

PivotPoint

ANO 06 | NÚMERO 21
OUTUBRO - 2021

BRASIL

IRRIGAÇÃO ALGODOEIRO

CONFIRA A ENTREVISTA COM O
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DOS PRODUTORES DE ALGODÃO

MITO OU VERDADE

ESPECIALISTA VALLEY ESCLARECE
OS PRINCIPAIS MITOS QUE RODEIAM
O PIVÔ CENTRAL E A IRRIGAÇÃO

100% VALLEY

CONHEÇA O CLIENTE VALLEY
QUE NÃO ABRE MÃO DA
CONSULTORIA IRRIGER



EXPERIÊNCIA VALLEY

DO ATENDIMENTO À ENTREGA FINAL,
CONHEÇA A FILOSOFIA QUE COLOCA O
CLIENTE VALLEY NO FOCO CENTRAL DE
NOSSAS SOLUÇÕES.

04. NOTA DO EDITOR

05. PALAVRA DO PRESIDENTE

6. **ENTREVISTA**

O Presidente da Abrapa, Júlio César Busato, pontua sobre o trabalho realizado pela associação, comenta sobre o trabalho realizado pelos produtores de algodão brasileiros e sobre o papel da irrigação no setor algodoeiro.



9. **NOTÍCIAS BRASIL**

Os destaques mais recentes do setor agrícola brasileiro.

11. **NOTÍCIAS AMÉRICA LATINA**

As novidades, inovações e perspectivas do setor a nível internacional.

13. **Pivô Central**



14. **ACONTECEU**

Confira as notícias que contaram com a participação da Valmont nos últimos meses.

15. **MUNDO VALLEY**

Fato ou fake? Especialista em gerenciamento de irrigação esclarece mitos e verdades relacionados à irrigação por pivô central.

18. **MUNDO VALLEY**

Centro de Distribuição da Valley, em Ribeirão Preto (SP), sedia encontro de gestores com participação de revendas de todo país.

20. **POR DENTRO DA FÁBRICA**

Conheça as inovações tecnológicas da Valley e as soluções que integram conectividade aos sistemas de irrigação.

24. POR DENTRO DA FÁBRICA

Os bons resultados da Semana CX Valley, iniciativa voltada para a promoção da boa experiência dos clientes.

25. RE VENDAS

Conheça a Produtividade, revenda mato-grossense que possui uma quota de mercado distinta e participa de projetos para o fomento da irrigação regional.

28. No Campo



29. RESULTADO NA LAVOURA

A Estância Santa Maria, localizada no Rio Grande do Sul, comemora os bons resultados da irrigação na Integração Lavoura-Pecuária.

31. MERCADO

Entenda a importância das entregas técnicas na garantia da melhor experiência dos clientes Valley.

32. Grandes ideias

33. ESPAÇO IRRIGER

O produtor Regis Ceolin, da Fazenda Santo Antônio, destaca os excelentes resultados alcançados com o apoio da consultoria da Irriger.



35. ESPAÇO ENERGIA SOLAR

Integrando sustentabilidade à produção de grãos, os produtores da Irmãos Gatto Agro apostaram na instalação de um sistema de energia solar e colheram resultados impressionantes.

36. MESTRES DA IRRIGAÇÃO

Everardo Mantovani e Jonas Proença abordam importantes aspectos nos artigos técnicos desta edição.

nota do editor



Emiliano Barreto
Gerente de Marketing
América Latina

Caro leitor, se existe um aspecto que foi o foco dos últimos meses na Valmont, é a Experiência do Cliente. Nossa equipe sempre foi movida pelo desejo de fazer o melhor possível por quem investe nos nossos produtos e serviços, mas a filosofia da Valmont vai além disso. Do primeiro atendimento à entrega da última peça do pivô, o cliente Valley passa por uma experiência personalizada e cuidadosamente pensada para atender a todas as suas necessidades.

Mesmo depois da instalação do pivô, a experiência continua. Quem conta com a consultoria da Irriger conhece o atendimento customizado e adaptado para a realidade de

cada fazenda – e esse atendimento é o assunto principal de uma reportagem que você lerá em breve.

Outras novidades preenchem as páginas da nova Pivot Point. Do cliente 100% Valley que comemora excelentes resultados na Integração Lavoura–Pecuária–Floresta, ao Encontro de Gestores de Peças que movimentou o Centro de Distribuição da Valley.

A energia solar também se faz presente nesta edição, alimentando mais de 3 mil módulos em uma fazenda de Mato Grosso – propriedade de um produtor que comemora a redução expressiva de emissão de CO2 para a atmosfera.

Além de tudo isso, o conhecimento técnico também está, como sempre, presente nas nossas páginas. O professor Everardo Mantovani e o nosso Diretor de Desenvolvimento de Rede e Experiência do Cliente, Jonas Proença, voltam a assinar excelentes artigos sobre assuntos mais atuais que nunca.

Desejo a todos uma excelente leitura!



EDITOR

Emiliano Barreto

COORDENAÇÃO

Luiz Barbosa

SUPORTE

Hiago Cruz

JORNALISTA

RESPONSÁVEL

Faeza Rezende

MTB: 12323/MG

REPORTAGENS

Banco DLL

Breno Cordeiro

Pedro Marino

FOTOGRAFIAS

Tiago Ferraz

PROJETO GRÁFICO

Estúdio Siamo

COLABORADORES

Jonas Proença

Diretor de Desenvolvimento de Rede e CX

Júlio Júnior

Analista de Customer Experience

Everardo Mantovani

Professor da Universidade Federal de Viçosa

(UFV)

marketing@valmont.com.br

A Pivot Point Brasil é uma publicação quadrimestral e gratuita da Valmont Indústria e Comércio Ltda, destinada a seus revendedores, amigos e clientes para divulgação de ideias, opiniões, notícias, eventos e lançamentos. Todos os direitos são reservados e é proibida a reprodução sem autorização prévia. O conteúdo dos anúncios é de responsabilidade dos anunciantes e todas as opiniões e informações são de responsabilidade dos autores, e não refletem a opinião da Valmont Brasil. Todas as fotos são de divulgação, exceto as que possuem crédito específico.

palavra do presidente



Renato Silva
DIRETOR-PRESIDENTE VALMONT BRASIL

Amigo cliente, a era tecnológica possibilita marcos históricos para o setor agrícola. Ferramentas inovadoras empoderam os produtores e tornam cada dia mais rentável e produtivo o dia a dia no campo. A conectividade transpõe as barreiras físicas e possibilita a execução de projetos com excelência e em tempo hábil. Vivemos, na irrigação, um momento extremamente digital, que abre as portas do amanhã e trilha o caminho de uma produção sustentável, prática e tecnológica.

Uma das mais importantes perspectivas da Valmont é construir, em meio às efervescentes inovações técnicas e comunicacionais da tecnologia, uma relação comercial sólida e próxima. O foco do trabalho e dos esforços de todas as nossas equipes são os resultados e a satisfação de nossos clientes. Por isso, a experiência do consumidor e todos os aspectos que a ela concernem são, atualmente, um de nossos pilares fundamentais.

Da aquisição à entrega, do planejamento à consultoria, nosso time está preparado para executar um padrão de atendimento de excelência, potencializar resultados e criar laços pautados no que nos une: a irrigação e o amor pelo agro.

Com a tecnologia abrindo caminho para o futuro e uma equipe cada vez mais dedicada à inovação no atendimento e no trabalho desenvolvido no dia a dia, só nos resta manifestar a nossa gratidão. O futuro é agora. O futuro é Valmont!

entrevista

Algodão: Retrato de um setor em expansão

O setor algodoeiro nacional é destaque no cenário mundial, não só pelos excelentes resultados que colocam o Brasil no topo do ranking de produtividade da pluma, mas também pela eficiência e organização de todo o setor, encabeçado pela Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa). Nesta edição, conversamos com o presidente da entidade, o sr. Júlio César Busato, que explicou um pouco do trabalho realizado pela associação, pelos produtores de algodão brasileiros e, claro, o papel da irrigação no setor algodoeiro.

JÚLIO BUSATO



Pivot Point: É inegável que o algodão é uma cultura de extrema importância para o Brasil: o nosso país está perto do topo da lista de maiores produtores, maiores exportadores e, até mesmo, maiores consumidores da pluma. O que explica a presença tão forte do algodão no Brasil?

Historicamente, o Brasil teve três grandes oportunidades com a cultura do algodão. A primeira foi em 1760, no Estado do Maranhão. Naquela época, o governo local impôs altas taxas de impostos à cultura, o que acabou inviabilizando o plantio de algodão. Infelizmente, foi exatamente na época

em que acontecia a Revolução Industrial, lá na Inglaterra, e o Brasil perdeu uma grande oportunidade de se industrializar e se tornar um grande fornecedor mundial de algodão. Na década de 80/90, o Brasil volta como um grande produtor de algodão, plantando 4,2 milhões de hectares, apenas na agricultura familiar

principalmente, no Nordeste. Foi então que surgiu a praga conhecida como bicudo do algodoeiro, que é o arqui-inimigo do nosso setor e que simplesmente dizimou a cultura do algodão no Brasil. E o país, nessa mesma época, tornou-se o segundo maior importador mundial de algodão. Entretanto, no Mato Grosso, começou-se um trabalho em que a cultura continua sendo familiar, porém, uma cultura familiar empresarial – os produtores uniram-se à Embrapa, às universidades públicas e privadas, fornecedores de insumos, foram conhecer o algodão na Austrália, nos Estados Unidos, em Israel, etc. Esse movimento ganhou muita força com a criação das associações estaduais de produtores de algodão, já coordenadas pela Abrapa. Isso nos deu uma tecnologia que, ainda hoje, nos permite ter a maior produtividade de algodão do mundo. Nós conseguimos colher o dobro de pluma que o agricultor americano produz. Quando se fala do algodão, por que nós conseguimos essa conquista? Primeiro, a produtividade deve-se à tecnologia e, além disso, ao clima que nos favorece. Vale ressaltar que 60% do algodão brasileiro é produzido em segunda safra, e apenas 8% corresponde ao sistema irrigado. Irrigar algodão é pecado? Não, contando que se tenha disponibilidade de água. É preciso aumentar a área irrigada no Brasil. Não só no algodão, mas para todas as culturas.

Pivot Point: Na safra de 2018/19, o Brasil respondeu por 6% da produção mundial de algodão. Existe a perspectiva de manter ou mesmo aumentar essa participação nos próximos anos?

