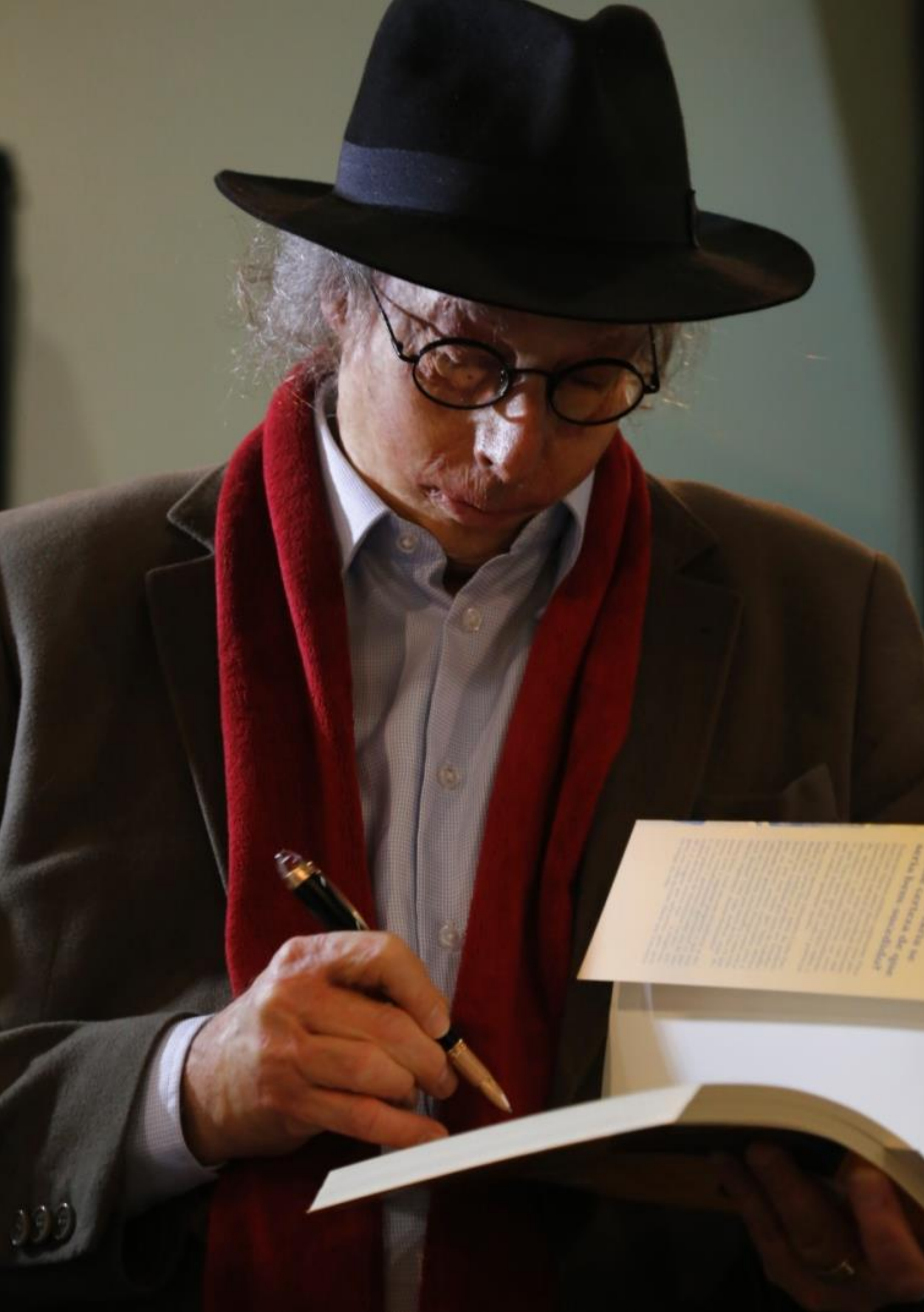




Prof. Dr. José Luiz Tejon

- **Doutor em Educação pela Universidad de la Empresa/Uruguay e Mestre em Educação Arte e História da Cultura pela Universidade Mackenzie. Jornalista e Publicitário pela Fundação Casper Líbero.**
- **Especializações em Harvard, MIT, Pace University – USA e Insead – França.**
- **Coordenador acadêmico de Master Science “FAM” na Audencia de NANTES França, em parceria com a FECAP em São Paulo/Brasil, e professor convidado - FIA/USP e INSPER.**
- **Membro do Hall da fama da academia brasileira de marketing. Medalha mérito acadêmico ESPM . Premio Best Speaker Olmix Paris . Ex diretor da Jacto, Agrocere, Oesp Midia do Jornal O Estado de S.Paulo. Sócio diretor da Biomarketing e da TCAI. Colunista de diversas mídias.**
- **Autor e co-autor de 37 livros.**
- **Head Anefac.**
- **Em 2024 – eleito TOP 10 AGRO pela Revista Forbes**

**“O NOSSO PODER
É O PODER DA
NOSSA
PERCEPÇÃO”**

(MIKHAIL GORBACHEV)



WORLD

Severe winter hits life across US

Storms knock out power, threaten presidential campaign



SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

Heat, rain baffle El Nino predictions in Australia

By GREGG KAPLAN, Sydney

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

WORLD

Skills training



Houthis vow action on US strikes

Protesters across globe call for end to Saudi conflict which kills 1000 a day

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

S. Africa welcomes duty reduction on tea exports

By GREGG KAPLAN, Sydney

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

Danger zone

By GREGG KAPLAN, Sydney

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

Genocide case against Israel reaches The Hague

By GREGG KAPLAN, Sydney

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

French foreign minister visits Kyiv, pledges support

By GREGG KAPLAN, Sydney

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

UN peacekeeping begins to withdraw from DR Congo

By GREGG KAPLAN, Sydney

SEVERE WINTER WEATHER hit the United States on Monday, knocking out power and threatening the presidential campaign. A series of heavy snowstorms hit the Northeast, Midwest and South, leaving millions of people without power and disrupting travel. In the Northeast, snow piled up to several feet, knocking out power in parts of New York, New Jersey and Pennsylvania. In the Midwest, heavy snow hit the Great Lakes region, leaving millions of people without power. In the South, heavy rain and flooding hit the Southeast, leaving millions of people without power. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week. The storms hit just as the presidential campaign was in full swing, with several key events scheduled for the week.

U.S. Soy has a lower carbon footprint



@JOSELUIZTEJON



FOR CEOs. FOR SUSTAINABILITY MANAGERS. FOR BEAN COUNTERS.

U.S. Soy has a lower carbon footprint.



Category	Country A	Country B	Country C	Country D	U.S.
Cultivation	High	Medium	Low	Low	Low
Transport	High	Medium	Low	Low	Low
Land Use Change	High	Medium	Low	Low	Low

U.S. Soy has a lower carbon footprint when factoring cultivation, land-use change, processing, and transportation.¹ Because U.S. Soy farmers are producing more using fewer resources. Between 1997 and 2017, U.S. forestland increased by 742,000 hectares while cropland decreased by 3.6 million hectares.² U.S. Soy. It's for everyone who wants to lower their carbon footprint, advance the UN Sustainable Development Goals, and boost brand preference with climate-conscious consumers.³



Learn more at ussoy.org/lowestcarbonfootprint



Delivers Solutions



U.S. SOYBEAN EXPORT COUNCIL

¹ 1 kg CO₂e/mg protein, for cultivation, transport, and land use change. Results based on detailed lifecycle analysis, including land use change emissions, according to the rules of the RFEC-Food products Agreement (European Commission, 2018) as implemented in the Agri-Food 1.0 database. Input data only on primary product 1402 soybeans and other livestock products. Requires specific information about soybean data quality and may provide differing results. Comparisons have not been assessed to be robust at this stage of development. ² U.S. Department of Agriculture's National Resources Inventory (NRI). National Resources Inventory (NRI). National Resources Inventory. www.nri.usda.gov/nri. ³ Joint Institute for Business Value (JIBV). Survey of 18,000 global consumers. February 2021.



TOTAL GDP WORLD 2024 – US\$ 100 TRILLION



Why do we need Brazil ?

12 conclusões da Pesquisa de
**Percepção do
agro brasileiro
na *Europa****

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.



*Países estudados: Reino Unido, França, Alemanha e República Checa.



Patrocínio:



Coordenação:



Realizado por:



Apoio:



12 CONCLUSÕES



Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.



O DESAFIO DOS DESAFIOS:
O DESCONHECIMENTO DO BRASIL

A OPORTUNIDADE DAS OPORTUNIDADES:
***AS REALIDADES DO AGRO BRASILEIRO SÃO MUITO
MAIORES E MELHORES DO QUE SUAS PERCEPÇÕES***

Foto de [Dan Meyers](#) na [Unsplash](#)



Foto de [Helena Lopes](#) na [Unsplash](#)

Conclusão I

Realidade não percebida é desperdício de riqueza e tempo de vida

I.

