrícola no estaba preparado para el rápido crecimiento de la demanda de China y de otros grandes países emergentes, tal como ha admitido recientemente un alto ejecutivo de Bayer.

Sí, se necesita una nueva “Revolución Verde”, según la empresa, porque tampoco estaban en el radar la amenaza del cambio climático, la aparición de nuevos tipos de plagas y enfermedades en las plantas o el creciente uso de productos agrícolas para la producción de biocombustibles, como el etanol de caña o el maíz o también el biodiésel de soja, además de las limitaciones medioambientales como la prohibición de nuevas deforestaciones.

El desarrollo de nuevas variedades de semillas de mayor potencial de rendimiento y con mayor resistencia a la sequía, plagas y enfermedades es fundamental para garantizar el rápido aumento de la productividad de los cultivos y, así, responder rápidamente al aumento de la demanda mundial de alimentos que se prevé.

Países como Brasil son algunos de los pocos con capacidad para afrontar este nuevo reto. Solo nos queda por saber cómo se va a transformar el negocio agrícola para responder a esa revolución.

“Países como Brasil son algunos de los pocos con capacidad para afrontar este nuevo reto. Solo nos queda por saber cómo se va a transformar el negocio agrícola para responder a esa revolución”



AUTORES



Cleber Martins. Director General de LLYC en Brasil. Es periodista y abogado con amplia experiencia en el sector de comunicación en Brasil. Durante 15 años ocupó cargos en Folha de S. Paulo, incluso como editor de negocios y editor adjunto de economía. Formado en la USP (Periodismo y Derecho), también es titular de un MBA en Informaciones Económico-Financieras y extensión en Ciencias Políticas y Relaciones Gubernamentales.

clebermartins@llorenteycuena.com



Agnaldo Brito. Director de Infraestructuras de LLYC en Brasil. Tiene formación en comunicación social y está especializado en Energía por el Laboratorio de Periodismo de la Universidad Estatal de Campinas (Labjor/Unicamp). Ha trabajado durante más de 20 años en las principales redacciones de prensa brasileña, como por ejemplo Gazeta Mercantil, O Estado de S. Paulo y Folha de S. Paulo. Como periodista ha cubierto temas asociados al sector de las infraestructuras en Brasil y en el exterior. Es especialista en varios segmentos de las infraestructuras como autopistas, puertos, aeropuertos, movilidad urbana y energía. En la comunicación corporativa ha actuado como especialista en la comunicación estratégica para el sector de las infraestructuras.

abrito@llorenteycuena.com



Silmar Müller. Asesor del negocio agrícola de LLYC en Brasil. Silmar César Müller es periodista económico, especialista en mercados agrícolas y en comunicación para el negocio agrícola. Graduado en Periodismo por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), con posterior especialización en agroeconomía, está considerado uno de los mejores conocedores del negocio agrícola brasileño, con más de 40 años de experiencia en ese sector. Actualmente también trabaja como consultor en inteligencia del mercado agrícola y estrategias de comunicación y marketing para el negocio agrícola, desarrollando proyectos de relación con productores rurales para empresas de consumibles, máquinas y servicios para el negocio agrícola.

scmuller@advisors.llorenteycuena.com

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero
Socio y CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y Chief Strategy and Innovation Officer
acorujo@llorenteycuenca.com

Luis Miguel Peña
Socio y Chief Talent Officer
lmpena@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer
Socio y COO América Latina
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Marta Guisasaola
Chief Financial Officer
mguisasaola@llorenteycuenca.com

Cristina Ysasi-Ysasmendi
Directora Corporativa
cysasi@llorenteycuenca.com

Juan Pablo Ocaña
Director de Legal & Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo
Chief Technology Officer
dfernandez@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y Global Controller
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonieta Mendoza de López
Vicepresidenta de Advocacy LatAm
amendozalopez@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Luisa García
Socia y CEO
lgarcia@llorenteycuenca.com