Com certeza. Existem dois pilares que sustentam a cotonicultura brasileira. Em primeiro lugar, a produtividade. Em segundo, a escala de produção. Nós dobramos a produção de algodão nos últimos quatro anos, nos tornamos o quarto maior produtor mundial e o segundo maior exportador. Queremos e podemos fazer mais. Tenho certeza que, em um curto período de tempo, o Brasil será o maior exportador mundial de algodão. Em um médio prazo, seremos o maior produtor mundial.

Pivot Point: No contexto da produção nacional, como avalia a importância da irrigação no setor algodoeiro? Os produtores nacionais procuram investir nessas tecnologias?

A irrigação tem muito espaço para crescer no Brasil. Nós temos que utilizar com inteligência o recurso hídrico que nos foi dado. E nos foi dado muito! Precisamos usar a tecnologia em prol da aplicação correta em quantidade e



qualidade de água. Precisamos manter os nossos sistemas de irrigação, não só para o algodão, mas para outras culturas também. Principalmente, naquelas áreas onde chove menos e que se tem a possibilidade de se fazer duas safras com complementação de irrigação. Isso vai trazer duas coisas para o algodão – garantia de produtividade e melhoria na qualidade do algodão brasileiro. Então, os produtores estão, sim, investindo em irrigação, principalmente, na região de Matopiba, em que realmente a resposta da irrigação é muito grande e é muito necessária para gerar riqueza, emprego e renda em regiões que muito precisam.

Pivot Point: Dados da Abrapa estimam que a produção de algodão em pluma no Brasil atingirá 2,43 milhões de toneladas na safra atual. Como a irrigação irá contribuir para esse resultado?

Para este ano, a estimativa de produção é inferior à safra passada, quando registramos 3,03 milhões de toneladas de pluma. Isso acontece devido à redução da área de plantio, pois, quando os produtores estudavam se iriam plantar soja, milho ou algodão, a rentabilidade da cultura do algodão estava muito prejudicada. De qualquer forma, a irrigação ainda responde por apenas 8% da produção, e entendemos que é preciso aumentar esse número ao longo do tempo. Claro, tomando todos os cuidados para que não venha faltar água para ninguém, ou seja, utilizar a água na disponibilidade que ela tem. E isso, com certeza, vai aumentar ainda mais a produção do algodão brasileiro.

Pivot Point: O USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos) prevê que a área semeada no Brasil deverá passar de 1,444 milhão de hectares para 1,6 milhão, até julho do próximo ano. A irrigação pode ser uma solução para elevar os níveis de produtividade sem a necessidade de continuar expandindo a área plantada?

O Mato Grosso produz 70% do algodão do país. O plantio lá, para voltarmos a 1,6 milhões de hectares, ainda vai depender muito do início das chuvas. Se elas atrasarem, os agricultores optarão por plantar milho, dependendo também do preço e disponibilidade do grão. A área pode chegar a 1,6 milhão de hectares, mas também pode não chegar. Para se ter uma ideia da variabilidade, o Brasil planta, em média, 38 milhões de hectares de soja e 1,5 milhão de algodão. Ainda podemos crescer muito o algodão na segunda safra no Mato Grosso e Maranhão, e crescer a irrigação em Piauí, Bahia, Goiás e Minas Gerais,

contribuindo para a manutenção de níveis elevados de produtividade.

Pivot Point: Quais são os entraves enfrentados pelo produtor de algodão brasileiro que deseja investir em irrigação? E quais seriam os caminhos possíveis para contornar esses obstáculos?

Eu acredito que os principais entraves que os produtores encontram na irrigação têm relação com o licenciamento ambiental, a outorga, bem como a dificuldade de construir barragens para armazenar água para utilizar na irrigação. Como isso pode ser contornado? Montando estudos que sejam técnicos, que sejam transparentes, para provar para o agricultor e para a sociedade que não faltará água para ninguém. O Estado da Bahia é exemplo disso: vejamos, por exemplo, o estudo coordenado pelo professor Everardo Mantovani, da UFV, que aborda o potencial hídrico do aquífero de Uruçuia, onde a intenção é instalar um sistema de monitoramento, similar ao que é usado no Estado do Nebraska, EUA e, aí sim, utilizar a água de uma forma inteligente, garantindo que vai ter água para todos.

Pivot Point: Além da produtividade, a sustentabilidade também é um aspecto cada vez mais relevante no cenário algodoeiro nacional. Graças ao trabalho da Abrapa, mais de 85% do algodão nacional conta com a certificação pelo programa Algodão Brasileiro Responsável (ABR). Como tem sido a evolução deste projeto?

O programa ABR abrange dois projetos conduzidos pela Abrapa: o Sou de Algodão, promovido no Brasil, que mostra para os consumidores as vantagens de consumir uma roupa de algodão, já que é uma fibra confortável, natural, biodegradável sustentável; bem como o programa Cotton Brazil, desenvolvido na Ásia, em que estamos mostrando aos compradores de algodão que o algodão brasileiro tem rastreabilidade, através do Sistema Abrapa de Identificação, que já tem 17 anos, e que nos permite saber onde e por quem cada fardo de algodão brasileiro foi produzido e beneficiado.

O programa ABR é o programa de sustentabilidade mais completo em nível mundial. Em primeiro lugar, devido ao seu pilar econômico, ou seja, o produtor de algodão precisa ter rentabilidade na cultura, assim como todas as pessoas que participam do trabalho – agrônomos, técnicos, mecânicos, operadores de máquinas, borracheiros, etc. Todos participam desse resultado. Em segundo lugar, vale ressaltar o aspecto social do programa: o produtor tem que cumprir todas as normas do Ministério do

O programa ABR é o programa de sustentabilidade mais completo em nível mundial.

Trabalho e todas NRs de segurança do trabalho, além de seguir as diretrizes da Organização Internacional do Trabalho e estar 100% em conformidade com o Código Florestal Brasileiro – é aí onde o ABR se diferencia dos outros programas. Ninguém tem um código florestal comparável ao brasileiro. É por isso que ele é o programa mais completo. São 178 itens que o produtor tem que cumprir, e o selo ABR é auditado por uma empresa independente de renome mundial. Temos o orgulho de dizer que 81% do algodão brasileiro tem o selo ABR. Parabéns a todos os cotonicultores nacionais por esse trabalho que já supera 10 anos de excelentes resultados.

Pivot Point: Que impacto o ABR já teve no setor? A produção de algodão irrigado tem alguma participação?

Não existe distinção entre o algodão em sequeiro e irrigado, no contexto do ABR. O que o produtor precisa é ter boas práticas agrícolas, ou seja, um sistema de irrigação que seja controlado. A ideia que os produtores desperdiçam energia e água é para quem não conhece os agricultores irrigados. Existe um custo muito grande envolvido e a eficiência dos produtores é uma meta constante.



notícias | BRASIL

NOVAS PREVISÕES PARA A SOJA E O MILHO

O relatório de oferta e demanda de agosto do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) manteve a previsão anterior para a safra de soja brasileira referente a 2020/21 em 137 milhões de toneladas.



No entanto, a expectativa para o milho é um pouco menos otimista: a estimativa do USDA desceu de 87 para 86 milhões de toneladas do grão. Já em relação à safra 2021/22, o departamento prevê que a soja renderá uma colheita de 144 milhões de toneladas. Por sua vez, o milho também deverá sofrer um forte aumento, somando 118 milhões de toneladas.

Paraná inicia plantio da soja 2021/2022; milho avança

Na primeira semana de setembro, em meio a pancadas de chuva na região de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, São Paulo e Paraná, alguns produtores de soja do Estado sulista já começaram a plantar os primeiros talhões - especialmente, no oeste e sudoeste do Paraná. Embora os volumes ainda sejam de pequeno porte, as chuvas são uma melhora em relação ao mesmo período do ano passado, o que levou alguns agricultores a acelerar o semeio da soja. Os dados são da AgRural. Entretanto, a safra do milho verão chegara a 16% da área estimada para o Centro-Sul do Brasil, nos primeiros dias do mês.



Foto: Luiz Henrique Magnante.

Grãos brasileiros deverão somar 289,6 milhões de toneladas

Ao final de agosto, a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) apresentou a sua estimativa para a safra de grãos 2021/22: as colheitas de soja, arroz, milho, algodão e feijão deverão alcançar 289,6 milhões de toneladas. A entidade citou previsões de aumentos para as safras do arroz e algodão. No caso do feijão, as exportações e a produtividade deverão aumentar, enquanto a área plantada permanecerá estável. Os principais destaques da safra anual serão a soja e o milho: a Conab prevê uma produção recordista de milho, enquanto o Brasil permanece o maior exportador de soja do mundo.



Foto: Ernesto de Souza (Editora Globo).

Safra da laranja gera quase 6% das vagas de emprego no campo



Foto: Ernesto de Souza (Editora Globo).

Dados do Caged (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) apontam a citricultura como um setor de destaque na geração de empregos em nível nacional. Somente nos primeiros seis meses de 2021, o setor produtivo da laranja respondeu por 25,859 postos de trabalho – um aumento de 22,9% em relação ao ano passado. Entre julho de 2020 e julho deste ano, o setor somou impressionantes 43.156 vagas de emprego, totalizando 5,94% do total de 726.489 novos postos criados pela agricultura nacional.

Gota a Gota

As novidades do setor em 4 notas

1 Estudos realizados pelo USDA preveem uma ‘década de ouro’ para o agronegócio brasileiro, com grande potencial de crescimento, em particular, nas exportações de muitos produtos.

2 As maiores previsões de aumento das exportações são: algodão (50,6%); milho (45,8%) e soja (36,2%), além das carnes bovina (41,8%), suína (44,4%) e avícola (43,6%).

3 Mesmo com apenas um quarto do público autorizado no recinto, os organizadores da Expointer mostraram-se surpresos pela receita da feira, calculada em R\$ 1,6 bilhão.

4 Sem considerar a inflação, o resultado representa uma queda de 39,6% em relação ao faturamento da edição anterior da feira, em 2019, quando a Expointer movimentou R\$ 2,7 bilhões.

notícias | AMÉRICA LATINA

Argentina: trigo desce...

Na segunda semana de setembro, o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) atualizou as suas previsões para as safras internacionais de grãos. Enquanto a produção mundial de trigo sofreu um aumento na estimativa – de 776,9 milhões de toneladas, a previsão passou para 780,3 milhões – o mesmo não é verdade para a safra argentina. No país latinoamericano, a expectativa sofreu um leve ajuste de 20,5 para 20 milhões de toneladas, em função do clima seco.



... e milho sobe.

Já em relação ao milho, o movimento é ascendente. Ainda de acordo com o USDA, a produção mundial do grão deverá alcançar as 1.197 milhões de toneladas, acima da previsão anterior, de 1.186 milhões. Na Argentina, a estimativa subiu de 51 milhões de toneladas para 53. Vale ressaltar que este número foi calculado com base na média prevista para a área total plantada.