Realizamos o que os mercados e cidadãos do mundo desejam. Falta inteligência estratégica de comunicação vendas e planejamento estratégico.

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Conclusão 2

BRASIL É UM GIGANTE DESCONHECIDO

1.

Da base de 590.000 fontes pesquisadas, 57% disseram não conhecer nada sobre o agro brasileiro;

2.

Apenas 11,2% disseram conhecer bem e no nível de cidadãos, máximo 8,8%;

3.

Na categoria jornalistas foram os franceses que demonstraram maior percentual 31,1%.

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Foto de [Tiago Araújo](#) na [Unsplash](#)

Conclusão 3

A marca agro brasileiro tem percepção superior a marca Brasil

I.

Quer dizer o setor traz mais visibilidade ao país, do que o país ao setor. A única exceção da marca Brasil superando a do agro brasileiro ocorreu na categoria distribuição na França.

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Foto de [PROJETO CAFÉ GATO-MOURISCO](#) na [Unsplash](#)

Conclusão 4

Expectativas por diferenciação, aspectos únicos e inovação

I.

Não apenas dos “terroir” brasileiros, mas também nos sistemas inovadores da origem como plano ABC, agro regenerativo, ILPF, bioinsumos, bioeconomia, bioenergia. **A revolução tropical agroconsciente brasileira**

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Foto de [Elaine Casap](#) na [Unsplash](#)

Conclusão 5

O cooperativismo será de vital

1.

Prosperidade precisa vir acompanhada de empregabilidade e cidadania para todos: agro consciente;

2.

O cooperativista será de vital importância numa estratégia de comunicação. Assim como gestão das cadeias produtivas com inclusão sócio econômica, modelos de integração através das corporações empresariais.

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.



Conclusão 6

Lideranças

1. Governança ESG: há um vácuo de lideranças credíveis, fortes e sustentáveis;
2. Ao agro não basta proclamar o quanto ele gera riquezas, passa a ser fundamental criar confiança como gerador de dignidade para todos. Incluindo a empregabilidade e a saúde total do planeta;
3. Preocupações surgidas na pesquisa apontam para químicos, dejetos/desperdícios/lixo , causas ambientais;
4. Dr Rattan Lal, prêmio Nobel da paz e prêmio mundial da alimentação na busca dessa síntese hoje dentre as lideranças planetárias;
5. Os programas brasileiros de biogás tem total sinergia com os esforços europeus nos biodigestores, por exemplo, bem como bioinsumos compondo soluções ao lado dos químicos e programas como pessoas/floresta/agro na amazonia.



Foto de [Dan Meyers](#) na [Unsplash](#)

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Foto de [Karsten Würth](#) na [Unsplash](#)

Conclusão 7

Jornalistas!

1. A categoria dos jornalistas e da mídia são os que influenciam o cidadão, criam a opinião pública. O estudo revela serem os jornalistas os que mais buscam conhecer o agro brasileiro;
2. Necessário além de relacionamento racional e emocional com a categoria, passa a ser importante elos com as grandes mídias reconhecidas por credibilidade/confiança, principalmente pelo aspecto reputacional ainda distante na qualidade da percepção do agro brasileiro.

Conclusão 8

Viva o rei café!

1. Café ainda o maior destaque da percepção do agro brasileiro, as demais categorias podem buscar associações perceptuais com o café brasileiro;
2. Carecemos de presença de produtos com marcas e origem brasileira com visibilidade e acessibilidade aos consumidores;
3. Mesmo em complexos onde somos os maiores exportadores do mundo, não obtemos imagem, nem tiramos proveito dessas realidades. Potenciais gigantescos no campo das hortaliças, frutas, lácteos, doces, especialidades e mesmo nas grandes cadeias da proteína animal, soja, grãos, arroz, feijão, o futuro do trigo e da macaúba, indústria da árvore, seringueira, cacau, palma, pescados, frutos dos biomas, tabaco, algodão, açúcar, biocombustíveis e bioeconomia.



Foto de [Mike Kenneally](#) na [Unsplash](#)

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Entrevistei Marcelo Pimenta, CEO Serasa Agro, retornando de uma experiência que eu considero importantíssima para o país junto com o Conselho de Exportadores de Café do Brasil (Cecafé) na Europa onde foi mostrado e provado aos clientes internacionais não apenas a qualidade do café brasileiro, mas todo o aspecto do compliance sócio-ambiental.

Perguntei a ele o que ele traz de importante para o Brasil dessa viagem e ele me respondeu:

“Eu de certa forma voltei surpreendido de quão a frente o Brasil está em vários aspectos. Vou citar alguns deles. Nós sempre trabalhamos com CAR.

Você já falou algumas vezes, Tejon, das dificuldades que nós temos do uso da informação do CAR, mas a maneira como foi implementado o sistema florestal brasileiro fez com que nós tivéssemos uma experiência, uma maturidade, tanto produtores brasileiros quanto todo o ecossistema agro de traders, bancos, químicas, que nos deu experiência de trabalhar com geometria, com polígonos, e de associar a essas geometrias capacidade de crédito, capacidade de seguros, embargos, os problemas sócio-ambientais ou não, certidões, todas essas temáticas do agro vinculado a essa unidade que é o CAR e isso nos colocou muito à frente do restante do mercado. Então os feedbacks que eu escutei, principalmente dos europeus, foi com o Brasil está à frente, como o Brasil consegue trabalhar as suas informações e tem informações que consegue entregar essa rastreabilidade que é exigida por eles.

Claro, tem outros itens que precisam ser discutidos, mas eu saí de lá com a seguinte impressão: se o EUDR entrasse dia 31 nós iríamos vender muito mais porque o restante do mundo não está preparado e tem outros efeitos colaterais. Se pensarmos que pequenos produtores do Vietnã, da Indonésia, da África, ou dos países produtores teriam muita dificuldade de continuar exportando.

E nós, na verdade, estaríamos excluindo milhões de famílias, milhões de produtores por não ter rastreabilidade. Para o Brasil seria, entre aspas, bom porque nós venderíamos mais, dominaria mais esse mercado ainda, mas por outro lado é ruim porque faríamos exclusões”.

Todo o agro brasileiro precisa escutar a visão de Marcelo Pimenta, ou seja, venderíamos mais ainda depois de tudo que Pimenta viu e ouviu concretamente nesses trabalhos com o Cecafé. Perguntei então a ele se tudo isso vale só para o mundo do café ou é importante para todas as demais cadeias produtivas e a resposta foi:

“Todo esse arcabouço regulatório, ligado ao Código Florestal, na verdade todas as commodities brasileiras podem se beneficiar disso. Soja pode se beneficiar, criação de gado, as plantações de cacau e aí eu não vou ficar só na EUDR, mas praticamente todas as commodities brasileiras podem se beneficiar das informações que temos. Claro que se nós conseguirmos melhorar, superar os problemas de qualidade da informação, vincular cada vez mais o CAR a outras práticas, as notas fiscais, por exemplo, você ter uma comprovação legal da organização financeira do produtor, isso tudo vinculado ao CAR facilita o acesso ao crédito, ao seguro, destrava uma série de investimentos e dinheiro disponível que existe para poder financiar o agro brasileiro que tem potencial gigantesco como nós sabemos”.

Muito obrigado ao Marcelo Pimenta pela entrevista. Um trabalho extraordinário esse que o CEO do Serasa Agro realizou com o Cecafé, e que isso provavelmente se expanda. Ou seja, vamos lá fora, mostramos, provamos e saímos de lá ouvindo que vamos vender muito mais para a Europa.

Conclusão 9

Não basta comunicar, precisaremos conquistar corações e mentes

1.

Não basta comunicar, precisaremos conquistar corações e mentes. A informação racional não chegará aos cérebros e as percepções mentais se não entrar pelos corações. A pesquisa revela forte importância da cidadania, do carisma, dos valores humanos e praticamente de um “abraçar a todos” através do alimento, energia, meio ambiente e do social;

2.

