

Falconi



TERMÔMETRO

do setor

Agronegócio

Sumário



- 03 ● Apresentação
- 06 ● Cenário atual
- 12 ● Particularidades do setor
- 17 ● Expectativa para o futuro
- 18 ● Principais achados
- 19 ● Informações sobre a pesquisa





Apresentação

O agronegócio brasileiro é conhecido mundialmente pela importante dimensão que possui. A vasta extensão territorial é uma parte de sua grandeza. O Brasil é o quinto maior país do planeta e o primeiro da América Latina. De toda a sua área, 32,5% (cerca de 61 milhões de hectares) são destinados ao cultivo, segundo o MapBiomas.

Mas o seu destaque não fica apenas na vastidão do campo. A força produtiva, a relevância econômica e a capacidade de fornecimento de alimentos ao mundo dão a justa medida de todo o seu potencial. Por isso, é preciso conhecer a fundo e continuamente esse imenso setor.

Com este intuito, a Falconi, maior consultoria brasileira de gestão, pessoas e tecnologia, compartilha, aqui, os resultados de sua pesquisa Termômetro do Setor Agronegócio. Os dados traduzem o olhar de quem vive da porteira para dentro dos negócios rurais, a partir de entrevistas feitas com 127 executivos e lideranças do campo.

Suas respostas jogam luzes sobre questões imprescindíveis para o entendimento do cenário atual e quais as perspectivas a médio e a longo prazo. A partir dos dados coletados entre 1 e 28 de julho deste ano, o leitor poderá obter insights valiosos que poderão ajudá-lo nas tomadas de decisão a partir de agora.

O objetivo da Falconi é apoiar as empresas do agro na transformação de sua gestão, para potencializar sua capacidade de crescimento. Pois, por maiores que sejam o tamanho e o potencial do setor no Brasil, obstáculos como questões climáticas, a baixa maturidade gerencial e a volatilidade do mercado podem se apresentar como entraves a avanços significativos e sustentáveis.

Para vencer esses desafios, é preciso encarar o agronegócio de forma pragmática. Como lembra André Paranhos, vice-presidente da unidade de negócios da Falconi focada em Agro, o setor passou por eras distintas no país. Em um primeiro momento, os produtores foram despertados para o manejo correto do solo e do cultivo. Depois, veio o tempo de investir em tecnologia, o que colocou o país entre os mais avançados do mundo.

“Por fim, estamos chegando à terceira fase: a da gestão, ferramenta eficaz na potencialização do poder de enfrentamento de crises, superação de desafios e maximização da geração de valor”, afirma Paranhos.



“

A gestão é muito importante porque conecta o conhecimento com práticas eficientes para aumentar a maturidade de gerenciamento. Toda essa base de informação, proveniente do campo para a pesquisa Termômetro do Setor Agronegócio, nos possibilita absorver fundamentos capazes de gerar, de fato, valor nos negócios.”

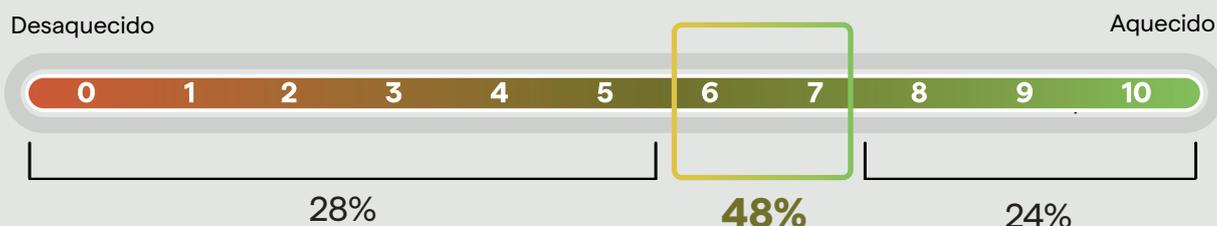
**André Paranhos**

Vice-presidente da unidade de negócios da Falconi focada em Agro

Cenário atual



Qual é a avaliação das lideranças sobre o atual momento do agronegócio no mercado brasileiro?