México será sétimo maior produtor de milho

Em terras mexicanas, o setor comercial do milho chama a atenção. Segundo as previsões atualizadas do USDA, a produção para este ano chegará às 28 milhões de toneladas – se concretizado, o número significa que o país conquistará a posição de sétimo maior produtor do grão em nível mundial. No entanto, o México também permanece como o segundo maior importador de milho – um total de 16,5 milhões de toneladas deverão ser importadas, ficando atrás, apenas, da China.



Gota a gota novidades do setor em 4 notas

1 Enquanto as exportações de laranja aumentam no México, a produção se mantém estável: a média dos últimos 5 anos é de 165.213 toneladas anuais.

2 O maior volume de laranja é produzido em Costa de Hermosillo e Valle del Yaqui. Apenas em Hermosillo, a área cultivada representa até 3.635 hectares.

Laranja mexicana em destaque



Os últimos seis anos foram marcados pelo aumento expressivo das exportações de laranja cultivada no México. Em 2015, o país vendia para o exterior apenas 17% da sua safra total, de acordo com dados da Secretaria de Agricultura, Pecuária, Recursos Hídricos, Pesca e Aquicultura (Sagarhpa). Entre 2016 e 2017, as exportações subiram para 23%; no ano seguinte, alcançaram 30% e, em 2019 e 2020, o número subiu ainda mais, para 37%. As previsões para 2021 calculam um novo aumento das exportações.

3 No Uruguai, a produção de carne bovina segue crescendo: em 2022, o país deverá produzir 615 mil toneladas, acima das 595 mil previstas para este ano.

4 As exportações da proteína bovina também deverão aumentar, conforme o USDA. Em 2021, devem ser comercializadas 480 mil toneladas; no próximo ano, serão 490 mil.

Pivô Central

14.

ACONTECEU

Confira as notícias que contaram com a participação da Valmont nos últimos meses

15.

MUNDO VALLEY

Fato ou fake? Especialista em gerenciamento de irrigação esclarece mitos e verdades relacionados à irrigação por pivô central

18.

MUNDO VALLEY

Centro de Distribuição da Valley, em Ribeirão Preto (SP), sedia encontro de gestores com participação de revendas de todo país

20.

POR DENTRO DA FÁBRICA

Conheça as inovações tecnológicas da Valley e as soluções que integram conectividade aos sistemas de irrigação

21.

POR DENTRO DA FÁBRICA

Os bons resultados da Semana CX Valley, iniciativa voltada para a promoção da boa experiência dos clientes

22.

RE VENDAS

Conheça a Produtividade, revenda mato-grossense que possui uma quota de mercado distinta e participa de projetos para o fomento da irrigação regional

aconteceu

Água e meio ambiente



Em agosto, o diretor de Customer Experience (CX) da Valley, Jonas Proença, recebeu a visita de Fabio Sakamoto, co-fundador e COO da Rizoma Agro, maior produtora de grãos e leguminosas regenerativas orgânicas do Brasil. O encontro aconteceu no escritório da Valley em São Paulo.

A Rizoma Agro é focada na sustentabilidade, atuando para acelerar a conversão de terras agrícolas e construir uma rede de abastecimento eficiente, produtiva e positiva para o planeta. Para isso, a empresa conta com a irrigação 100% Valley!

Conectados pelo conhecimento



A Valley segue engajada na transmissão de conhecimento por meio das plataformas digitais, fazendo o melhor uso da internet para se manter conectada com o setor agrícola e todas pessoas envolvidas no segmento, de estudantes a especialistas e produtores.

No início de agosto, o supervisor Valley Pedro Ribeiro ministrou o webinar "A Engenharia Mecânica e Industrial Valmont Industries, INC.", uma ação promovida pela iniciativa da Universidade Rural do Semi-Árido (Ufersa). É a Valley promovendo a disseminação do conhecimento!



Mito ou verdade?

Especialista em gerenciamento de irrigação esclarece algumas ideias equivocadas relativas ao funcionamento, eficiência e viabilidade da irrigação por pivô central

Na agricultura irrigada, como acontece em muitos outros setores em constante evolução, é comum encontrar dúvidas e concepções equivocadas. Com a chegada iminente da Agricultura 5.0, ainda existem muitos mitos sobre o pivô central que merecem atenção – afinal, os pivôs estão entre os sistemas que passaram por mais transformações tecnológicas nos últimos anos, tornando-se soluções completas para quem atua no campo.

Para esclarecer alguns mitos que rodeiam o pivô central, conversamos

com quem entende do assunto!

O Supervisor Key Account da Irriger, Pedro Ribeiro, responde a alguns dos mais comuns. Confira a seguir!

Mito 1 – Pivôs centrais não são capazes de irrigar os cantos das lavouras, devido à sua área de cobertura circular.

Nos últimos anos, os pivôs centrais tiveram uma grande evolução. Com esse avanço tecnológico, as áreas irregulares deixaram de ser um problema quando se pensa na implan-

tação de um sistema de irrigação por pivô central.

Desta forma, a Valley conta com pivôs desenhados para estes tipos de terrenos: o pivô Corner (Figura 1), que possibilita a irrigação dos cantos das lavouras, e o Bender (Figura 2), para áreas extensas com algum impedimento ou barreira física.

Com estes equipamentos, os pivôs podem cobrir áreas retangulares, melhorando o aproveitamento da área cultivada.



O pivô Corner permite ajustar a área de cobertura do sistema de irrigação, alcançando os cantos da lavoura



Com o Bender, o produtor rural consegue utilizar o pivô para irrigar até as áreas acidentadas ou com barreiras

Mito 2 – A irrigação por pivô central desperdiça muita água.

A definição de desperdício é: despesa ou gasto exagerado. Em qualquer outro setor ou atividade, teremos desperdício se aplicarmos algo sem o gerenciamento adequado.

De forma geral, a irrigação não desperdiça água, uma vez que a água é transformada por meio do metabolismo das plantas em alimentos (hortaliças, cereais, etc.).

Em particular, quando se fala de pivô central, o sistema de irrigação é dimensionado de acordo com a demanda hídrica da cultura a ser implantada (cultura com maior demanda hídrica), com o objetivo de suprir a necessidade de água da planta específica, utilizando apenas a vazão outorgada a partir de um corpo hídrico (rio, córrego, reservatório, poço, etc.), de forma a se evitar os conflitos com outros setores da sociedade.

Na atualidade, os pivôs centrais ganharam emissores mais eficientes, podendo atingir mais de 90% de eficiência na aplicação da água. Portanto, conhecendo a eficiência potencial deste tipo de equipamentos, podemos afirmar que o pivô não pratica o desperdício, garantindo a

água prontamente disponível para a germinação e a absorção pela planta. Além de ser uma alternativa segura para a produção, o pivô facilita o planejamento agrícola do produtor, o que também contribui para uma gestão eficiente e sustentável da água utilizada.

Mito 3 – A irrigação por pivô central desperdiça muita energia.

O consumo energético do pivô central está bem próximo de outros sistemas de irrigação (como aspersão convencional, microaspersão e gotejamento), principalmente, se o pivô estiver ajustado com uma eficiência de irrigação acima de 90%.

É preciso salientar que o tempo necessário para o funcionamento do equipamento (especificamente, das motobombas) e o número de equipamentos que funcionam simultaneamente para o fornecimento da vazão (lâmina de irrigação) necessária, são dimensionados para suprir a perda por evapotranspiração, ou seja, a demanda hídrica da planta.

Mito 4 – O pivô central apresenta custos muito mais altos que outras formas de irrigação.

De forma geral, o pivô central é o equipamento com o melhor custo-benefício, quando comparado a outros equipamentos, visto que a operação do sistema é fácil e dinâmica, enquanto outras modalidades de irrigação requerem a contratação de um operador técnico bem capacitado.

Quando olhamos para o custo de implantação dos projetos, percebemos que o pivô central utiliza uma menor quantidade de PVC, derivados de plástico e, até mesmo, cabos elétricos, uma vez que os sistemas de irrigação localizada podem conter bombeamentos grandes, equivalentes a uma única bomba de pivô.

Além disso, os pivôs não requerem a instalação de cavaletes, sistemas de filtragem nem microtubos e/ou fios elétricos para comunicação entre a central de controle (para abrir e fechar as válvulas) e os setores distribuídos no campo.

Podemos resumir, então, que o pivô é um sistema que requer pouca mão de obra e apresenta facilidade em relação à automação e quimificação, bem como na detecção e resolução de problemas a campo, como vazamentos.

Mito 5 – Todos os anos, novas tecnologias são apresentadas ao mercado, tornando os pivôs obsoletos ou antiquados muito rapidamente.

Todas as máquinas agrícolas evoluem tecnologicamente ao longo do tempo; o pivô central não é diferente. O lançamento frequente de novas tecnologias ou melhorias para os equipamentos não torna o pivô antiquado – pelo contrário, estas novidades podem, muitas vezes, ser incrementadas nos equipamentos já em operação no campo (algumas soluções da Valley que servem de exemplo são o Field Commander, Field Commander View, Injeferd, entre outras).

Hoje, o sistema de pivô central é capaz de suportar 20 a 30 anos de atividade no campo, quando manejado e operado de forma correta. Neste caso, os lançamentos não impactam no fornecimento de água para a planta – o que acontece é que, com a evolução da Agricultura 4.0, os equipamentos ganharam maior mobilidade operacional, fazendo com que atividades como a tomada de decisão e a operação dos equipamentos se tornassem remotas. Assim, o produtor economiza tempo e otimiza as tarefas diárias da fazenda.

Mito 6 – Lavouras com propensão a doenças nas folhas não são indicadas para o uso do pivô.

Todas as culturas agrícolas, mesmo as que são susceptíveis a doenças foliares, são indicadas para o uso do sistema de irrigação por pivô central, visto que, com o manejo e operação adequados, é possível obter um controle maior do manejo fitossanitário.

Por exemplo, a adoção de lâminas de irrigação menos frequentes e maiores (satisfazendo sempre a demanda hídrica da cultura) é uma das formas de minimizar a criação de um microclima favorável ao desenvolvimento de fungos e, conseqüentemente, de doenças foliares.

Ademais, o pivô central possibilita realizar a quimigação para o controle destas doenças. Esse é um dos diferenciais da tecnologia Valley® X-Tec®, que permite um sistema com velocidade maior, indicado para ciclos de irrigação rápida.

Mito 7 – Em comparação a outras formas de irrigação, os pivôs apenas devem ser usados em uma variedade limitada de culturas.