Arturo Pinedo
Socio y Chief Client Officer
apinedo@llorenteycuenca.com

Barcelona

María Cúra
Socia y Directora General
mcura@llorenteycuenca.com

Óscar Iniesta
Socio y Director Senior
oiniesta@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Jorge López Zafra
Director General
jlopez@llorenteycuenca.com

Joan Navarro
Socio y Vicepresidente Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y Director Senior Deporte y Estrategia de Negocio
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino
Socio y Director Senior Crisis y Riesgos
ipino@llorenteycuenca.com

David G. Natal
Socio y Director Senior Engagement
dgonzalez@llorenteycuenca.com

Ana Folgueira
Socia y Directora Ejecutiva Estudio Creativo
afolgueira@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Lisboa

Tiago Vidal
Socio y Director General
tvidal@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. + 351 21 923 97 00

ESTADOS UNIDOS

Alejandro Romero
Socio y CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Juan Felipe Muñoz
CEO Estados Unidos
fmunoz@llorenteycuenca.com

Erich de la Fuente
Chairman
edelafuente@llorenteycuenca.com

Javier Marín
Director Senior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Miami

Emigdio Rojas
Director Ejecutivo
erojas@llorenteycuenca.com

600 Brickell Avenue
Suite 2125
Miami, FL 33131
Tel. +1 786 590 1000

Nueva York

Juan Felipe Muñoz
CEO Estados Unidos
fmunoz@llorenteycuenca.com

3 Columbus Circle
9th Floor
New York, NY 10019
United States
Tel. +1 646 805 2000

REGIÓN NORTE

Javier Rosado
Socio y Director General Regional
jrosado@llorenteycuenca.com

Ciudad de México

Carmen Julia Corrales
Directora General
cjcorrales@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412
Piso 14. Colonia Juárez
Alcaldía Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Javier Marín
Director Senior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Panamá

Manuel Domínguez
Director General
mdominguez@llorenteycuenca.com

Sortis Business Tower
Piso 9, Calle 57
Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Director General
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Suite 702
Tel. +1 809 6161975

San José

Pablo Duncan - Linch
Socio Director
CLC Comunicación | Afiliada LLYC
pduncan@clcglobal.cr

Del Banco General 350 metros oeste
Trejos Montealegre, Escazú
San José
Tel. +506 228 93240

REGIÓN ANDINA

María Esteve
Socia y Directora General Regional
mesteve@llorenteycuenca.com

Bogotá

Marcela Arango
Directora General
marango@llorenteycuenca.com

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000

Lima

Gonzalo Carranza
Director General
gcarranza@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel. +51 1 2229491

Quito

Carlos Llanos
Director General
cillanos@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

REGIÓN SUR

Mariano Vila
Socio y Director General Regional
mvila@llorenteycuenca.com

São Paulo

Cleber Martins
Socio y Director General
clebermartins@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390

Río de Janeiro

Cleber Martins
Socio y Director General
clebermartins@llorenteycuenca.com

Ladeira da Glória, 26
Estúdios 244 e 246 - Glória
Rio de Janeiro - RJ
Tel. +55 21 3797 6400

Buenos Aires

Mariano Vila
Socio y Director General
mvila@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8
C1043AAP
Tel. +54 11 5556 0700

Santiago de Chile

Mª Soledad Camus
Socia y CEO
scamus@llorenteycuenca.com

Marcos Sepúlveda
Director General
msepulveda@llorenteycuenca.com

Avda. Pdte. Kennedy 4.700 Piso 5,
Vitacura
Santiago
Tel. +56 22 207 32 00
Tel. +562 2 245 0924



IDEAS LLYC

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEAS es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLYC.

Porque asistimos a un nuevo guion macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

IDEAS LLYC es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra, existe IDEAS LLYC.

ideas.llorentycuenca.com
www.revista-uno.com
Podcast Diálogos LLYC