Ano morno

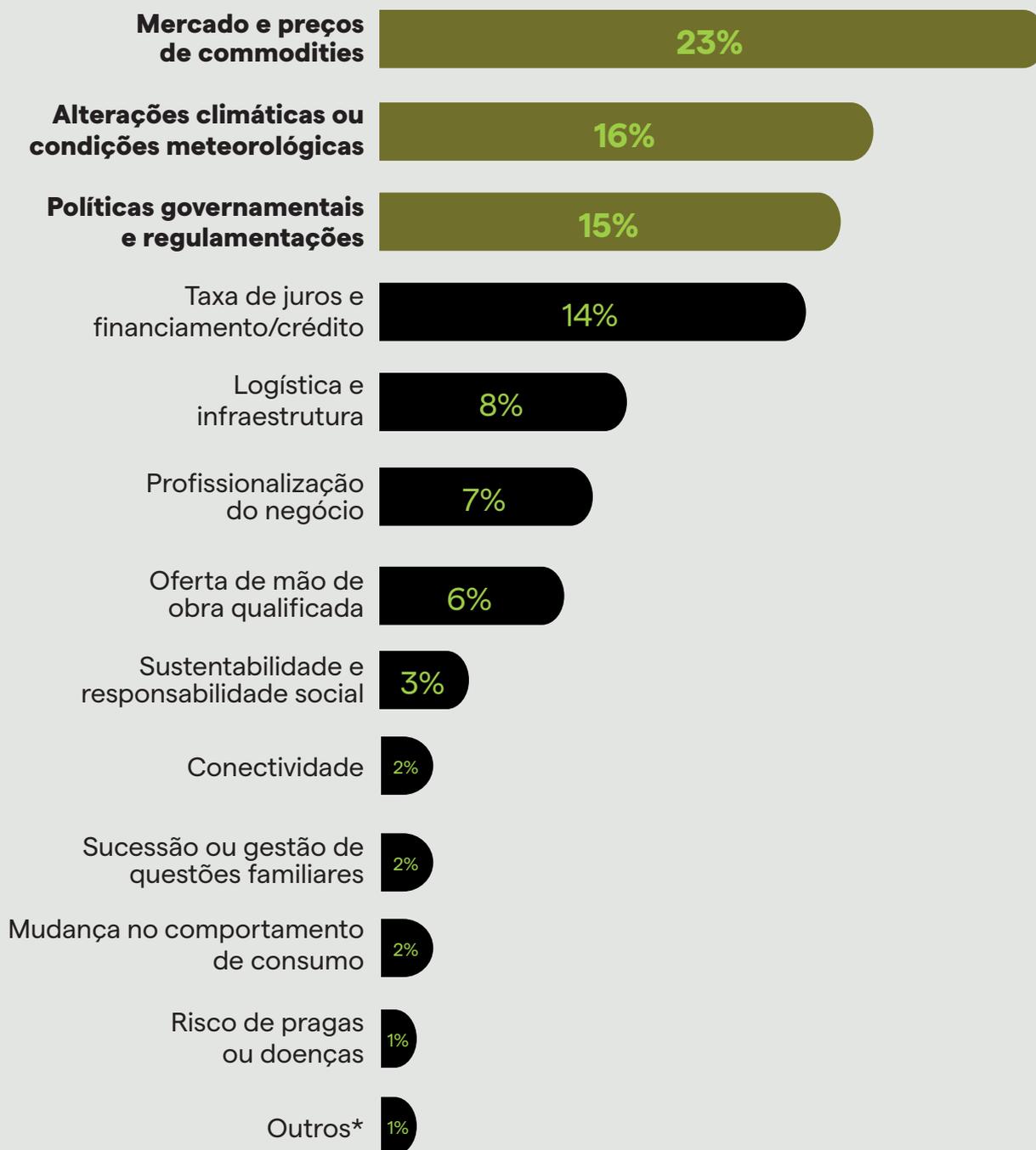
A alta de 2,9% no Produto Interno Bruto (PIB) de 2023 foi impulsionada, principalmente, pela atividade do agro, que cresceu 15,1% em comparação com o ano anterior. O resultado surpreendeu o mercado, mas o otimismo não perdurou ao longo de 2024.

Conforme indicado por 48% dos respondentes da pesquisa, a sensação de um ano morno nos negócios se deve, especialmente, aos desafios climáticos. Inundações no Sul do país e severas queimadas em largo território brasileiro afetaram diretamente safras como as de arroz no Rio Grande do Sul e as de cana-de-açúcar em São Paulo. As causas para um ano de atividade tibia, no entanto, não se restringem a questões meteorológicas.



2

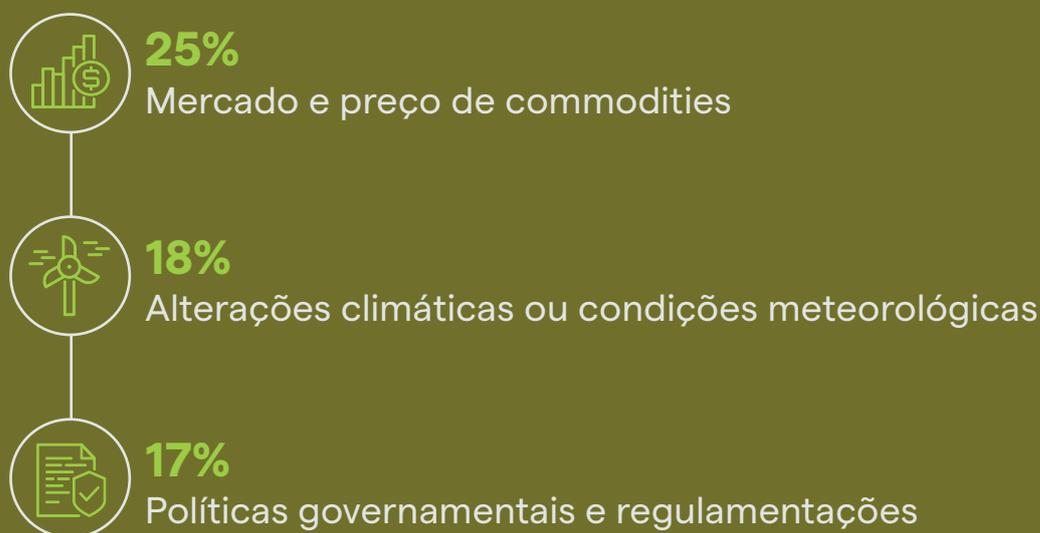
Quais são os três maiores fatores que influenciam a performance das empresas do agro atualmente?



*Cheias no Rio Grande do Sul; Drásticas mudanças demográficas; Inadimplência; Competitividade da indústria nacional frente à chinesa; Nanotecnologia; Defasagem do setor de armazenagem; Governança de crédito dos distribuidores.

O mercado de preços de commodities, políticas governamentais, alta taxa de juros e o elevado custo do crédito acompanham as alterações climáticas entre os maiores desafios dos produtores rurais. No grupo de CEOs, que corresponde a 29% do total de respondentes, esses itens são citados com maior veemência.