O sistema de irrigação por pivô central é muito adaptável e, hoje, é indicado

para a grande maioria das culturas, incluindo fruteiras (cítricos, mamão e banana), olerícolas (tomate, batata e alho), cereais (milho, soja e feijão) e sistemas integrados de lavoura e pecuária.

Mito 8 – Os sistemas de irrigação por pivô são pouco eficientes.

Com o desenvolvimento da indústria de aspersores, a eficiência dos equipamentos evoluiu de forma notável. Os emissores vêm passando por grandes melhorias e são capazes de alcançar altos níveis de uniformidade, ultrapassando 90% de eficiência na aplicação de água.

Além disso, em áreas de topografia irregular, o uso de inversores de frequência no sistema de bombeamento permite uma economia considerável de energia, já que, quando o equipamento está no sentido da declividade, reduz-se a demanda de potência do motor.

Por fim, se o empresário rural adquirir um pivô central com o mais alto nível de tecnologia e eficiência, é recomendado um gerenciamento de irrigação especializado para otimizar o uso da água e energia. Quando pensamos em pivô central, logo vem o nome Valley na cabeça; o mesmo ocorre com a Irriger, quando pensamos em gerenciamento de irrigação.



Pedro Ribeiro - Supervisor Key Account da Irriger



ENCONTRO DE GESTORES MOVIMENTA CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DA VALLEY

Estrutura única no Brasil teve sua capacidade ampliada em 100% neste ano; evento reuniu revendas Valley de todo o país para programação rica em conhecimento



Como é possível estabelecer uma rede de produção, logística e distribuição de equipamentos e peças que seja capaz de cobrir um país com a extensão continental do Brasil?

Para responder a esta pergunta, basta conhecer o Centro de Distribuição (CD) da Valley. A estrutura, criada em 2019, atende a clientes e revendas da marca espalhadas pelo país, com peças genuínas, a preço justo e com o menor leadtime possível, possibilitando que o cliente Valley seja bem atendido em qualquer lugar.

Para destacar o trabalho realizado no CD, a empresa realizou o Encontro de Gestores de Peças, em 30 e 31 de

agosto, na sede da empresa em Ribeirão Preto (SP). O responsável pelo CD é o Gerente Nacional de Peças da Valley, Marinho Antunes. Ele explica que o encontro, que reuniu 50 pessoas, também serviu como oportunidade para comemorar a ampliação da estrutura, realizada em 2021.

"No primeiro dia, recebemos os gestores do negócio de peças nas revendas e aproveitamos para mostrar o Centro de Distribuição para aqueles colegas que ainda não o conheciam, incluindo a grande ampliação que foi concluída em abril deste ano – a estrutura soma, agora, 4 mil metros quadra-



dos, ou seja, o dobro do tamanho original", comenta.

O Centro de Distribuição da Valley também representa uma importante conquista para a empresa, já que a empresa é a única do setor em nível nacional que possui uma estrutura desse tipo. "É um grande diferencial da nossa marca. O Centro de Distribuição nos permite contribuir com mais facilidade para o trabalho realizado pelas revendas de todo o Brasil", diz.

Conhecimento. O segundo dia do evento foi marcado por uma programação intensa com palestras e workshops, abordando assuntos desde gestão até indicadores financeiros. Outra ação que merece destaque foi o lançamento do Desafio Anual do Negócio de Peças, em que foram definidos alguns objetivos a serem cumpridos no decorrer do ano – as três primeiras revendas que alcançarem essas metas serão premiadas.

"O trabalho realizado pelas revendas Valley tem sido inspirador. O Encontro de Gestores de Peças foi uma oportunidade para valorizar os resultados alcançados por toda a parte no Brasil e fomentar ainda mais crescimento para o futuro. Temas como a competitividade no mercado também foram abordados, para incentivar e orientar o trabalho executado pela Valley de norte a sul do país", conta o diretor-presidente da Valmont Brasil, Renato Silva.

As revendas Valley que participaram do encontro tiveram a oportunidade de assistir à palestra do ex-jogador de vôlei da seleção brasileira, Gilberto Amauri Godoy Filho, o Giba, que compartilhou um pouco da sua vivência e história de sucesso, traçando paralelos com os desafios enfrentados pelo setor agrícola e inspirando os presentes.

Para encerrar o evento, foi realizado

um jantar multicultural, incluindo pratos com origem em diversos países do mundo, ressaltando a presença global da marca Valley e representando o alcance internacional da rede de revendas espalhadas não só pelo Brasil, mas pelo globo.

"O crescimento expressivo do nosso Centro de Distribuição revela justamente as conquistas que a Valley vem comemorando no Brasil. Cada vez mais produtores de todo o país podem dizer que celebraram ganhos de produtividade graças aos nossos pivôs – e nada disso seria possível sem uma equipe altamente profissional, engajada e competente, que forma a rede de revendas que atua diariamente a campo para atender as necessidades dos clientes. E o futuro também será assim: crescimento constante!", finaliza Renato.



TECNOLOGIA VALLEY: TRANSFORMANDO A AGRICULTURA, GOTA A GOTA

Focadas no futuro do campo, as inovações tecnológicas da empresa estão aumentando as possibilidades dos sistemas de irrigação e evoluindo o conceito de conectividade



Para o produtor irrigante que deseja agregar o máximo de tecnologia à sua propriedade, o pivô central desponta como a melhor opção. Além de excelentes resultados de produtividade, esta modalidade de irrigação também traz um benefício que nenhum outro sistema oferece: a capacidade de acoplar outros produtos e soluções, transformando o equipamento em uma verdadeira plataforma que serve como base para as tecnologias mais avançadas da fazenda.

Ciente desse potencial, a Valley vem investindo há anos no desenvolvimento destas tecnologias, capazes de transformar o conceito de irrigação em uma atividade que conecta todos os aspectos da propriedade, depositando mais controle e agilidade na mão do produtor.

O gerente de Vendas Técnicas América Latina da Valley, Vinícius Maia, destaca a telemetria como uma das protagonistas no cenário dessa evolução tecnológica.

"Via de regra, as soluções de telemetria existem para monitorar e controlar os equipamentos de forma remota. Mas, na Valley, damos um passo à frente e trabalhamos o conceito de fazenda conectada – através de algumas

formas de conectividade, como GSM, rádio ou mesmo Wi-Fi, podemos oferecer para o público a possibilidade de instalar a telemetria não só nos pivôs Valley, mas também em pivôs de outras marcas", comenta.

Mas a inovação não se limita aos pivôs. As soluções de telemetria da Valley podem ser usadas em outros equipamentos. "O cliente tem acesso, por exemplo, à casa de bomba conectada, capaz de verificar o nível do poço, bem como a sua vazão, a pressão da saída da água em uma determinada tubulação, a temperatura, a amperagem e voltagem, etc. Sensores de nível instalados nos reservatórios permitem saber quando estão cheios, por exemplo, e outros sensores medem a umidade do solo, entre outros aspectos. A telemetria pode ser usada em todas as atividades com ligação direta ou indireta à irrigação."

É evidente, então, que um dos grandes diferenciais das tecnologias de telemetria é a capacidade de colher e organizar informação. Vinícius ressalta que os painéis inteligentes da Valley são interfaces excelentes para operar todo o sistema de irrigação e permitem, até, a geração de relatórios para facilitar o diagnóstico de toda a lavoura irrigada.





"Por meio do nosso software, o produtor consegue ligar, desligar, programar e monitorar o seu sistema de irrigação, a partir de onde estiver, desde que tenha acesso a um smartphone, computador ou tablet. Isso gera um impacto muito grande, trazendo um enorme volume de informação a respeito de cada produto, de forma on-line, em tempo real e na palma da mão", explica.

Conectados. À medida que novas tecnologias são introduzidas no mercado, cada vez mais produtores conhecem o real valor que estas soluções podem agregar – principalmente, a qualidade da informação obtida.

E o futuro reserva ainda mais novidades que prometem continuar transformando a agricultura de precisão e fazendo dos pivôs ferramentas progressivamente mais tecnológicas e autônomas. A chegada da inteligência artificial é uma das mais impactantes.

"Os próximos anos contarão com lançamentos muito interessantes que já estão em desenvolvimento. São soluções que trazem para a mão do produtor tecnologias como a Internet das Coisas, caracterizada por máquinas com maior nível de sensoriamento, de forma que será possível, por exemplo, realizar a medição da pressão individual de pneus dos pivôs, detectar atolamentos e identificar a torre onde o problema ocorreu", antecipa Vinícius.

Mesmo com muitas novidades ainda por vir, o cliente Valley já conta com o



melhor da tecnologia a serviço do campo. O Valley Insights, por exemplo, já oferece uma boa parte desse sensoriamento. Equipado com câmeras com determinadas características, o Valley Insights é capaz de colher um volume muito grande de dados.

"Esses dados são, então, trabalhados por algoritmos matemáticos que, com o passar do tempo, ensinam às máquinas a 'entender' o que existe de problema e informar o cliente sobre a falha ou doença. É um processo que requer bastante tempo, mas a evolução já está muito avançada", conta.

Somadas a estas inovações, encontram-se as outras dimensões trabalhadas pela Valmont: a consultoria em irrigação conhecida também como Valley Scheduling, que garante ao produtor a forma mais eficiente de utilização dos pivôs centrais, e as soluções solares da Valley, levando o acesso mais fácil que nunca à energia limpa e de qualidade, para que cada vez mais produtores conheçam os benefícios da tecnologia, da irrigação e da agricultura de precisão.

"São áreas muito importantes para a nossa empresa. Novas tecnologias estão sendo desenvolvidas e a realidade da agricultura está sempre em evolução. A nossa meta é trabalhar em nível tecnológico em todas as áreas e embarcar cada vez mais tecnologia e soluções para os produtos e seus usuários", finaliza o gerente.



SEMANA CX VALLEY

Um marco na história da Valmont Brasil

A experiência dos clientes como foco central dos esforços diários. Essa foi a mensagem da 1ª Semana de Cultura Customer Experience Valley. Com início no dia 20 de setembro, a ação contou com a participação de todos os colaboradores da Valley em uma série de iniciativas, que mostraram a importância do trabalho de cada membro na jornada do cliente.

A abertura do evento contou com a fala do diretor-presidente da Valmont Brasil, Renato Silva, que destacou a importância da intensificação de estratégias e comportamentos centrados no sucesso do cliente. O Diretor de Desenvolvimento de Rede, CX e Administração de Vendas, Jonas Dário de Proença e o Analista de Customer Experience Valley, Júlio César de Paula Júnior apresentaram os projetos desenvolvidos no último semestre e parte das próximas estratégias.