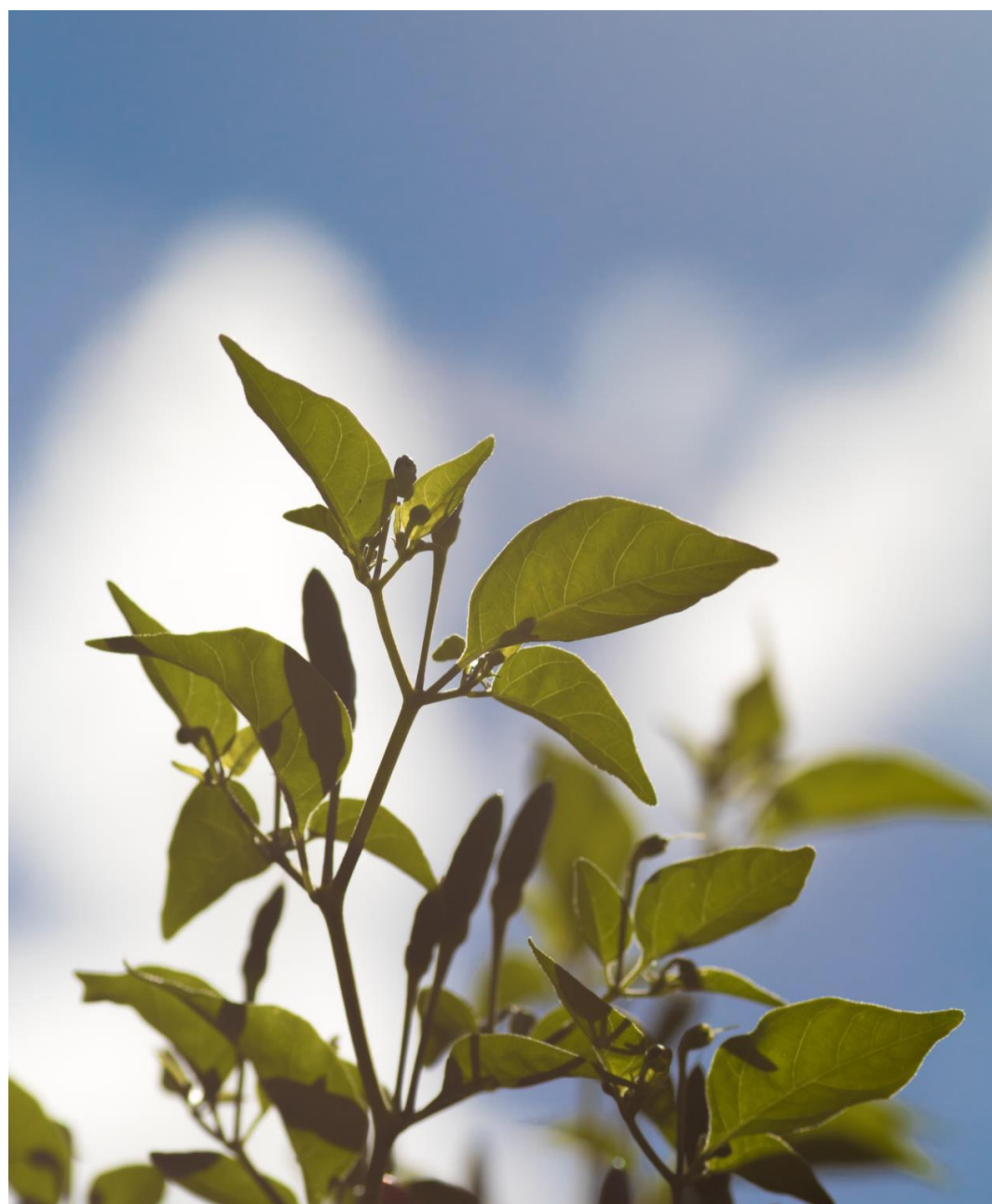
A comunicação exigirá qualidade e será preciso criar “defensores” (a pesquisa revela não termos defensores) da marca agro brasileiro. Jamais retaliar para ao invés de criar defensores estimular detratores. Não surge na pesquisa percepções do Brasil como uma sociedade reunião de todos os povos. (oportunidade tropical única como o sociólogo italiano Domenico de Masi, in memorian, registra).



Foto de [Eduardo Soares](#) na [Unsplash](#)

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Conclusão 10

Marca Brasil e marca Agro do Brasil, um cordão umbilical precisa nos reunir



O mesmo coração. Em tabelas do estudo fica também evidente a necessidade de conduzirmos junto com a cadeia agroalimentar, energética e ambiental as questões culturais, artísticas, educacionais e científicas;



O turismo ao lado do agro formam uma dupla poderosa de sinergias, principalmente se integrarmos o turismo agro tropical ecológico, ambiental educacional. Os 6 biomas brasileiros são portas de elevada percepção para os cidadãos do mundo e com poder de atração para a juventude.

Conclusão II

Não basta falar o que fazemos precisamos provar

1. “Não se afastem da ciência e não tenham medo do mercado”
(Fernando Penteado Cardoso - in memorian);
2. Somos resultado da ciência que trouxemos para o país e a tropicalizamos. Agronegócio é ciência. Aprendemos a produzir em terras fracas superamos até a “parábola do semeador”;
3. Não basta falar o que fazemos precisamos provar, vivemos uma era de desconfiança. Para isso será vital rastreabilidade, certificações, seminários, estudos de caso com a juventude mundial, colocar o jovem brasileiro conversando com o jovem do mundo. E a mulher agro brasileira conversando com a mulher do planeta. Não ter medo do mercado. Ele é muito maior do que o vemos hoje. Precisamos comunicar, encantar e vender. O Brasil é um paraíso de oportunidades para o Brasil e para o mundo inteiro.



Foto de [Mateus Campos Felipe](#) na [Unsplash](#)

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.



Conclusão 12

O desafio dos desafios, o desconhecimento do Brasil

1. A imagem brasileira será do tamanho do Brasil. E o Brasil será do tamanho da sua imagem. Aquela que temos o dever de construir;
2. Vivemos uma era global de “fight for perceptions“. Está pesquisa é uma primeira leitura. Um ponto de partida. Há muito a ser feito cadeia produtiva a cadeia produtiva. Mas sem jamais esquecer do poder da percepção. Somos a imagem que vemos refletida de nós mesmos e queremos que seja a percepção dos nossos consumidores;
3. Precisamos mostrar a nossa jornada pelo aperfeiçoamento e os estágios já alcançados. As realidades do agro brasileiro são muito maiores do que suas percepções. E são vitais para a vida no planeta terra. Nas palavras de Roberto Rodrigues: “Brasil o país da paz, alimento é paz“.



Foto de [Mateus Campos Felipe](#) na [Unsplash](#)

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.





Foto de [Tiago Araújo](#) na [Unsplash](#)

Conclusão 3

A marca agro brasileiro tem percepção superior a marca Brasil

I.

Quer dizer o setor traz mais visibilidade ao país, do que o país ao setor. A única exceção da marca Brasil superando a do agro brasileiro ocorreu na categoria distribuição na França.

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.



**NOSSOS
PRODUTORES SÃO
SUSTENTAVEIS OU
NÃO????**

10.221.928,00 ha

8.126

2.084

18.261

1.000,00 \$\$

\$ 1.239,57 (47.9%)

Estudo exclusivo

Objetivo:

traçar o **perfil ESG dos produtores rurais brasileiros** incluídos no ecossistema formal de crédito em 2022

Insights:

- Classificação do perfil em **Alto, Intermediário ou Baixo Risco ESG**
- **Impactos** que o Risco ESG pode trazer para players do agronegócio

Amostra:

163.600 produtores rurais que contrataram ou tentaram contratar crédito e/ou seguro em 2022

Colha os melhores resultados.
Ser agro é Serasa Experian.

serasa
experian

Eldorado/Estadão – Estudo inédito aponta 99% dos produtores rurais positivos no risco credito e práticas ESG

Publicado em 29/03/2023

TCAI



PONTOS FRACOS DO AGRONEGÓCIO (RESULTADO DA OPINIÃO LIVRE DOS ALUNOS – 19 out 2020)