Fatores que mais influenciam a performance das empresas, segundo os CEOs



Em um cenário como este, de adversidades que não estão sob o controle dos executivos, há ainda os desafios internos. Tão importantes quanto os externos, os “problemas de casa” podem ser altamente destrutivos se não tratados com a devida prioridade. É neste ponto que a alta gestão se torna fundamental. A maturidade gerencial é o que dará robustez e assertividade às decisões da liderança no combate a todo tipo de obstáculo.

3

Quais são os três maiores desafios na gestão do negócio agrícola?



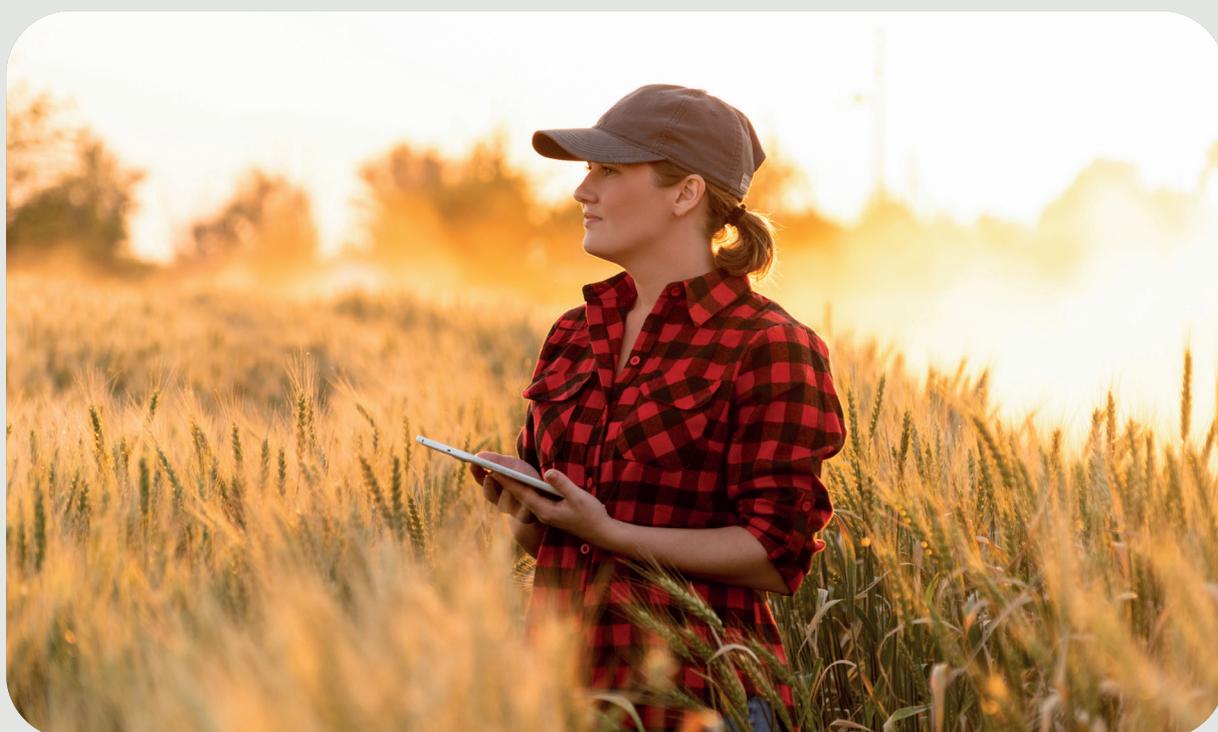
*Danos sérios na nossa infraestrutura; Mão de obra; Disponibilidade de mão de obra.

Gestão frágil

Entre os CEOs, esta realidade muda significativamente. A disciplina no controle da execução dos planos e a verificação dos resultados alcançados são o maior desafio na gestão dos negócios com 57% das respostas. A conexão entre o planejamento estratégico e a operação/execução fica em segundo lugar, com 53%. A definição de um planejamento estratégico, por sua vez, é citada por 47% da alta liderança.

Estes resultados revelam uma fragilidade significativa na gestão das empresas do agro brasileiro. O planejamento estratégico com um eficiente desdobramento de metas e o acompanhamento rigoroso dos avanços, por exemplo, são elementares para o crescimento, a longevidade e a sustentabilidade dos negócios.

Alcançar um nível maduro na gestão, portanto, é elevar o patamar das organizações e estar preparado para as intempéries do clima, do mercado ou das regulações governamentais do momento.



“ Percebemos que as principais dificuldades dos executivos e empresários estão diretamente relacionadas ao planejamento estratégico e em como conectá-lo ao dia a dia da operação. É preciso fazer esse link sem negligenciar a gestão tática e o treinamento de equipes de vendas para extrair cada vez mais valor. Além disso, tem toda uma questão de cultura organizacional. É preciso enraizar essas boas práticas de gestão não só na liderança, mas em todas as esferas da empresa, para que isso se perpetue em toda a organização. ”