"A promoção da melhor experiência possível para o nosso cliente, desde o primeiro atendimento até a entrega final do produto ou serviço, é uma preocupação constante da Valley. O nosso intuito com estas ações é criar um ambiente que tenha esses valores enraizados, para que a equipe como um todo entenda a importância de valorizar a experiência do cliente e, mais que isso, perceba como isso agrega valor ao resultado final obtido na lavoura", comenta Jonas.

Outros momentos de destaque foram a palestra ministrada por Regina Coeli Cardoso Mamede, consultora e gerente da ConQuist Brasil, com a temática Customer Experience e a apresentação dos Embaixadores CX Valley – que são colaboradores de diferentes departamentos da Valley incumbidos de difundir informações para suas respectivas equipes sobre ações de Customer Experience (CX).

Para Júlio, o excelente trabalho desenvolvido pelos embaixadores de CX foi um dos destaques de toda a semana.

"O engajamento dos embaixadores demonstra como a nossa equipe vivencia os valores Valley focados no atendimento de excelência ao cliente. Percebemos um grande interesse em aprender mais sobre essa filosofia e como aplicá-la no dia a dia. São resultados como esse que não só comprovam que estamos fazendo a coisa certa, mas também nos enchem de orgulho", comemora.

O torneio mecânico Edilson José de Sousa é um Embaixador CX Valley. Para ele, a vivência ajudou a demonstrar a importância dos serviços oferecidos pela



Valley para os seus clientes. "Durante a semana, aprendemos que CX não pode ser apenas um programa, e sim uma filosofia de vida no ambiente de trabalho. Todos nós estamos envolvidos de alguma forma com o cliente na sequência de produção, de forma direta ou indireta. Sempre devemos estar atentos para desenvolver melhores práticas e estratégias para desempenhar o trabalho com excelência e facilitar a vida do cliente", comenta.

Segundo Edilson, a programação do evento promoveu a ideia de que a responsabilidade da Valley vai além de simplesmente vender um produto – a meta é oferecer uma experiência completa para o cliente. "Para que esse objetivo seja cumprido, é essencial que a equipe se mantenha unida e preparada para atender as reais necessidades de cada cliente, desde o primeiro atendimento até a entrega do produto na fazenda", diz.

Colhendo resultados

Uma das ações destacadas durante a semana de CX Valley foi a entrega de amostras de produtos cultivados em lavouras irrigadas pelos pivôs Valley à



equipe da empresa, como explica a assistente fiscal Júlia Paiva Lariucci Marinho, que também é uma embaixadora no evento.

"Durante três dias, entregamos a cada colaborador um produto de cultivo colhido diretamente de lavouras de clientes Valley – entre eles, alho, batata e cebola. Esse contato direto com o resultado do trabalho de toda a equipe ajudou os nossos colegas a visualizarem o motivo pelo qual trabalhamos todos os dias e a entender o quanto esse trabalho é valioso", comenta.

Para Júlia, a real importância do CX Valley foi transmitir a todos os funcionários a mensagem de que a experiência do cliente é uma missão de todos os colaboradores, e não só aqueles diretamente envolvidos com os clientes finais. "CX é a possibilidade de mostrar que cada um tem o seu papel fundamental nos resultados que os nossos clientes obtêm. Cada raiz, cada folha é o produto do trabalho conjunto de todos nós. E isso é motivo de orgulho para a família Valley", avalia.

Os embaixadores Valley que atuaram durante a Semana CX foram: Anderson Seitenfus, Engenharia; Rodrigo Santana, Almojarifado; Márcia Nonato, Recursos Humanos; Wellington Henrique, Manutenção; Rafaela Bezerra, Supply Chain; Edilson José, Produção; Júlia Marinho, Administrativo; João Paulo Santana, Galvanização e Hiago Cruz, Marketing.



PRODUTIVIDADE ALÉM DO NOME

Revenda mato-grossense potencializa resultados do setor agrícola regional e está vinculada a projetos de fomento da irrigação

ARQUIVO / PIVÔNORTE



Loja da Produtividade no município de Querência (MT).

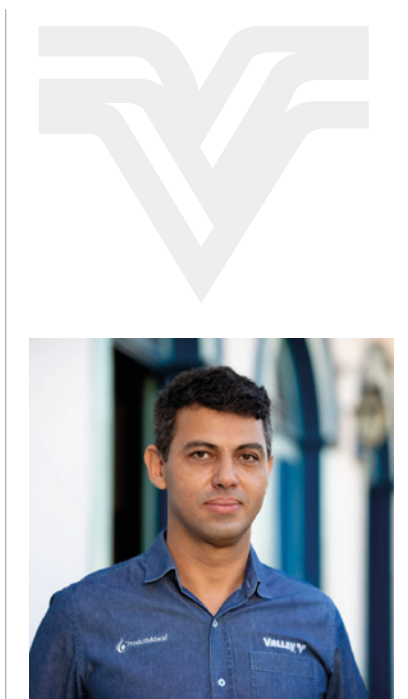
No estado do Mato Grosso, a agricultura representa não apenas um dos pilares da economia estadual, como também um setor expansivo, que possibilita o crescimento de novos mercados e tecnologias.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o plantio irrigado no estado registrou um crescimento de 214% entre 2009 e 2019. São mais de 80 mil hectares de agricultura irrigada na região.

Promover o desenvolvimento desse setor não é uma missão simples. No entanto, há quase duas décadas, uma revenda Valley tradicional vem trabalhando pelo crescimento e pelos bons resultados da irrigação na região Centro-Oeste. A Produtividade, localizada no município de Primavera do Leste (MT), conta atualmente com 24 profissionais que se dedicam diariamente a tornar as terras do estado ainda mais férteis.

"Além disso, a revenda conta com uma segunda loja, no município de Querência (MT)."

Em 2022, a empresa completa 20



anos de parceria com a Valmont. Aos olhos de Renato Nascimento Araujo, Engenheiro Agrônomo e Diretor Comercial da Produtividade, a consistência do projeto é resultado de dois aspectos primordiais.

"Grande parte do sucesso é fruto do foco dado ao negócio, desde o início, colocando o cliente sempre em primeiro lugar. Nós sempre prezamos pelo atendimento rápido.

Sabemos que a planta não espera e que temos que ter agilidade na resolução dos problemas. Outro fator importante é estar ao lado de uma empresa forte como a Valmont, que nos dá suporte para as nossas ações", comenta.

O olhar voltado ao produtor, segundo Renato, possibilita que a equipe forneça apoio em todos os estágios do projeto. "A venda de irrigação é um processo lento, que depende de vários fatores externos à revenda e à fábrica, como a outorga de água, o licenciamento e a disponibilidade de energia.

Por isso, buscamos auxiliar os clientes em todas as etapas. Esse apoio

é feito através da própria revenda, no caso dos processos de outorga, e quando se trata de energia elétrica, através de parceiros de longa data”, explica o Diretor.

Os bons resultados também são expressos, além do feedback da clientela, pelos números e pela presença no setor. A quota de mercado da Produtividade é distinta: dos equipamentos instalados na região, a revenda tem uma participação de aproximadamente 65%.

“Temos esse percentual porque nosso concorrente direto já estava instalado na região quando começamos as nossas atividades. Nos últimos anos, devemos ter uma participação média de 80% nas vendas de pivôs”, pontua.

Aos olhos de Renato, os maiores desafios relacionados ao comércio de irrigação na região ainda são os entraves ambientais. “Existe ainda uma falta de conhecimento do público geral quanto ao uso e até mesmo quanto ao ciclo da água. Temos até um estudo da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA) que aponta que temos um potencial de crescimento enorme, mas a legislação ambiental ainda dificulta muito.

Além disso, na nossa região, há poucas opções de produtos para se plantar sob o pivô – estamos aqui só entre soja, milho, feijão e algodão”, diz. Permeando obstáculos e alcançando êxito, o trabalho da equipe da Produtividade gera inúmeros casos de sucesso. A satisfação dos clientes é o desfecho da integração entre tecnologia e dedicação. “Temos muitos casos de recompra.

Nós já encontramos clientes que trabalhavam com outra marca e, depois, passaram a apenas comprar com a gente.

Há um grau de satisfação em relação aos produtos e serviços oferecidos, acredito que pela proatividade”, comenta Renato.



Loja da Produtividade no município de Primavera do Leste (MT)

Projetos: Um importante marco para a agricultura irrigada mato-grossense também está ligado à Produtividade. Em 2012, a partir de uma reunião com a Secretaria de Estado do Meio Ambiente, Renato passou a reunir esforços em prol da fundação da Associação dos Produtores de Feijão, Trigo e Irrigantes de Mato Grosso (Aprofir).

“Fiz reuniões com alguns produtores e discutimos a respeito. Nessa época, o Alei Fernandes, da revenda Irrigar, no município de Sorriso, sentiu as mesmas necessidades e começou a articular também. Decidimos fundar uma associação que abrangesse o Estado inteiro, porque as demandas são as mesmas”, pontua.

Além de impulsionar a irrigação no Mato Grosso, as atividades da Aprofir têm foco na facilitação do processo de implantação da irrigação por meio do pedido de licenças ambientais, entre outros aspectos referentes à execução dos projetos de irrigação.

Além disso, a associação também trabalha em parceria com a Secretaria Estadual de Desenvolvimento (Sedec) e a Secretaria Estadual de Agricultura Familiar (Seaf) em prol da criação do Plano Diretor de Agricultura Irrigada do Mato Grosso.

Em 2020, o Ministério do

“Firmamos uma parceria com o Instituto Federal do Mato Grosso no campus de Primavera, que agora é uma unidade de referência e vai ofertar cursos voltados para a irrigação na formação de pessoal capacitado”

Desenvolvimento Regional associou-se à Aprofir para o desenvolvimento de um polo de irrigação estadual no município de Primavera do Leste. Inicialmente, o processo envolveu reuniões com entidades regionais, a formação de um grupo de trabalho e a catalogação de todos os entraves para o crescimento do setor na região.

Renato foi designado coordenador do polo de irrigação, e desde então, a equipe tem feito progresso na elaboração do projeto.

“De lá para cá, fizemos várias reuniões, várias ações e estamos alcançando resultados. Faremos o estudo da Bacia Hidrográfica do Alto Rio das Mortes para avaliar a disponibilidade hídrica tanto superficial quanto subterrânea”, comenta.

Junto ao Ministério, a equipe do polo de irrigação alcançou também o estabelecimento de uma unidade de referência em irrigação na região.

A novidade promete beneficiar o desenvolvimento da formação técnica e a ampliação da mão-de-obra local.