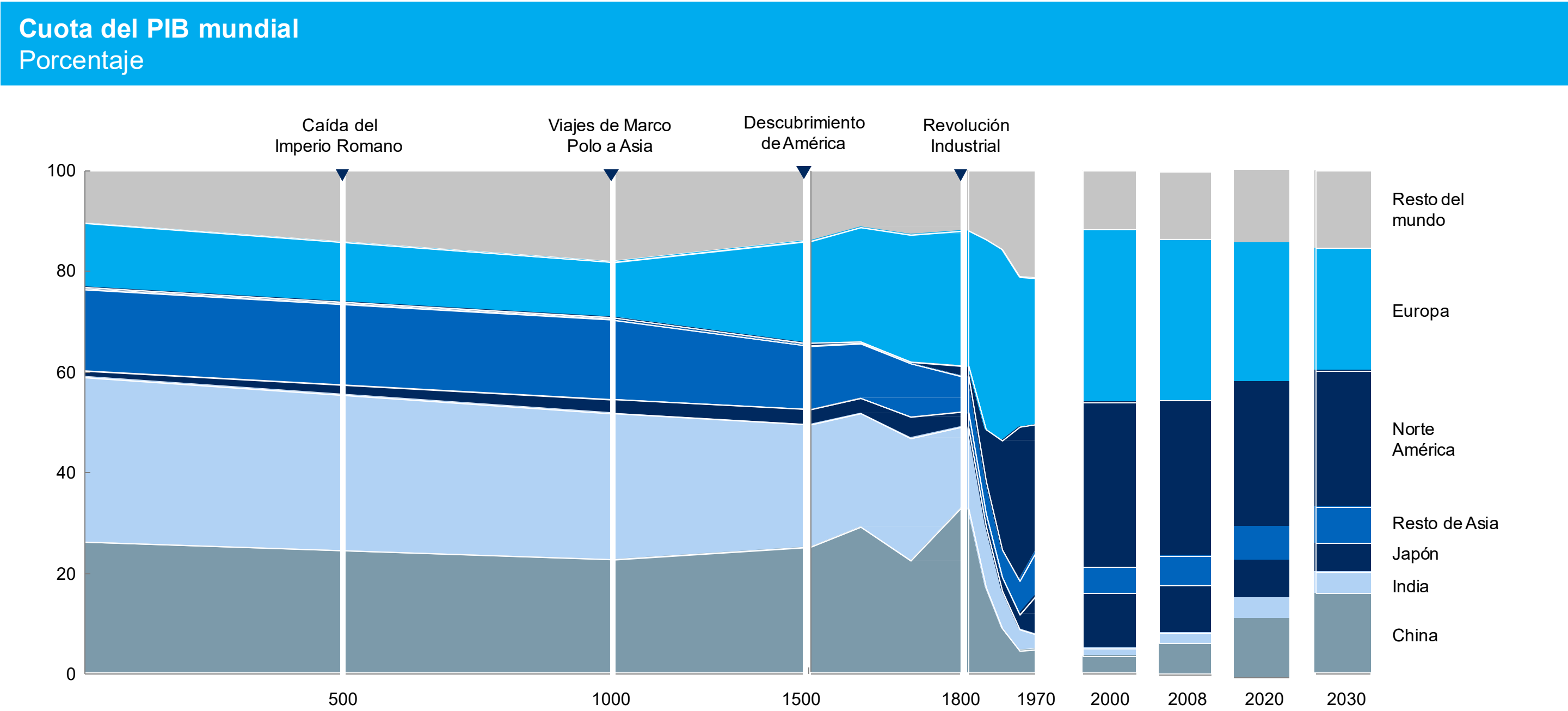
Qual a narrativa mais poderosa para o Brasil no contexto mundial hoje?

**CINTURÃO
TROPICAL**



Além de vender energia, meio ambiente, alimentos, vamos distribuir conhecimentos.

2050 – number 1 - CHINA. Number 2 - USA



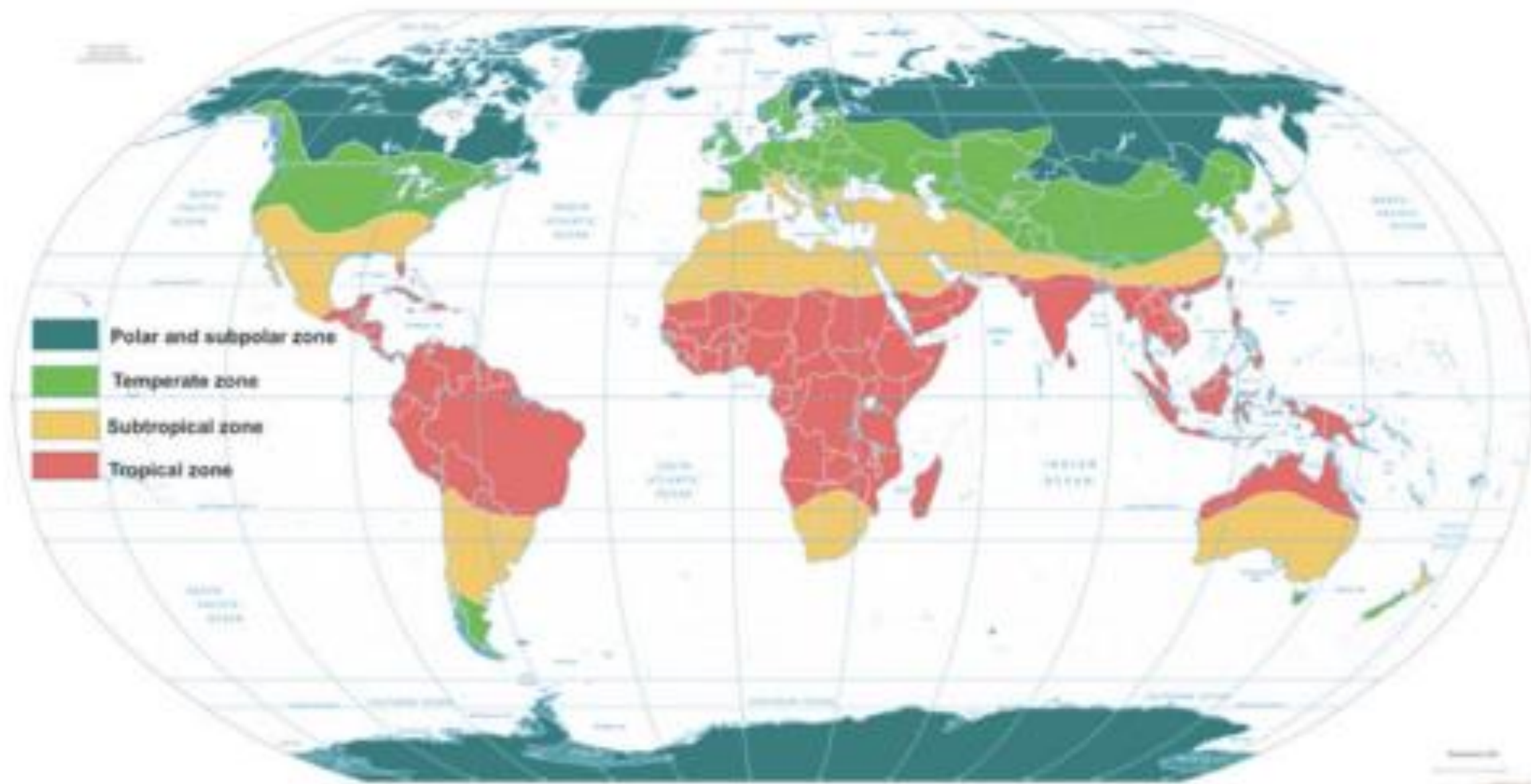
FUENTE: Angus Maddison, Historical Statistics for the World Economy: 1-2003 AD; Global Insight; análisis del Instituto Global McKinsey

McKinsey & Company 11

Number 3 – India. Number 4 - Indonesia. Number 5 –Japan.
Number 6 – BRAZIL.