André Paranhos

Vice-presidente da unidade de negócios da Falconi focada em Agro

Particularidades do setor

Investimentos e Inovação

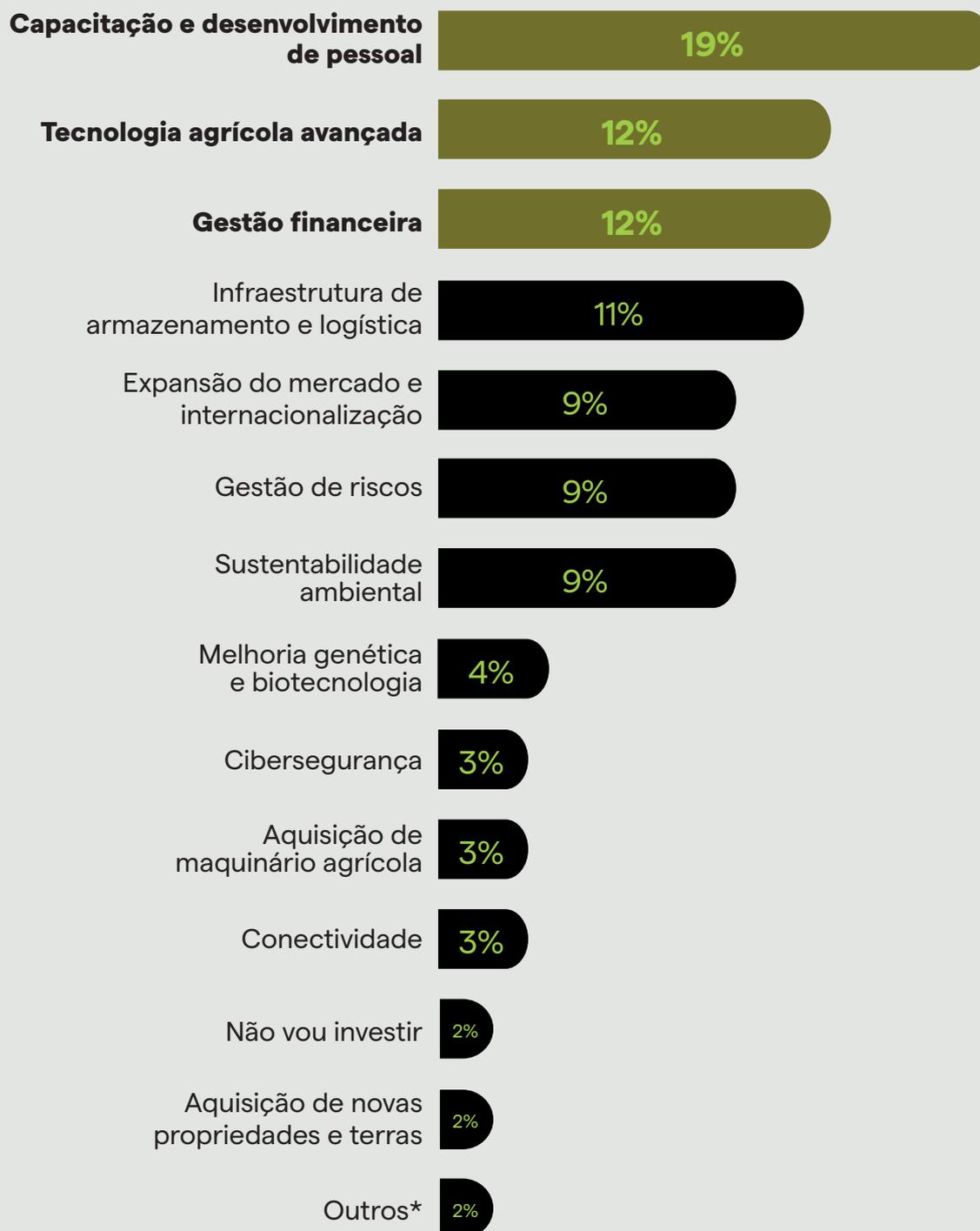


A alta maturidade na gestão também é definitiva para a tomada de decisões necessárias no dia a dia dos produtores. Sabendo do efeito em curto, médio e longo prazos de suas resoluções, o executivo precisa entender o mercado e avaliar qual é a melhor resposta para perguntas como onde investir, expandir ou retrain, diversificar ou focar, entre tantas outras questões inesperadas que surgem enquanto a vida dos negócios acontece.

Neste momento, segundo as lideranças consultadas pela Falconi, as prioridades para os investimentos em curto prazo passam por pessoas, finanças e tecnologia.

4

Quais serão as três prioridades para os investimentos das empresas do agro nos próximos 12 meses?



*Não se aplica; As propostas abaixo não se adequam ao nosso perfil de indústria; Expansão de fábrica e laboratórios; Estrutura própria; Reconstrução da fábrica; Investimento em ERP.

A ordem das prioridades, quando citadas apenas por produtores na posição de presidente, sofre uma pequena alteração.