“Firmamos uma parceria com o Instituto Federal do Mato Grosso no campus de Primavera, que agora é uma unidade de referência e vai ofertar cursos voltados para a irrigação na formação de pessoal capacitado”, conclui.



No campo

26.

RESULTADO NA LAVOURA

A Estância Santa Maria, localizada no Rio Grande do Sul, comemora os bons resultados da irrigação na Integração Lavoura-Pecuária

28.

MERCADO

Entenda a importância das entregas técnicas na garantia da melhor experiência dos clientes Valley



100% VALLEY: IRRIGAÇÃO GARANTE BONS RESULTADOS NA INTEGRAÇÃO LAVOURA-PECUÁRIA

Doze anos depois de instalar o primeiro pivô Valley, o produtor gaúcho Gabriel Fernandes desenvolveu um projeto que irá quase duplicar a área irrigada da fazenda; irrigação Valley é parte essencial da agricultura e criação de gado da Estância Santa Maria



Safra após safra, cada vez mais produtores conhecem a vantagem de ser 100% Valley.

Os pivôs centrais da marca garantem aumentos de produtividade face ao sequeiro, e são uma escolha popular entre produtores que investem em sistemas de Integração Lavoura-Pecuária (ILP).

No município de Pedras Altas, no Rio Grande do Sul, a família Souza Fernandes comanda a Estância Santa Maria, atuando na criação de gado Angus e búfalos e no plantio de soja.

Em 2009, a família adquiriu o seu primeiro pivô Valley – que ainda está em funcionamento na propriedade.

“O nosso primeiro pivô já vai para a 13ª safra e está na mesma perfeita condição que todos os outros.”

Mais de uma década depois, com excelentes resultados, a fazenda ainda é 100% Valley, somando seis pivôs em atividade.

Gabriel Mello Souza Fernandes gerencia a propriedade familiar com sua mãe, Maria Eulalie, e seus irmãos, Sérgio e André. Ele explica que os pivôs Valley são uma parte essencial da produção – a lavoura de soja irrigada ocupa 95% da área plantada total da fazenda.

Os seis pivôs da marca abrangem uma área de 700 hectares. A mesma área é aproveitada para plantar pastagens de verão para os rebanhos.

"Além da soja, irrigamos uma área de 40 hectares com capim-sudão, atuando como sementeiros do pasto Azevém BRS Ponteio, cultivar desenvolvida pela Estação Experimental Terras Baixas, da Embrapa.

Hoje, trabalhamos com um projeto de expansão da irrigação – a nossa meta é alcançar os 1200 hectares irrigados com pivôs Valley", comenta Gabriel.

A apenas 9 km da fronteira com o Uruguai, a Estância Santa Maria encontra-se em uma região marcada pela seca.

Nesse contexto, Gabriel e sua família desenvolvem uma estratégia que tem a irrigação como alicerce.

"Não queremos plantar soja fora dos pivôs, pois o risco é muito alto. Estamos perto da cidade de Bagé, que, normalmente, é exemplo de seca na região.

O pivô é uma excelente opção para irrigar, não só pela área extensa que ele consegue cobrir, mas também pela facilidade de utilização.

É um investimento que se paga sozinho – até porque os equipamentos têm uma vida útil muito longa.

O nosso primeiro pivô já vai para a 13ª safra e está na mesma perfeita condição que todos os outros", comemora o produtor.

A longevidade e a garantia de produção não são os únicos benefícios da irrigação Valley.

Para Gabriel, além destas vantagens, também é preciso somar a alta produtividade que o pivô viabiliza a campo. "Na última safra, colhemos



uma média de 77,7 sacas de soja por hectare. Nas áreas em sequeiro, foram 55 sacas em média – uma diferença de quase 43% na produtividade", ressalta.

No fim das contas, o pivô Valley é um dos pilares da Integração Lavoura-Pecuária praticada na Estância Santa Maria.

Além de viabilizar a lavoura de soja anualmente, a irrigação também contribui para a produção de alimento dos animais, colaborando de forma indireta para a lucratividade dos dois tipos de pecuária exercidos na propriedade.

Tudo isso com produtividades acima ao sequeiro e sem o risco de perder as lavouras por conta da seca.



Entregando experiências, colhendo satisfação!

Como as entregas técnicas da Valley transformaram a aquisição de um pivô de irrigação em uma experiência completa



A aquisição de um pivô central é mais do que apenas a compra de um produto. É a contratação de um sistema de produção eficiente, tecnológico e com a garantia de bons resultados, safra após safra. O produtor que se torna irrigante está assinando um contrato com a produtividade e abrindo as portas para um futuro mais lucrativo.

Nesse sentido, a Valley inovou o significado do conceito de venda, com o objetivo de tornar essa aquisição um momento ainda mais marcante para o cliente. É por isso que, em 2021, a empresa adotou um novo sistema de entrega dos pivôs centrais aos produtores: são as chamadas entregas técnicas.

As entregas técnicas Valley estão alinhadas com os novos investimentos em Customer Experience (CX) realizados pela empresa. O analista de atendimento ao cliente da Valley, Júlio César de Paula Júnior, explica mais sobre a ação.

"A ideia principal da entrega técnica é celebrar, junto com o cliente, a aquisição do seu novo sistema de irrigação. É algo que vai além da simples entrega das peças do pivô na fazenda – além do equipamento, a Valley oferece um kit personalizado para cada produtor, incluindo, entre outras coisas, um quadro emoldurado com uma imagem aérea da lavoura do cliente, com um círculo azul demarcando a área que será coberta pelo pivô Valley",

descreve.

O kit especial também contém uma caixa de madeira pintada com o mesmo tom de azul que reveste o Painel Central, com brindes e uma cópia do projeto exclusivo do cliente. Dessa forma, a chegada do sistema de irrigação na fazenda fica registrado, não só na memória, mas de forma palpável.

"A aquisição de um pivô é um investimento significativo e, para muitos produtores Brasil afora, é uma conquista que define o futuro da fazenda a partir desse dia. O produtor que possui um pivô Valley está no topo da cadeia de produção da agricultura de precisão nacional, e queremos que ele se sinta como tal, deixando a experiência inesquecível para ele."

Além de valorizar a compra do pivô, a entrega técnica também contribui para a fidelização do cliente, ajudando a consolidar a marca Valley como aquela que oferece não só os melhores equipamentos de irrigação do mercado, mas também a melhor experiência para o cliente.

"A Valley é a primeira e, até então, a única empresa do mercado nacional que executa este projeto de entregas técnicas. Elas são destinadas, principalmente, para aqueles produtores que estão adquirindo o seu primeiro pivô Valley – é parte do projeto Meu Primeiro Pivô, que já desenvolvemos há muitos anos. Além disso, outros clientes que compram de cinco a

dez pivôs, bem como aqueles que adquirem acima de dez, também são contemplados", revela Júlio.

Ainda de acordo com o analista, cerca de 150 entregas técnicas foram realizadas para produtores de todo o país. "Após alguns meses de experiência, percebemos que é uma ação que está gerando um impacto muito positivo para os clientes – particularmente, aqueles que estão entrando agora na agricultura irrigada, que estão instalando o seu primeiro pivô na lavoura. O pivô central deixa de ser um equipamento e passa a significar uma experiência completa", avalia Júlio.

A ação teve tanto sucesso que chamou a atenção de outros países que contam com a presença da Valley. "É um projeto absolutamente pioneiro da Valley Brasil, e temos recebido contatos da equipe Valley dos Estados Unidos, que está interessada em implementar uma ação semelhante com os clientes. Isso nos deixa muito satisfeitos e certos que foi um projeto bem recebido nacional e internacionalmente", comemora.

As entregas técnicas são apenas um exemplo das ações e investimentos que a Valley vem desenvolvendo com o objetivo de valorizar o cliente em primeiro lugar, destacando não só os benefícios que os próprios pivôs de irrigação podem trazer para as fazendas, mas também destacando a parceria entre a Valley e o produtor.

Grandes ideias

30.

ESPAÇO IRRIGER

O produtor Regis Ceolin, da Fazenda Santo Antônio, destaca os excelentes resultados alcançados com o apoio da consultoria da Irriger

32.

ESPAÇO SOLAR

Integrando sustentabilidade à produção de grãos, os produtores da Irmãos Gatto Agro apostaram na instalação de um sistema de energia solar e colheram resultados impressionantes

33.

MESTRES DA IRRIGAÇÃO

Everardo Mantovani e Jonas Proença abordam importantes aspectos nos artigos técnicos desta edição

IRRIGAÇÃO E CONSULTORIA: DOIS LADOS DA MESMA MOEDA

Para o produtor Regis Ceolin, a consultoria é uma parte importante da irrigação; cliente 100% Valley faz grandes investimentos nos pivôs da marca e não abre mão do auxílio da Irriger



Para o produtor que investe na irrigação para aumentar a rentabilidade da lavoura, a instalação do pivô é apenas o primeiro passo.

Para maximizar a produtividade e minimizar as despesas, a consultoria em irrigação é essencial, uma vez que este processo é o que define a estratégia e adapta o uso do sistema de irrigação à realidade de cada fazenda.

Em São Desidério (BA), o produtor Regis Ceolin, da Fazenda Santo Antônio do grupo Ceolin Bahia, conhece bem a importância da consultoria. Por isso, ele

fez questão de contar com o auxílio da Irriger, desde o primeiro dia de funcionamento do seu primeiro pivô Valley, instalado na propriedade há cerca de um ano.

A região do oeste baiano, onde Regis atua, tem registrado crescimentos expressivos na agricultura irrigada – já são cerca de 250 mil hectares irrigados. Somente no último ano, cerca de 50 mil hectares irrigados por pivô central foram criados no oeste do Estado.

Inicialmente, Regis adquiriu três pivôs centrais Valley, que cobrem áreas

de 200, 250 e 300 hectares. Já impressionado com os resultados obtidos na primeira safra irrigada, ele decidiu expandir o seu sistema de irrigação – para a próxima safra, ele já adquiriu cinco novos pivôs.

Quatro desses equipamentos serão usados em áreas de 300 hectares, enquanto o último cobrirá mais 80 hectares. Desta forma, 1280 hectares irrigados serão somados aos 750 atuais.

O gerente de irrigação da propriedade, Marcelo Andrade, explica por que a Valley foi a marca escolhida pela equipe.



"Dois principais motivos nos levaram a optar pelos pivôs Valley. Em primeiro lugar, a excelente qualidade dos equipamentos, que é reconhecida no mercado. Em segundo, a tecnologia que a empresa oferece para aprimorar os pivôs. Não só temos acesso aos softwares mais atualizados e tecnológicos, com controles de acionamento e a programação remota, graças à telemetria, mas também podemos colher informações em tempo real – tudo isso, com um manuseio fácil e prático", enfatiza.