O Cinturão Tropical

Futuro
Sustentável da
Humanidade

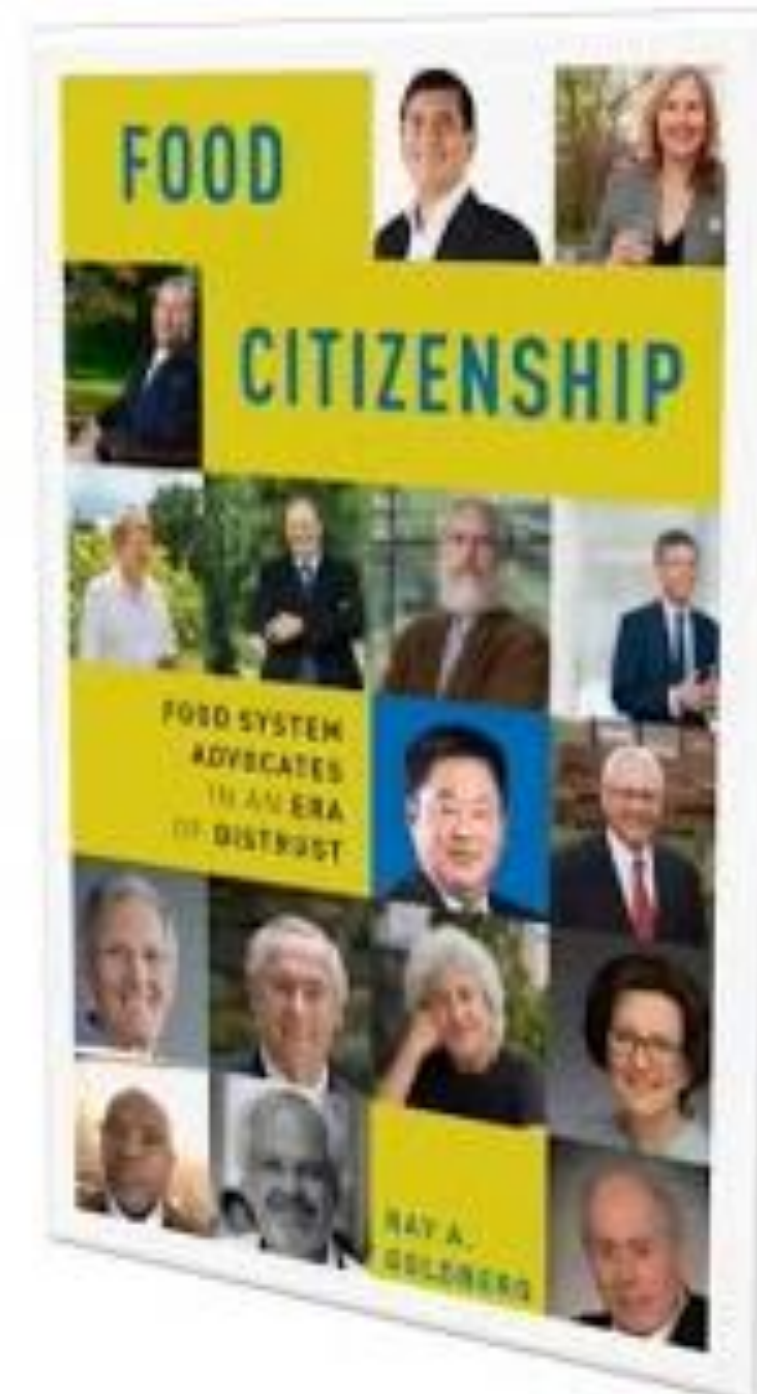


NOW LET'S WATCH THE EPISODES OF RAY GOLDBERG'S SPECIAL SERIE 2 HEALTH SYSTEM...??? OK ???



Professor Ray Goldberg
Harvard Business School

Interview given to Paulo Niederle and Sergio Schneider
June 23, 2020

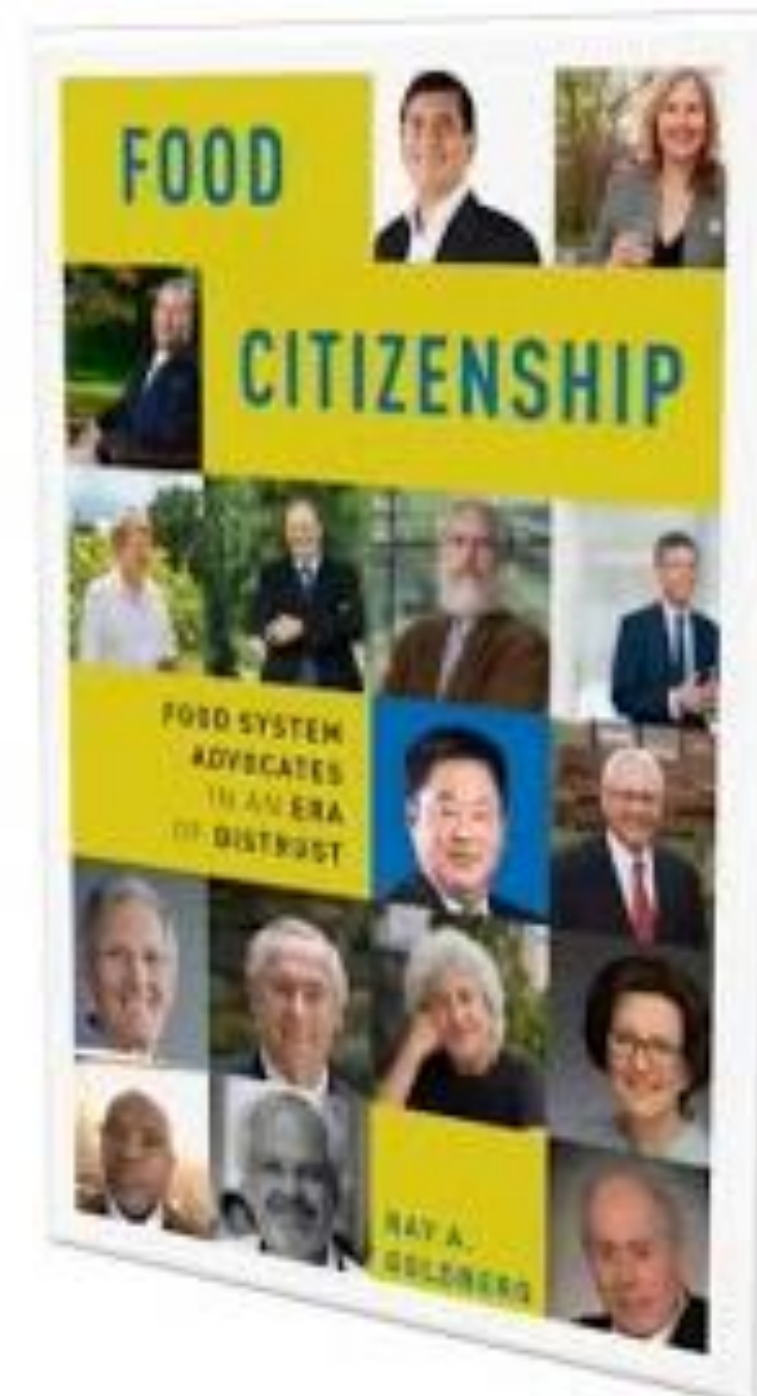


NOW LET'S WATCH THE EPISODES OF RAY GOLDBERG'S SPECIAL SERIE 3 – FOOD CITIZENSHIP.WHY ?



Professor Ray Goldberg
Harvard Bussines School

Interview given to Paulo Niederle and Sergio Schneider
June 23, 2020



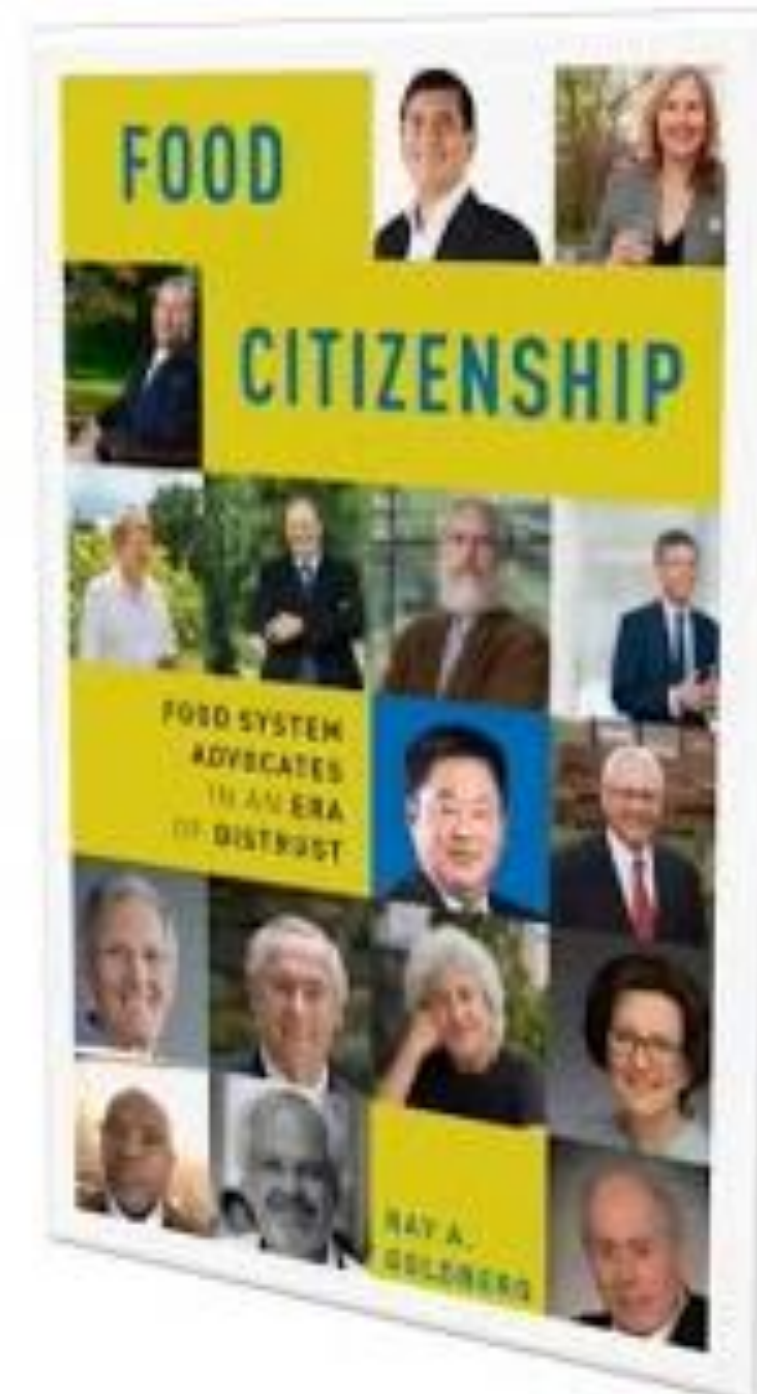


NOW LET'S WATCH THE EPISODES OF RAY GOLDBERG'S SPECIAL SERIE 4 COOPS...??? OK ???