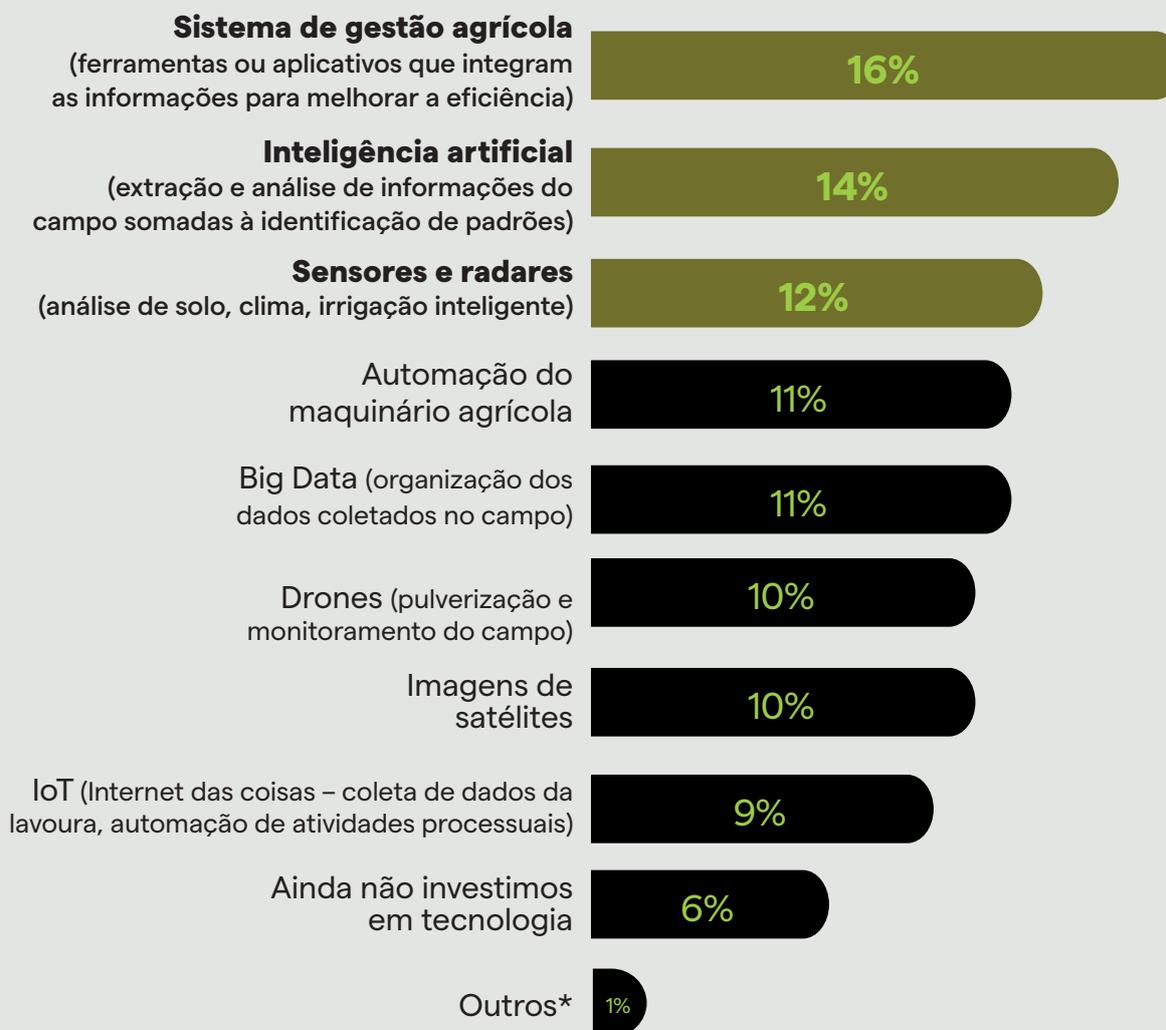
A intenção maior de investir em capacitação e desenvolvimento pessoal se justifica. Afinal, são esses profissionais qualificados que poderão orquestrar e operar os avanços tecnológicos disponíveis para a garantia da eficiência no campo. Ao longo das últimas décadas, a inovação no agro se mostrou eficaz para o aumento da produtividade, a redução dos custos e a excelência nas entregas.

Em 2020, uma pesquisa realizada em parceria entre a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) indicou que 84,1% dos agricultores entrevistados utilizavam pelo menos uma tecnologia digital em seu processo produtivo.

Quatro anos depois, para a maioria dos respondentes do presente levantamento da Falconi, o agronegócio no Brasil continua sendo “bastante inovador”. Acompanhe os resultados a seguir e saiba como as empresas do agro direcionam os seus investimentos em tecnologia e como as lideranças enxergam a inovação no setor.

5

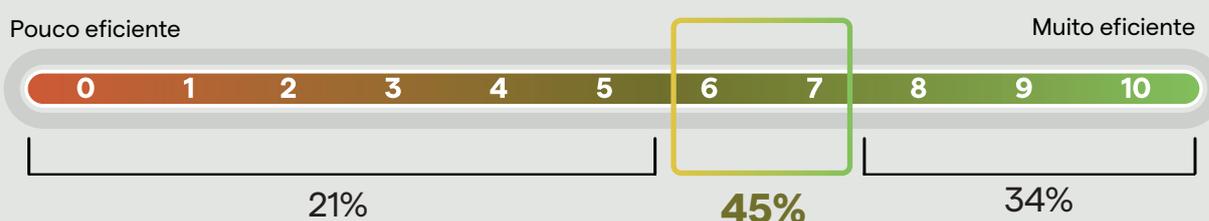
Quais ferramentas e soluções baseadas no uso de tecnologia já são adotadas por sua empresa e aplicadas no dia a dia da operação?



*Ferramentas de gestão; As propostas abaixo não se adequam ao nosso perfil de indústria; Estamos na pecuária e os exemplos são de agricultura; Chem & bio technology; Modernização.