Já no primeiro ano de utilização da irrigação Valley, a propriedade registrou uma média de 74 sacas por hectare na lavoura de soja irrigada. No caso do algodão, foram 336 arrobas por hectare – chegando, em alguns casos, a 407 arrobas por hectare.

De acordo com Marcelo, o resultado positivo é a comprovação de que a estratégia definida com o auxílio da consultoria Irriger é a mais adequada para a fazenda.

"A Irriger nos proporciona o monitoramento da água no solo, gerando relatórios que revelam os dados sobre a nossa irrigação. Assim, é possível ter uma avaliação da gestão da lâmina de irrigação, bem como do consumo de energia. A equipe Irriger também realiza avaliações de solo a campo e nos ajuda nas tomadas de decisão sobre o manejo da irrigação. Tudo isso colabora para termos resultados cada vez melhores", afirma o gerente.

Com o trabalho focado em resultados, os pivôs Valley e a consultoria Irriger são duas ferramentas que se completam, facilitando a vida do produtor rural e simplificando as tomadas de decisão para potencializar o lucro das lavouras, safra após safra.

"Por exemplo, as constantes variáveis climáticas podem influenciar o resultado obtido nas lavouras irrigadas. Durante a consultoria, levamos esses fatores em consideração, bem como o estágio de desenvolvimento de cada cultura, para evitarmos o estresse hídrico. A consultoria também contribui para que o produtor consiga realizar duas safras na mesma área a cada ano, multiplicando a sua rentabilidade e maximizando o resultado da irrigação", descreve.

O consultor Igor Santos é responsável pelo atendimento da Irriger na Fazenda Santo Antônio. Segundo ele, a consultoria em irrigação é útil para ajustar o funcionamento do sistema de irrigação conforme a necessidade.

"Desde o primeiro dia, levamos muita estratégia para melhorar os resultados na fazenda. Detectamos alguns problemas relativos ao consumo de energia e fizemos treinamentos com a equipe da propriedade, que foram muito bem recebidos. Outras ações, como orientações de manejo e o calendário de plantio, também foram executadas.

O resultado de tudo isso é o melhor possível: uma produtividade que não para de crescer", comemora Igor.



FOCO NO FUTURO

Com energia solar, grupo produtor de grãos reduz emissão de CO₂ e maximiza resultados sustentáveis em grande escala



Produzir alimento com sustentabilidade e impacto reduzido no meio-ambiente é uma das principais diretrizes da agricultura moderna. Tanto no setor nacional quanto global, a implementação de iniciativas voltadas para esses fatores expressa o crescimento de uma tendência. As práticas de ESG (Environmental, Social and Governance) buscam o equilíbrio entre os aspectos ambiental, social e corporativo das empresas.

Foi buscando integrar essas ações à rotina de produção que a o grupo Irmãos Gatto Agro apostou na geração de energia solar. Gerida pelos irmãos Clair, Luiz Carlos, Maurício, Roberto, Valter, Vilson e Vladir Gatto, a fazenda localizada na zona rural de Barreiras (BA) atua há 40 anos na produção e comercialização de grãos. Atualmente, a equipe produz soja, milho, milho e feijão.

Os sócios também são proprietários de 80% da empresa Sementes Oilema Ltda., beneficiadora e comercializadora de sementes de soja para a região MATOPIBAPA (composta por Maranhão, Tocantins, Piauí, Bahia e Pará), para o Mato Grosso e Rondônia. A firma é situada no mesmo endereço e conectada à mesma unidade consumidora de energia.

Para suprir com sustentabilidade as necessidades energéticas, tanto da fazenda, quanto da empresa, os sócios buscaram alternativas de energias renováveis. Maurício Gatto conhecia o trabalho da Solbras pela instalação de diversas usinas no Mato Grosso. “Ao entrar em contato, senti a firmeza da empresa. Posteriormente, soube da junção com Valmont. Vejo com bons olhos essa operação, pois fortaleceu ainda mais as duas marcas”, pontua.

A equipe da Irmãos Gatto Agro contou com o atendimento da equipe Valmont durante todo o processo de desenvolvimento do projeto de energia solar na propriedade. Foram avaliados os objetivos, necessidades e demais aspectos relacionados à aplicação da energia na fazenda. “A Valmont tem nos auxiliado muito bem. Sempre que precisamos, entramos em contato e somos prontamente atendidos”, comenta Maurício.

Cerca de 3.180 módulos foram instalados na propriedade, cuja capacidade total é de 1.097 kWp. “Essa energia gerada é utilizada principalmente para o beneficiamento e limpeza de grãos e sementes numa parte do ano. Na outra parte, gera créditos para abatimento futuro”, explica.

Os resultados da implementação da

energia solar na propriedade são perceptíveis e, segundo o produtor, vão muito além do bolso. “Depois da instalação dos painéis, observamos uma significativa redução no valor da conta de energia, mas o ganho principal é em relação ao meio ambiente. Neutralizamos a emissão de CO₂ na atmosfera em mais de 232 toneladas ao ano”, afirma.

Com compromisso ao desenvolvimento sustentável, a família Gatto planeja instalar ainda mais painéis. O objetivo é zerar completamente a emissão de carbono pela propriedade. “Já estamos com o orçamento para a instalação de painéis para nossas áreas irrigadas. A eficiência solar da nossa região, junto ao ganho ambiental e obviamente financeiro é visível”, diz.

Além de contribuir ativamente na cadeia de produção de alimentos brasileira, a equipe da Irmãos Gatto Agro tem uma visão produtiva ampla, que vislumbra o futuro das próximas gerações. “A energia fotovoltaica é o futuro, pois nossas matrizes energéticas estão cada vez mais no limite. Além de rápida e simples, a instalação dos painéis nos possibilita ter um ganho socioambiental significativo em um curto espaço de tempo”, conclui.



CUSTOMER EXPERIENCE: A COMUNICAÇÃO APROPRIADA PODE SER A CHAVE PARA UMA EXPERIÊNCIA MEMORÁVEL



Jonas Proença

DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO
DE REDE E CX

Promover uma experiência memorável ao cliente é o objetivo (e, às vezes, a missão) de todas as empresas. Umas o fazem intuitivamente, outras o fazem de forma estruturada, com análises aprofundadas da jornada do cliente e, principalmente, com indicadores que possam medir e direcionar a empresa na busca pela fidelização de seu cliente.

Estamos em constante contato com nossos clientes; seja de maneira direta (pessoalmente), seja via internet, ou pela maneira como comunicamos nossos produtos e serviços. Por isso, toda atenção e cuidado são fundamentais para provermos uma experiência positiva a nossos clientes. E isso será o diferencial da empresa perante seus concorrentes.

Quando mais envolvimento tivermos com nosso cliente, maiores são as possibilidades de entendermos suas necessidades e oferecermos soluções que realmente tragam os

resultados que eles esperam. Portanto, CX (Customer Experience) deve ser uma cultura que abarque toda a organização; todos os funcionários precisam entender quem é o cliente e como seu trabalho pode agregar valor a ele. Quanto mais integrado ao cliente, maior a chance de sucesso a organização poderá ter.

Quando causamos uma boa experiência a nossos clientes, quando conseguimos entregar um produto que o ajude a alcançar seus objetivos, estamos criando defensores de nossa marca. Porque, quanto mais satisfeito o cliente estiver com nossos produtos e serviços, maior a chance de termos a fidelização dele. Quem oferece atendimento surpreendente ganha destaque no mercado.

Mapear a jornada do cliente é o primeiro passo para entendermos os pontos de atenção onde deveremos colocar mais foco, a fim de eliminar as dores do cliente e demonstrar atenção e disponibilidade. Ele precisa se sentir acompanhado e assessorado em todo o processo de aquisição de produto ou serviço; ainda que isso pareça não ser 'nossa obrigação'. É nesses momentos que nos diferenciamos e adquirimos a confiança e lealdade do cliente.

Uma parte muito importante na construção de uma boa experiência do cliente é prestar muita atenção aos touchpoints, ou pontos de contato, os pontos de interação que a empresa tem com o cliente. Por exemplo: propagandas convencionais ou online, banners, site, blogs, e-mail, identificação de lojas, uniformes dos colaboradores, aplicativos, promoções, etc.

Cada touchpoint permite criar algo especial. Pode ser um atendimento

satisfatório e eficiente ou uma experiência que ficará marcada na mente do cliente para o resto da vida. Uma comunicação apropriada e inteligente aproxima a empresa do cliente, o contrário pode ser um desastre.

Por isso, é importante que toda a organização conheça o cliente e saiba os impactos e efeitos de cada processo no nível de satisfação do mesmo, promovendo ações concisas que tragam experiências positivas e que contribuam para o sucesso do cliente.

É importante deixar claro para toda a organização a valorização do cliente e a interação entre ele e a marca. A forma mais fácil de cumprir esse objetivo é ter normas claras que possam atuar como guia. São elas que vão orientar o comportamento da sua empresa. Cada integrante do time deve ter conhecimento sobre essas boas práticas, e o gestor precisa reforçá-las em todos os treinamentos e palestras. É preciso criar rituais que consolidem esses processos e essa cultura na organização. E o exemplo tem que vir da alta liderança.

Além disso, treinamentos frequentes sobre os processos e análises dos indicadores de CX devem estar no topo dos investimentos da empresa.

E, claro, concomitantemente, a empresa deve constantemente ouvir seus clientes e promover ações que demonstrem que as súplicas e sugestões estão sendo atendidas.

Isso tudo, com muita disciplina e dedicação, seguramente, trará a fidelização que tanto se espera; com clientes satisfeitos, com resultados comprovados e perenidade nos negócios.

USO OU CONSUMO DE ÁGUA? QUAIS SÃO OS VALORES REAIS E A VERDADE SOBRE A UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS NA AGRICULTURA IRRIGADA?

Everardo Chartuni Mantovani

Professor da Universidade Federal de Viçosa

Comumente nos deparamos com a enfática afirmativa de que a agricultura irrigada consumiria 50, 60 ou 70% das águas do país. No entanto, temos duas inverdades nesta afirmação: a primeira quanto ao uso da palavra consumo e a outra, quanto aos níveis citados, que são, pelo menos, cerca de 30 vezes menores. Sem dúvida, essas afirmações são colocadas de maneira inadequada e errônea, como concluiremos mais à frente, e têm causado grandes prejuízos ao desenvolvimento da agricultura irrigada.