Professor Ray Goldberg
Harvard Bussines School

Interview given to Paulo Niederle and Sergio Schneider
June 23, 2020



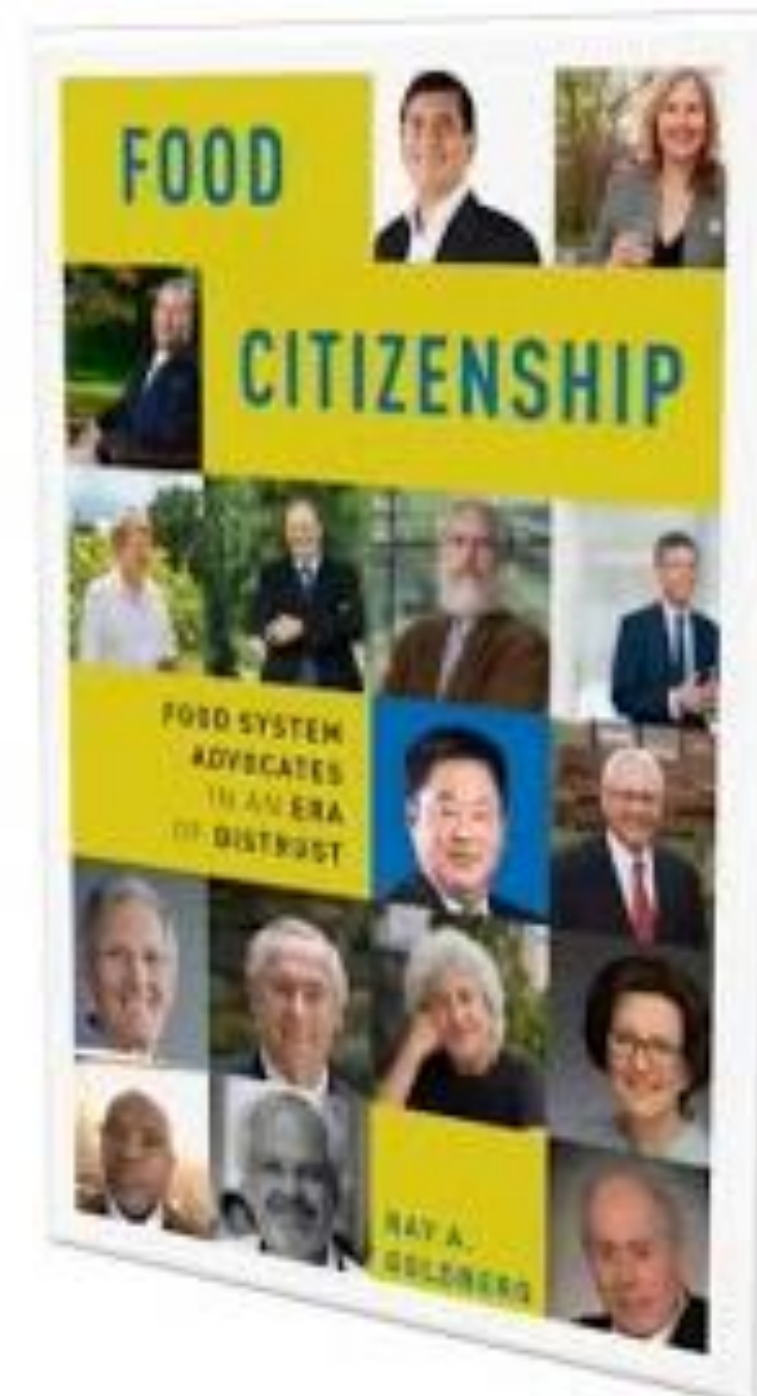


NOW LET'S WATCH THE EPISODES OF RAY GOLDBERG'S SPECIAL SERIE 9 BRAZIL'S ROLE IN AGRIBUSINESS



Professor Ray Goldberg
Harvard Business School

Interview given to Paulo Niederle and Sergio Schneider
June 23, 2020





RATTAN LAL, NOBEL DA PAZ

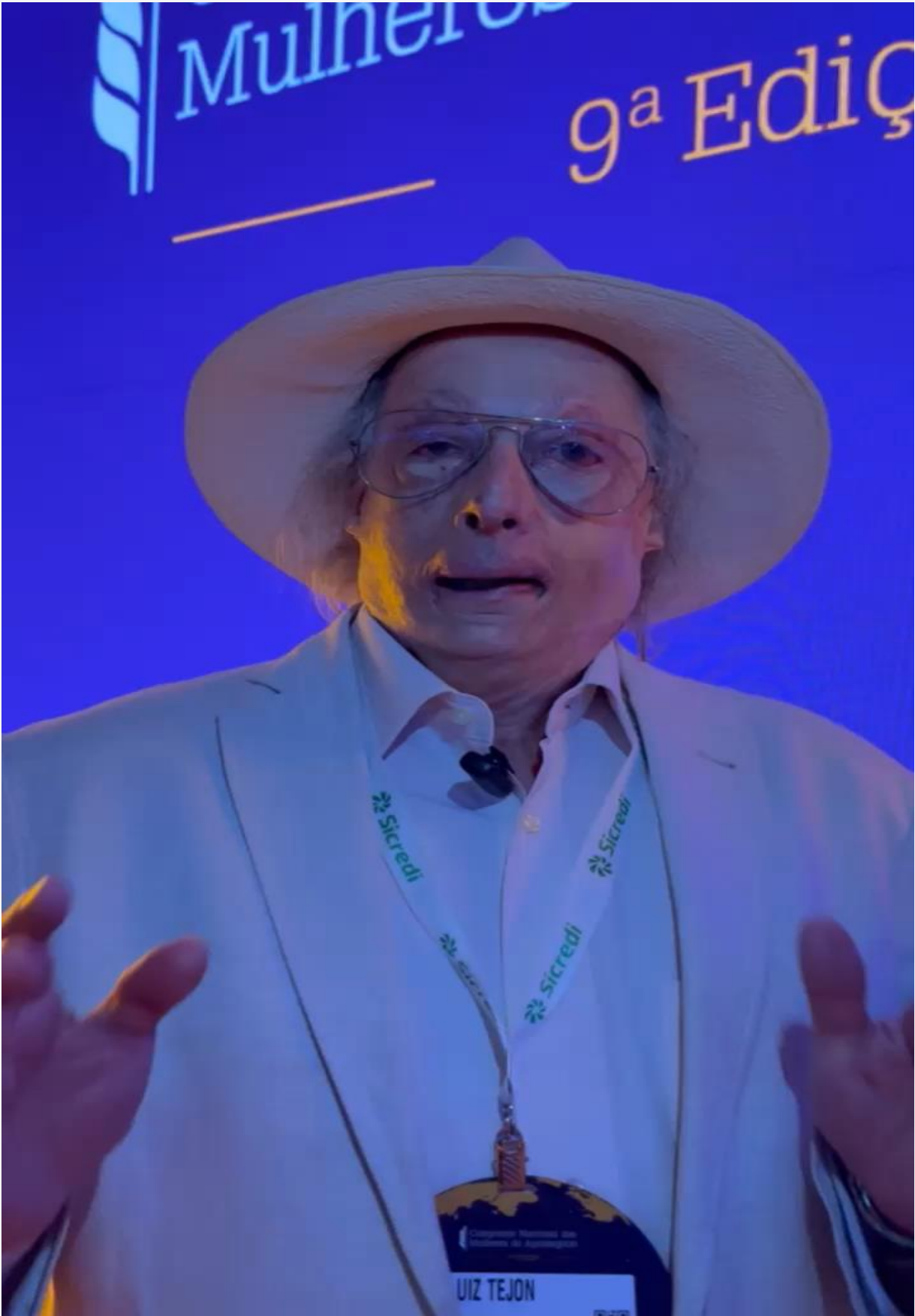
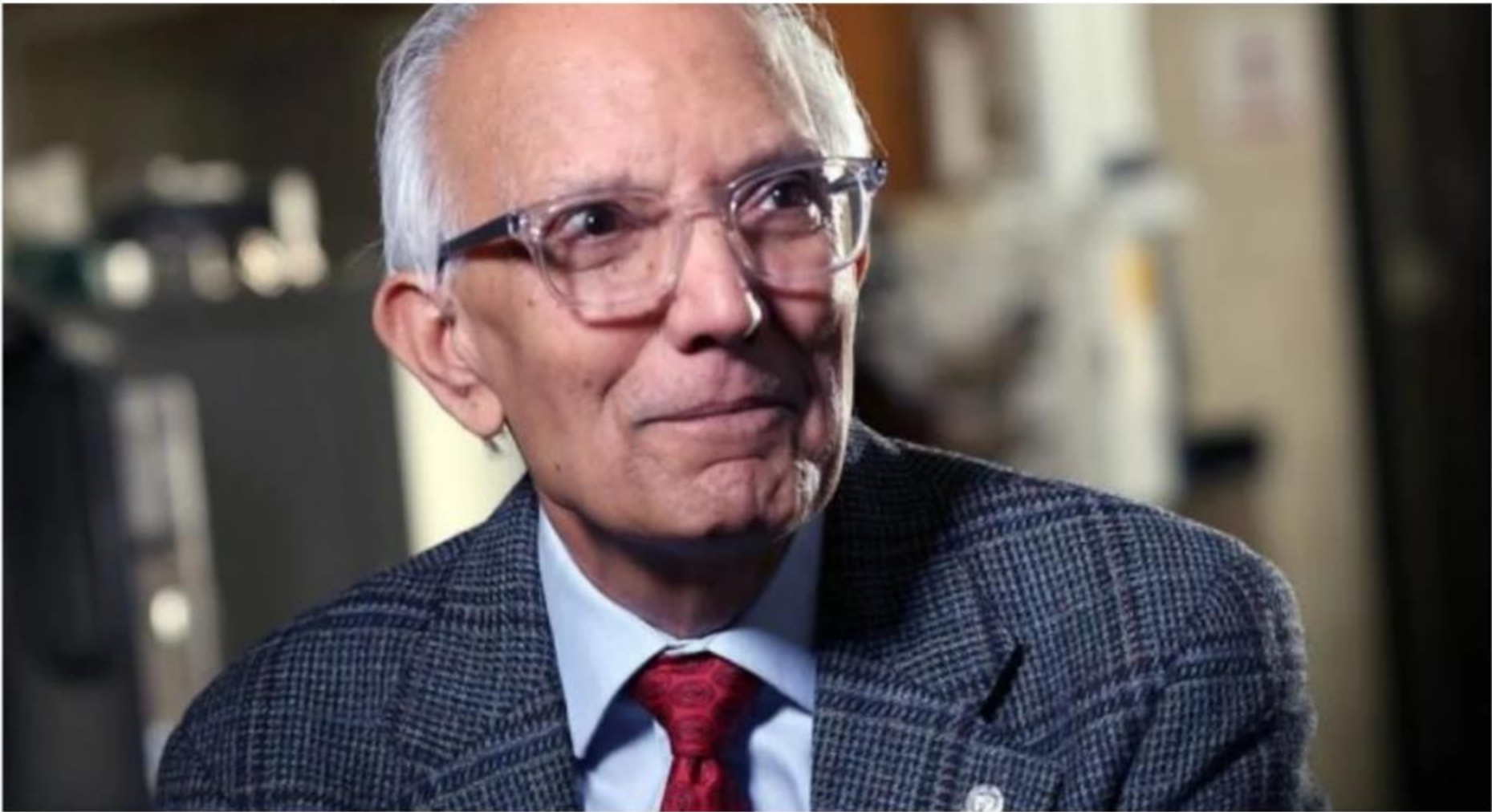
Início / Forbes Agro / Nobel da Paz: as 10 lições de Rattan Lal para o agro brasileiro