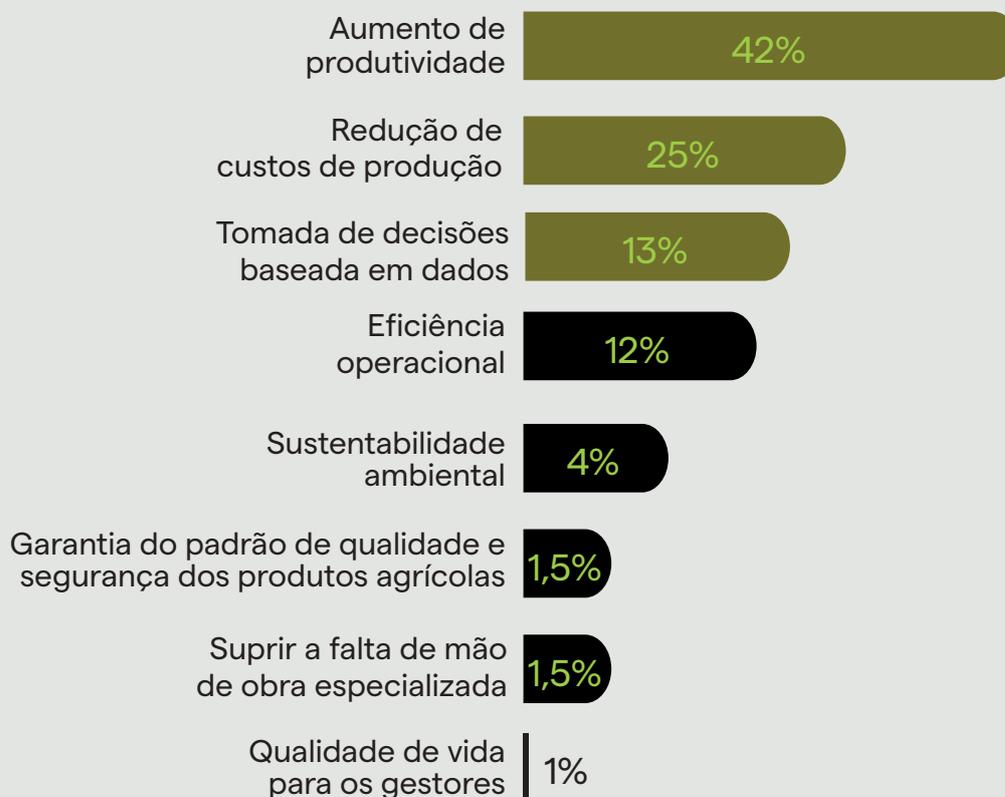
6

Quão eficiente é a sua empresa na adoção de novas tecnologias?



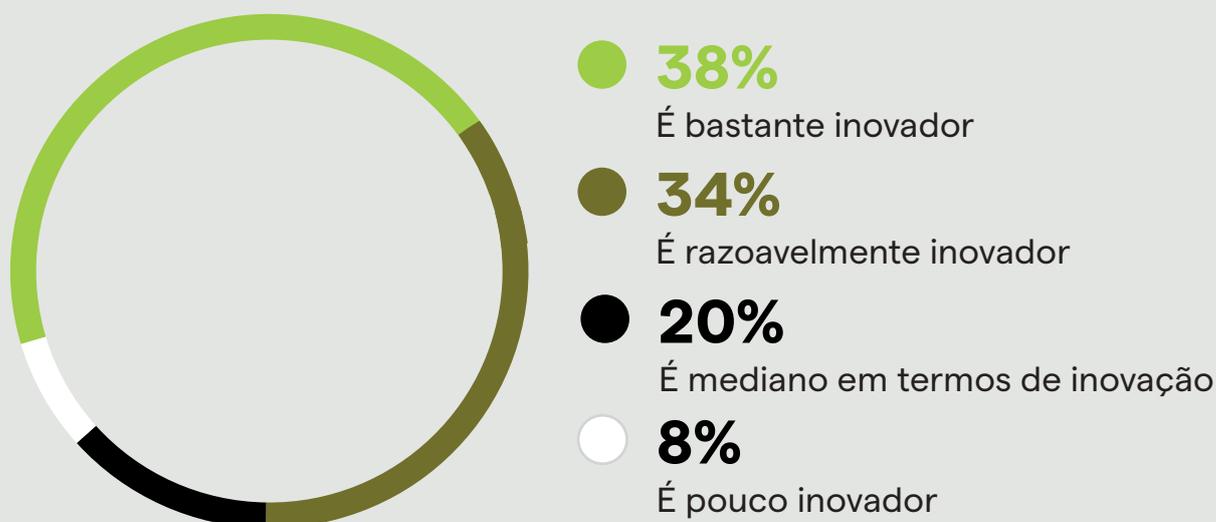
7

Maiores benefícios do uso das tecnologias para as lideranças do agronegócio



8

Nível de inovação do agronegócio brasileiro

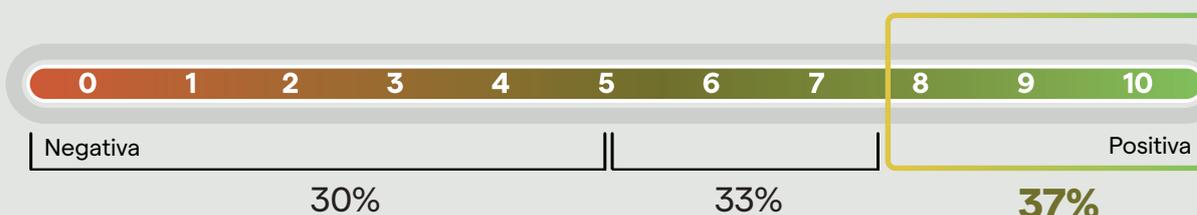


Do total de CEOs, 76% afirmam que o agronegócio é bastante ou razoavelmente inovador. Apenas 5% consideram o setor pouco inovador.

Expectativa para o futuro

9

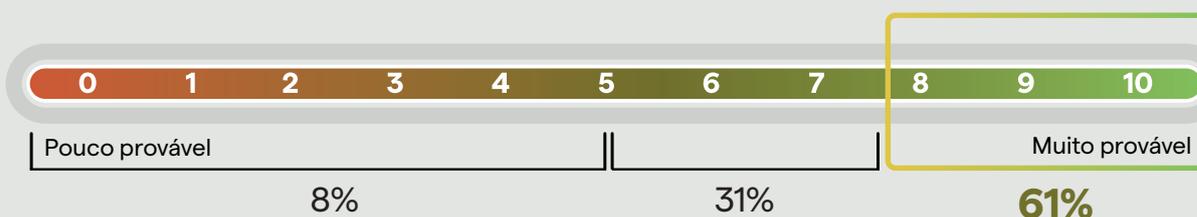
Qual é a expectativa de crescimento para a sua empresa considerando os próximos seis meses?