A produção de alimentos para atender o mercado interno e as exportações tem sido um grande desafio que o agronegócio brasileiro vem superando. Tal produção demanda um grande volume de água, seja através das precipitações pluviométricas em condições de sequeiro, seja pelas precipitações complementadas pela água extraída dos corpos d'água no caso irrigado. Assim, o uso da água faz parte da produção de alimentos, fibras e agroenergia e, dentro de certos limites quantitativos que dependem da cultura,

sua fase de desenvolvimento e as condições climáticas, além dos aspectos legais de que trata a Lei 9.433 de 1997, que Institui a Política Nacional de Recursos Hídricos e cria o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos.

Se, por um lado, existe a preocupação com o uso de água na agricultura irrigada e sua disponibilidade, por outro, há a questão relacionada à necessidade de produzir alimentos cada vez em maior quantidade e qualidade. Estudos da agência FAO da Organização das Nações Unidas (FAO, 2009), procurando liderar esforços para a erradicação da fome e combate à pobreza, indicam a necessidade de aumentar a atual produção de alimentos entre 60 e 70% até 2050. Esses percentuais de crescimento são necessários para atender à demanda crescente da população, que irá atingir cerca de 10 bilhões de pessoas. Pelas limitadas condições para a expansão da área plantada, a FAO estima que 90% desse crescimento deverá vir do aumento da produtividade.

Em todo esse debate, embora

negligenciada em muitas situações, a agricultura irrigada é a chave para atingir os objetivos necessários, seja pela intensificação do plantio (contínuo), seja por extrair o maior potencial produtivo das culturas e de seus cultivares e criar condições para plantio na hora certa (climaticamente e economicamente), seja por minimizar os impactos das quebras de safra e garantir o abastecimento e o nível de preços ao consumidor final. Assim, a agricultura irrigada é o sistema de produção que otimiza o uso da terra, dos investimentos, dos ativos, da mão de obra e muitas outras, sendo que estas vantagens explicam a forte demanda por seu crescimento e desenvolvimento.

O uso de água no Brasil nos diversos setores é caracterizado em estudos da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA) e publicados nos documentos “Conjuntura dos Recursos Hídricos no Brasil” e “Atlas de Irrigação de 2021”, onde se define por setor a água retirada, retornada e consumida, como apresentado na Tabela 1, a seguir, para o ano de 2019.

Setores de usuários	Retirada		Retorno			Consumo	
	(m3/s)	(%)	(m3/s)	(%)	% Total	(m3/s)	(%)
Irrigação	1038,1	49,80%	294,6	30,70%	28,4%	743,5	66,1%
Abast. Urbano	505,7	24,30%	404,6	42,20%	80,0%	101,1	9,0%
Indústria	202,3	9,70%	93,6	9,80%	46,3%	108,7	9,7%
Abast. Rural	33,6	1,60%	6,7	0,70%	19,9%	26,9	2,4%
Mineração	36	1,70%	25,5	2,70%	70,8%	10,5	0,9%
Termelétrica	92,9	4,50%	89,8	9,40%	96,7%	3,1	0,3%
Uso animal	174,8	8,40%	43,9	4,60%	25,1%	130,9	11,6%
Total	2083,4	100%	958,7	100%	46%	1124,7	100%

Tabela 1. Estimativa da água utilizada no Brasil por setores em m3/s em 2019, envolvendo os valores retirados, retornados e consumido dos corpos d'água.

Observa-se que a agricultura irrigada retira cerca de 1038,1 m³/s, correspondente a 49,8% de todos os usos; todavia, pelo critério adotado, há um retorno proporcionalmente menor (28,4%), indicando que a agricultura irrigada consumiria 66,1%. Tal consumo é considerado como a parte da retirada que não retorna diretamente aos corpos hídricos. Esse critério e metodologia adotada produzem valores irreais em relação ao uso geral de água e são propagados inclusive de maneira caluniosa como se fossem em relação à disponibilidade total de água no Brasil.

Uma análise importante dessa caracterização refere-se ao uso do termo consumo de água, considerado inadequado em razão de a agricultura irrigada apenas utilizar a água em seus processos produtivos, não consumindo, mas devolvendo à atmosfera, na sua forma mais pura, cerca de 99,9% da vazão de água retirada através da evapotranspiração. Nesse sentido, menos de 0,1% saem da área nos produtos comercializados (grãos, açúcar, álcool,

fibra etc.), e que também retornam ao sistema após seu uso na alimentação, vestuário etc.

Contribui para esse conceito o fato de nenhuma análise técnica e científica ter sido realizada no Brasil para definir de forma ampla onde a água evapotranspirada das áreas irrigadas irá retornar ao sistema hídrico superficial e subterrâneo na forma de chuvas. Este estudo é complexo e começamos agora a ter condições técnicas de avaliá-lo.

Com citado, a maior parte da água (cerca de 99,9%) sai da área irrigada na forma de vapor d'água pelos processos de evapotranspiração na área irrigada (transpiração das plantas e evaporação das superfícies). Essa água, na forma pura, retornará na forma das chuvas que ocorrerão nas áreas que se encontram na direção dos ventos predominantes. Por exemplo, é bem retratado na literatura o transporte de vapor d'água da Amazônia, sendo que 70% da precipitação que ocorre na Bacia do Paraná/Prata se origina na Bacia Amazônica.

Estes estudos de movimentação dos

Regiões hidrográficas	Q _{mld}	
	Total	Parcial**
Amazônica	132.145	
Tocantins-Araguaia	13.799	13.799
Paraná	11.831	11.831
Uruguai	4.103	4.103
Atlântico Sul	4.055	4.055
Atlântico Sudeste	3.167	3.167
São Francisco	2.846	2.846
Atlântico Nordeste Ocidental	2.608	2.608
Paraguai	2.359	2.359
Atlântico Leste	1.484	1.484
Atlântico Nordeste Oriental	774	774
Parnaíba	767	767
Total	179.938	47.793

* Q_{mld} representa a vazão média medida durante vários, dias, meses e anos.

** Q_{mld} parcial representa o total brasileiro sem a bacia amazônica.

Fonte: 9ª Edição Manual de Irrigação Bernardo, S. et al. e adaptado de documentos da ANA

Tabela 2 - Vazão natural média de longa duração (Q_{mld}) nas diferentes regiões hidrográficas do Brasil.

vapores d'água têm sido feitos quase que exclusivamente para análise da importância das florestas nas chuvas que ocorrem a jusante dos ventos predominantes. Neste sentido, é importante o desenvolvimento de estudos que analisem a contribuição da água da evapotranspiração das áreas irrigadas nas chuvas de outras regiões. Tal análise permitiria um entendimento mais amplo e, assim, contribuiria para uma melhor análise da eficiência de uso da água utilizada pela agricultura irrigada, e eventualmente requalificaria a irrigação como atividade redistribuidora de água, ao invés de simplesmente consumidora de água.

Neste sentido, é possível esperar que o fluxo natural de vento e vapor d'água do norte para o centro/sudeste do Brasil irá trazer mais vapor d'água para as localizadas a jusante das áreas irrigadas, como por exemplo, as áreas irrigadas do Centro-Oeste para as bacias do Prata e do



São Francisco.

É importante reafirmar que os valores elevados de 49,8% e 66,1% citados anteriormente estão relacionados ao total utilizado por todos os usuários no Brasil e não a valores totais disponíveis, como muitas vezes é propagado e citado em muitos fóruns e publicações.

Para ajudar a entender o significado da vazão utilizada pela agricultura irrigada e demais setores, vamos considerar os valores apresentados na Tabela 2, referentes às vazões naturalizadas (sem retirada de água) de todas as bacias hidrográficas brasileiras apresentadas no livro Manual de Irrigação, em sua 9ª edição (Bernardo, S.; Mantovani, E.C.; Silva, D.D. e Soares, A.A.). Totaliza uma vazão média de longa duração (Q_{mld}) da ordem de 180.000 m³/s, sendo que a bacia amazônica é a maior, com cerca de 73,4% da vazão disponível no Brasil e, as demais 11 regiões hidrográficas, com cerca de 48.000 m³/s.

Setores de usuários	Água Retirada (m ³ /s)	% em relação a Q_{mld}	
		Total	Total Parcial*
Irrigação	1038,1	0,58%	2,17%
Abastecimento Urbano	505,7	0,28%	1,06%
Indústria	202,3	0,11%	0,42%
Abastecimento Rural	33,6	0,02%	0,07%
Mineração	36	0,02%	0,08%
Termelétrica	92,9	0,05%	0,19%
Uso animal	174,8	0,10%	0,37%
Total	2083,4	1,16%	4,36%

* Q_{mld} total parcial é sem a vazão dos rios da bacia amazônica.

Tabela 3 – Comparação percentual entre a água retirada pelos diversos setores de usuários em relação à Q_{mld} (vazão média de longa duração) dos rios brasileiros, com (179.938 m³/s) e sem a bacia amazônica (47.793 m³/s).

Nessa análise, conclui-se o absurdo dos percentuais divulgados de uso da água na agricultura irrigada, cujos valores reais correspondem a 0,58% ou 2,17% (conforme a base utilizada) e não têm nenhuma relação com os números de 50, 60 ou 70% que são divulgadas de forma equivocada ou mal-intencionada. Faz-se necessário uma melhor comunicação do setor da agricultura irrigada, para uma melhor compreensão do público geral em relação à sua atividade e desmitificação de informações falsas que são propaladas como verdadeiras.

Nesta discussão, não existe nenhuma intenção de desconhecer a necessidade e importância da outorga de água,

necessária para o uso da água na agricultura irrigada e em qualquer setor, que existem áreas que já apresentam usos de água superiores ao recomendado ou ao disponível e que exigem análise específica e que necessitam ser adequadamente tratada e resolvida. Também se reafirma a importância de manter programas de uso eficiente de água, seja pela adoção de sistemas irrigados com alta tecnologia de aplicação de água, como o pivô central e o gotejamento, como também de sistemas de manejo técnico da irrigação.

Concluindo, a agricultura irrigada vem cada vez mais contribuindo para produção sustentável de alimentos, fibras e agroenergia com forte impacto ao

desenvolvimento regional com geração de emprego e renda de forma estável e contínua. O uso de água necessário faz parte do jogo da vida, onde a produção vegetal necessita de um volume de água elevado em relação a outros setores da economia, mas ainda com valores inferiores a 2,17% da disponibilidade hídrica superficial brasileira. Importante considerar também que temos o importante recurso hídrico subterrâneo que, usado de forma adequada, contribui efetivamente para atender a demanda hídrica de todos os setores de usuários e, claro, da agricultura irrigada.

➔ IRRIGAÇÃO
INTELIGENTE
É VALLEY



VALLEYIRRIGATION.COM.BR

VALLEY 