Nobel da Paz: as 10 lições de Rattan Lal para o agro brasileiro

Professor emérito da Universidade de Ohio e uma das maiores autoridades em saúde do solo afirma que o país pode ajudar o mundo a ser mais sustentável

Apresentado por

 **DEFENDER**

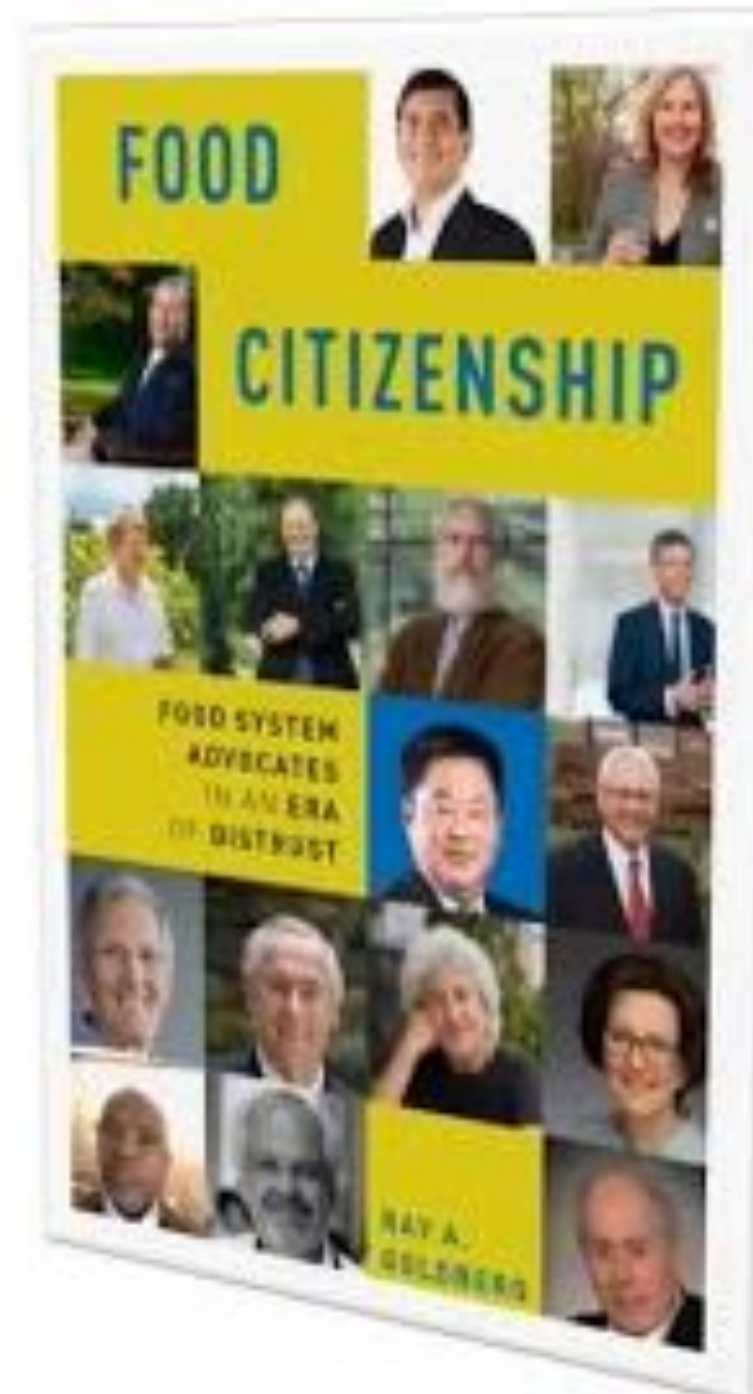


NOW LET'S WATCH THE EPISODES OF RAY GOLDBERG'S SPECIAL SERIE MAIN LEADERS ADVISING 10



Professor Ray Goldberg
Harvard Business School

Interview given to Paulo Niederle and Sergio Schneider
June 23, 2020









(Silvia Massruhá – Pres. Embrapa)

- **SUSTENTABILIDADE**
- **MUDANÇA CLIMÁTICA**
- **BIOREVOLUÇÃO + SEGURANÇA GENÉTICA**
- **AGRO DIGITAL**

**Mariangela Hungria,
pesquisadora da Embrapa Soja,
é laureada com o Prêmio
Mundial de Alimentação,
World Food Prize (WFP),
reconhecido como
“Nobel” da Agricultura.**





Plano safra e agroindústria

BRASIL. 1 MILHÃO DE AGRICULTORES FAMILIARES EM COOPERATIVAS COM DIGNIDADE HUMANA.

No Brasil as cooperativas significam praticamente a metade de tudo o que é produzido. Reúnem mais de 1 milhão de produtores com suas famílias. São pequenos e médios agricultores vivendo com dignidade humana e preservação ambiental.

Brasil. Onde a filosofia cooperativista é exemplo para o mundo todo.



BRASIL. A ARCA DE NOÉ DA SEGURANÇA DA VIDA TROPICAL NA TERRA.

Quando você consome um produto do agronegócio brasileiro está contribuindo para o 5º maior banco de recursos genéticos do planeta terra: o CENARGEN. Ali estão guardados genes vegetais, animais e micro-organismos. Uma verdadeira arca de Noé para a vida do mundo todo. O Brasil tem acordos com a Noruega, onde está o maior banco genético do planeta.

Brasil. Um país, uma arca de Noé do cinturão tropical de todo o planeta.



BRAZIL

BRAZIL.
1 MILLION FAMILY
FARMERS JOINED
IN COOPERATIVES,
PRODUCING FOOD
UNDER HUMAN
DIGNITY.