Apesar do ano morno, a maior parte das lideranças do agro acredita que, no curto prazo, será iniciada uma curva de crescimento. Para os otimistas, os avanços tecnológicos serão um dos responsáveis por esse movimento de expansão.

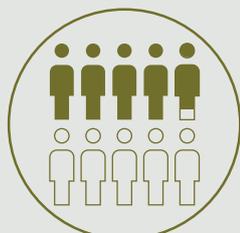
10

Qual é a chance de o setor passar por mudanças significativas nos próximos três anos em decorrência da utilização de novas tecnologias?



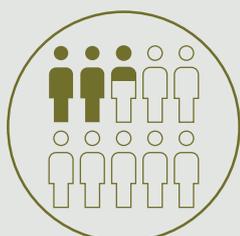
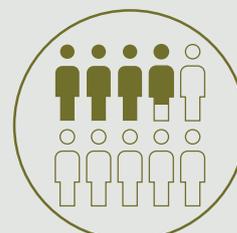
A confiança do setor, no entanto, poderá ficar ainda maior se a evolução dos negócios se der apoiada em iniciativas internas. A inovação, o cenário macroeconômico oportuno ou o clima favorável podem ajudar e muito no desempenho das empresas do agro. Mas o princípio da boa gestão não está na expectativa daquilo que não se pode controlar. Ao contrário, está na atitude intencional de gerir o campo com excelência.

Principais achados



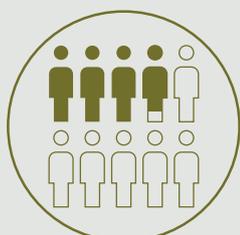
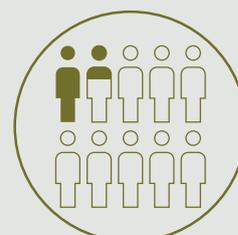
48% dos profissionais do setor classificam o atual momento do agronegócio como morno. Já 24% dos respondentes se mostram mais otimistas com o cenário presente.

37% das empresas estão confiantes para crescer nos próximos seis meses, e as lideranças planejam investir prioritariamente em: capacitação e desenvolvimento de pessoal (19%), tecnologia agrícola avançada (12%), gestão financeira (12%) e infraestrutura de armazenamento e logística (11%).



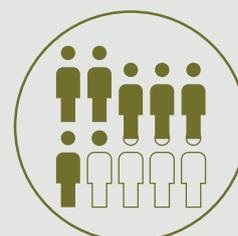
Os desafios do setor que mais impactam as empresas são: **mercado e preços de commodities (23%), alterações climáticas ou condições meteorológicas (16%) e políticas governamentais e regulamentações (15%).**

Os obstáculos que mais afetam as empresas do agro são a **conexão entre o planejamento estratégico e a operação/execução (13%), a gestão das estratégias comerciais e equipes de vendas (13%) e a definição de um planejamento estratégico (12%).**



O agronegócio tem grande atuação inovadora e é favorável à adoção de novas tecnologias. **38% dos respondentes avaliam o setor como bastante inovador.** Apesar disso, **percebe-se pouca adesão às soluções baseadas no uso de tecnologias mais modernas,** como inteligência artificial (14%) e IoT (9%).

61% dos respondentes se mostram otimistas com as mudanças tecnológicas do setor nos próximos três anos.



Informações da Pesquisa

Objetivo:

Mensurar o clima e as expectativas atuais do setor do agronegócio no Brasil em quatro dimensões:

- Cenário macro
- Particularidades do setor
- Tecnologia
- Investimentos

Período de aplicação:

De 01/07/2024 a 28/07/2024.

Método da pesquisa:

Quantitativa com questionário estruturado de 14 perguntas de escolha única ou múltipla. Aplicação via Microsoft Forms.

Escalas aplicadas:

Escala Likert e escala ordinal, em que os números são dispostos em ordem crescente para demonstrar o grau de importância.

Público-alvo:

Lideranças e profissionais do agronegócio.