In Brazil, the cooperatives are practically half of everything that is produced. It gathers more than 1 million producers with their families. They are small and medium farmers living with human dignity and environmental preservation.

Brazil. Where the cooperative philosophy is an example for the whole



BRAZIL.
THE UNIQUE COUNTRY
IN THE WORLD
THAT IS NAMED
AFTER A TREE.

Brazilwood (Pau-Brasil) was the country's first product. Today we preserve 66% of Brazilian forests and plant new trees every day. The integration between crops, livestock and forest already sums more than 15 million hectares. And is expanding.

Brazil. We love trees: they were and are our splendid cradle.



BRAZIL.
WHERE ALL
THE PEOPLE
OF THE WORLD
PRODUCE
FOOD FOR THE
ENTIRE
PLANET.

When you find a Brazilian product there is a great chance it was produced by someone who came from your country.

Brazil. One country with all the people in the world.



BRAZIL.
BIOENERGY
WITH SCIENCE
AND TECHNOLOGY
FOR THE
PLANETARY
TROPICAL BELT.

Brazil, since the oil crisis of 1978 has invested in science to dominate the production of sustainable energy from sugar cane and now with corn, soy and other vegetables. More than producing in the country, EMBRAPA disseminates this knowledge to several countries looking for greater energy quality in their nations.

Brazil: not only production to sell, but also knowledge for different people to develop.



CARNE DE CARBONO NEUTRO. **BRASIL**, ONDE O SONHO VIROU REALIDADE.

A EMBRAPA pesquisa desde muitos anos o impacto ambiental onde se produz de forma integrada com florestas. E agora certifica perante protocolos científicos o resgate de carbono no modelo ILP – Integração Lavoura e Pecuária e SILVIPASTORIL, CCN. Temos carne produzida com carbono neutro.

Brasil, uma nação, todos os povos,
consciência sustentável global.

www.
brazil
agri
citizenship
.com

BRASIL. ALÉM DE AGRIBUSINESS, VAMOS CONSTRUIR UMA AGROCIDADANIA.

Temos muito para fazer. Mas temos muitas coisas boas sendo feitas. Cidades brasileiras no grande interior que não existiam há 40 anos atrás. Pioneiros brasileiros de todas as raças participaram e ali estão hoje com filhos e netos. Um movimento interno no 5º maior país do mundo como não se viu em lugar algum. Queremos criar uma agrocidadania. Dignidade humana para os brasileiros. Para vender qualidade ao mundo, temos consciência das nossas responsabilidades. Iremos nos aperfeiçoar cada dia mais.

Brasil: um país com consciência
de agrocidadania global.

www.
brazil
agri
citizenship
.com

 **bio**marketing
credibilidade e controle

BRASIL. ONDE TODOS OS POVOS DO MUNDO PRODUZEM ALIMENTOS PARA TODO MUNDO.

Onde houver um produto brasileiro há
uma grande chance de você encontrar
a mão de alguém que veio do seu país.

Brasil. Um país de todos os povos do mundo.

www.
brazil
agri
citizenship
.com

 **bio**marketing
credibilidade e controle

BRASIL. BIOENERGIA COM CIÊNCIA E TECNOLOGIA PARA TODO O CINTURÃO TROPICAL PLANETÁRIO.

O Brasil, desde a crise do petróleo de 1978, investiu em ciência para dominar a produção de energia sustentável a partir da cana-de-açúcar e agora com milho, soja e outros vegetais. Mais do que produzir no país, a EMBRAPA difunde esse conhecimento para vários países em busca de maior qualidade energética nas suas nações.

Brasil: não apenas produção para vender, mas também conhecimento para diversos povos desenvolverem.

www.
brazil
agri
citizenship
.com

BRASIL. NÃO SOMOS PERFEITOS, MAS PROCURAMOS E AMAMOS A PERFEIÇÃO.

Somos o terceiro maior produtor de frutas do mundo. São deliciosas, desde abacates, passando por laranjas, mangas, mamões, até as uvas e bananas maravilhosas, perfeitas.

Brasil, uma nação, todos os povos, consciência sustentável global.

www.
brazil
agri
citizenship
.com

BRAZIL. WE ARE NOT PERFECT, BUT WE SEEK AND LOVE PERFECTION.

We are the third largest fruit producer in the world. They are delicious, from avocados, to oranges, mangoes, papayas, to perfect grapes and bananas.

Brazil, one nation, all people, a global sustainable conscience.



BRAZIL. THE NOAH'S ARK OF TROPICAL ENVIRONMENT SAFETY ON EARTH.

When you consume a product from the Brazilian agribusiness you are contributing to the largest germplasm bank in Latin America and one of the largest in the whole world – Cenargen. There, animal breeds, plant samples and micro-organisms are preserved in vitro and in cryopreservation. Life security for the planet. Tropical Noah's ark.

Brazil. One country, a Noah's ark around the tropical belt of the entire



CARBON NEUTRAL BEEF. BRAZIL, WHERE THE DREAM CAME TRUE.

EMBRAPA has researched for many years the environmental impacts where cattle are raised in an integrated manner with forests and crops. Thus, now it certifies before the scientific protocols the carbon sequestration in the model integrating crop and livestock and forest reforestation, in a way we produce certified carbon neutral beef.

Brazil, one nation, all people, a global sustainable conscience.



BRAZIL. HEALTH AND SAFETY, THE NEW NAMES OF GLOBAL AGRIBUSINESS.

We can no longer talk about agrifood, energetic, fiber and feed systems without putting health in every way as a priority. In this new paradigm we operate and we are aware of that responsibility. Brazilian legislation is the most stringent in the world in terms of forestry and follows all international protocols.

Brazil. Health is environmental, plant and animal awareness to serve human health.



BRAZIL. THE UNIQUE COUNTRY IN THE WORLD THAT IS NAMED AFTER A TREE.

Brazilwood (Pau-Brasil) was the country's first product. Today we preserve 66% of Brazilian forests and plant new trees every day. The integration between crops, livestock and forest already sums more than 15 million hectares. And is expanding.

Brazil. We love trees: they were and are our splendid cradle.



BRAZIL. IN ADDITION TO AGRIBUSINESS, WE WILL BUILD AN AGRI-CITIZENSHIP.

We have a lot to do. But we have a lot of good things being done. Brazilian cities in the great countryside that did not exist 40 years ago. Brazilian pioneers of all people that participated and are there today with their children and grandchildren. An internal movement in the 5th largest country in the world as it has not been seen anywhere. We want to create an agri-citizenship. Human dignity for Brazilians. To sell quality to the world, we are aware of our responsibilities. We will improve each day more.

Brazil: a country with awareness of global agribusiness.



BRASIL. O ÚNICO PAÍS DO MUNDO QUE TEM NOME DE ÁRVORE.

No descobrimento foi o pau-brasil o primeiro produto do país. Hoje preservamos 66% das matas brasileiras e plantamos novas árvores todos os dias. A integração lavoura, pecuária e floresta já soma mais de 15 milhões de hectares. E está em expansão.

**Brasil. Amamos árvores:
foram e são nosso berço esplêndido.**

[www.
brazil
agri
citizenship
.com](http://www.brazilagri citizenship.com)

BRASIL. SAÚDE É O NOVO NOME DO AGRONEGÓCIO GLOBAL.

Não podemos falar mais em sistema agroalimentar, energético, de fibras e rações sem colocar a saúde em todos os sentidos como prioridade. Neste novo paradigma atuamos e temos consciência dessa responsabilidade. A legislação brasileira é a mais severa do mundo no código florestal e segue todos os protocolos internacionais.

**Brasil. Saúde é a consciência
ambiental, vegetal e animal
para servir a saúde humana.**

[www.
brazil
agri
citizenship
.com](http://www.brazilagri citizenship.com)



AGRICITIZENSHIP

**FORTALECER A IMAGEM DO BRASIL NO
AGRONEGÓCIO MUNDIAL E O PIONEIRISMO
NO CONCEITO DE AGROCIDADANIA TROPICAL**

**A IMPORTÂNCIA DO AGRIBUSINESS NO MUNDO, NO BRASIL E NOS TRÓPICOS E
A VOZ DA CIDADANIA NA VOZ DO PROF. DR. RAY GOLDBERG.**

**O BRASIL ALIMENTA MAIS DE 1 BILHÃO DE PESSOAS E AINDA NÃO TEM TODO O
RECONHECIMENTO NECESSÁRIO.**

Acções adicionais

Atlas ESG Brazil

Atlas Embrapa tropical belt

**Net flix documentário embracing the
world**

**Tropical belt alianace one planet one
health convergência cop 30**

agricitizenship brazil & tropical belt nations food energy environment health dignity to the world
One planet all lives WE NEED TO CONQUER HEARTHS TO ACHIEVE BRAINS.