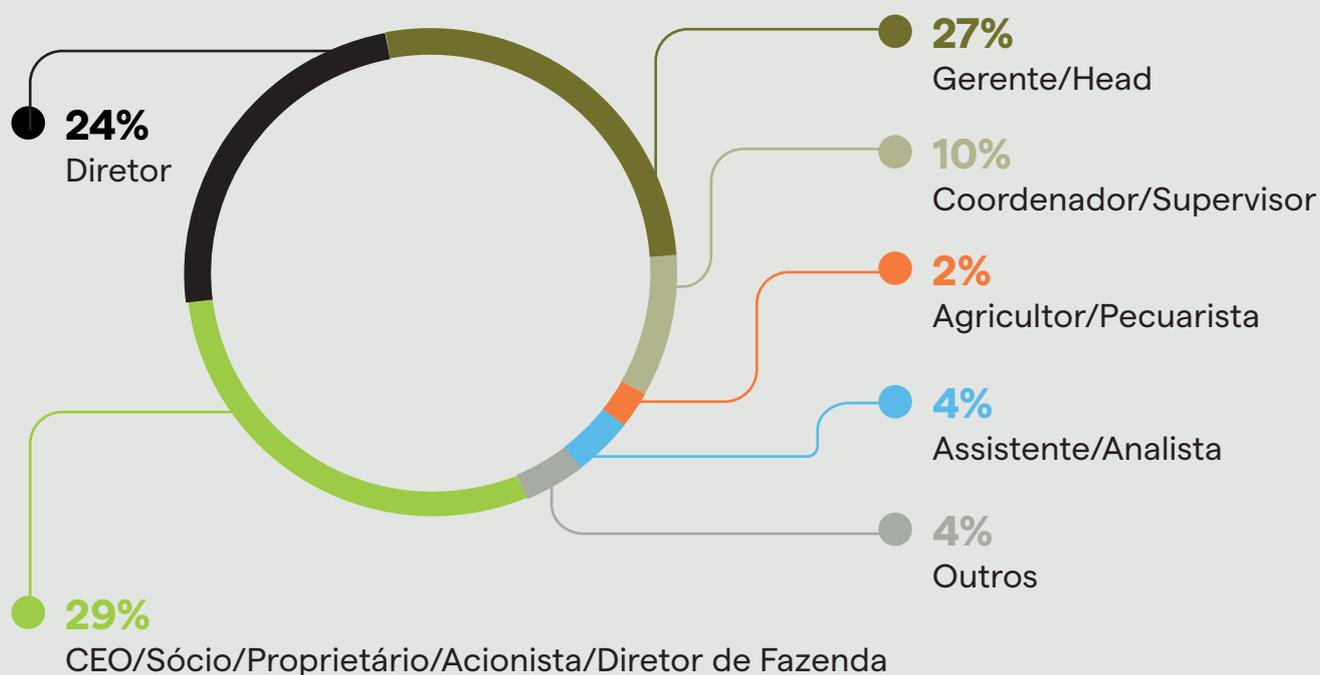
Perfil das empresas:

De pequeno, médio e grande porte.

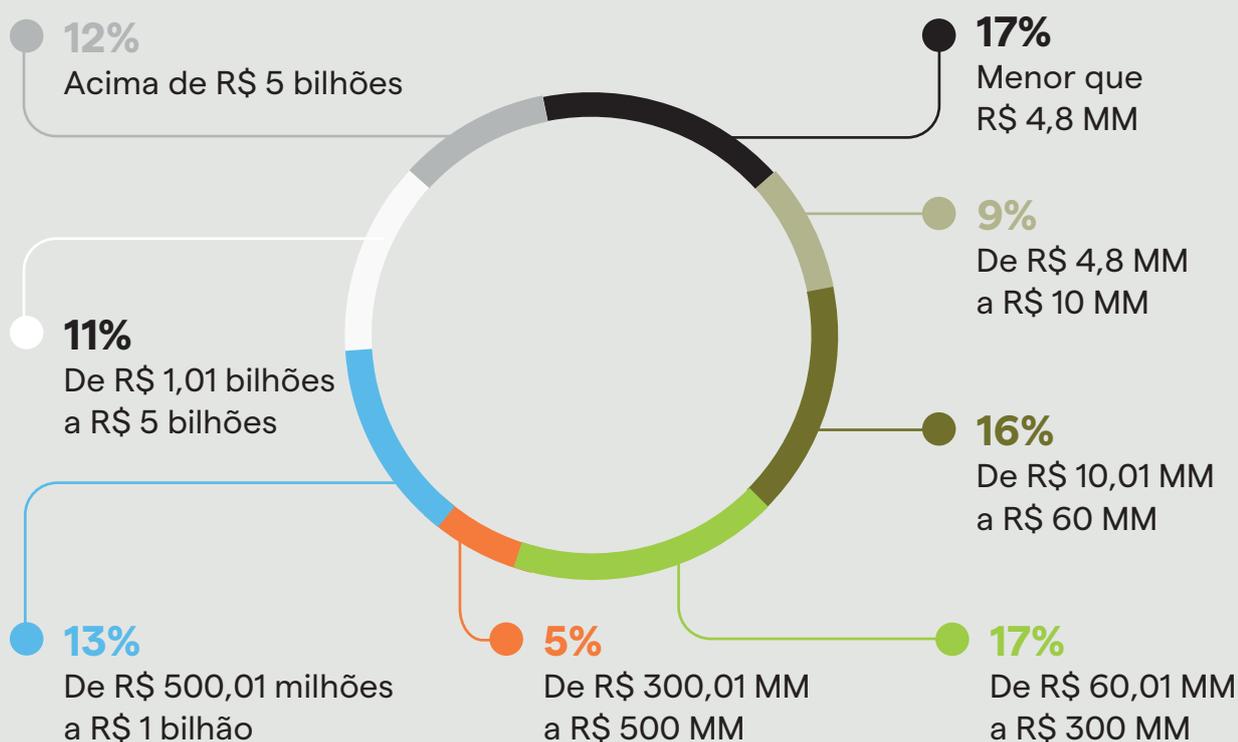
Algumas empresas que participaram:

Bayer, BCG, Bridgestone, Safra e Wipro.

▶▶ Respondente por cargo:



▶▶ Faturamento anual das empresas:



Vedada a reprodução total do material. Permitida a reprodução parcial com indicação da autoria.

Falconi

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 1327, 17° andar.
Itaim Bibi, São Paulo, SP, Brasil. 04543-011

Rua Jaceguai, 208, 14° andar, Sala 1408.
Prado, Belo Horizonte, MG, Brasil. 30411-040

+55 (11) 3512-6000

 falconi.com

 [@falconioficial](https://www.instagram.com/falconioficial)

 [Falconi](https://www.linkedin.com/company/falconi)