



Páginas que
ajudamos a escrever
2010/2011



MONSANTO





Sementes plantadas, frutos colhidos

A Monsanto é uma empresa 100% focada em agricultura. Nossa equipe se dedica de corpo e alma a oferecer soluções e tecnologias sustentáveis que ajudam os agricultores a produzir mais, conservar mais e melhorar vidas. E é com grande satisfação que vemos o nosso trabalho diário estampado nas páginas de jornais e revistas nacionais.

Todas essas reportagens são resultado do esforço de muita gente. Para que nossas ações se transformem em notícias, há um longo trabalho de relacionamento, dedicação do nosso time e disposição de todos os nossos porta-vozes em atender à imprensa, explicando o que fazemos – e como fazemos.

Nas próximas páginas desta publicação, você encontrará algumas reportagens que sintetizam parte do nosso trabalho. Nem todas as matérias sobre a Monsanto estão aqui. Afinal, o volume de artigos sobre a nossa empresa, nosso time, nosso negócio e nossas tecnologias cresce a cada ano. Em 2010 foram publicadas 1.783 reportagens sobre a Monsanto – quase cinco matérias por dia – e recebemos 439 solicitações da imprensa.

Estar nas páginas dos principais jornais e revistas do país, com destaque e de forma positiva, nos enche de orgulho e nos faz acreditar que estamos no caminho certo. Indica que, depois de termos plantado as nossas sementes, estamos colhendo os frutos.

Por trás do sucesso da Monsanto e da construção da nossa reputação perante a sociedade, existe uma atuação integrada de todo um time de colaboradores empenhados em fortalecer o nome da nossa empresa, divulgando a nossa missão, nossas práticas, projetos e produtos.

A você, verdadeiro Embaixador Monsanto, nosso muito obrigado!

Time de Assuntos Corporativos – Monsanto do Brasil



Valor Econômico, 4.2.2010:

Matéria aborda o trabalho desenvolvido pelas empresas que têm suas áreas de atuação pouco conhecidas do público geral no sentido de atrair talentos. Monsanto é citada como exemplo pela aproximação com universidades e atuação em biotecnologia.



RECURSOS HUMANOS

Indústrias polêmicas querem atrair mais jovens

Com salários e planos de carreira turbinados, elas tentam seduzir geração "politicamente correta". Por **Rafael Sigollo**, de São Paulo

Cada vez mais exigente e politicamente correto, o jovem de hoje não quer apenas um emprego, mas um sentido para o trabalho. É comum, portanto, que ele questione quais os impactos que a empresa onde pretende trabalhar causa no meio ambiente e na sociedade como um todo. Nesse contexto, indústrias que atuam em setores considerados polêmicos como tabaco, bebidas, amianto e biotecnologia precisam de estratégias mais bem elaboradas e até agressivas para atrair e reter talentos. Além de quebrar preconceitos, elas têm de convencer os candidatos da legitimidade de seus negócios, transformar supostas impressões negativas em motivação, além de, é claro, desenhar planos de carreira e remuneração bastante atraentes.

"O jovem diferenciado, de alto potencial, se posiciona perante o mercado com muita confiança e segurança atualmente. Ele se permite recusar uma proposta em uma multinacional, por exemplo, se não acreditar naquela ideia e não está disposto a fazer qualquer coisa", afirma Danute Gardziulis, sócia-diretora da GNext, empresa de recrutamento de jovens executivos. Segundo ela, quem já tem restrições sobre trabalhar em setores polêmicos dificilmente muda de posição. O sucesso no recrutamento, diz Danute, vem dos que estão em dúvida ou, no mínimo, mostram-se dispostos a conhecer a empresa e ouvir o que ela tem a dizer.

Se por um lado essas indústrias perdem a chance de contratar parte dos chamados "high potentials" que estão no mercado, por outro, muitos deles buscam uma vaga por conta própria nessas empresas, inclusive candidatando-se nos programas de trainee. "A maioria dessas companhias é reconhecidamente formadora de grandes líderes e muitos são atraídos pelos programas bem estruturados", explica Danute.

Na Philip Morris, por exemplo, o grande atrativo são planos de aprendizado, de progressão de carreira e de atuação internacional. "Eu mesmo estou há 20 anos na empresa e metade desse tempo foi atuando no exterior", afirma Felipe Siqueira, diretor de recursos humanos. "Obviamente operamos em um ambiente complexo e muitas pessoas fazem objeções em relação a nossa atividade. É importante ressaltar, contudo, que somos

uma organização regulamentada e responsável, que tem uma comunicação direta com os consumidores e funcionários sobre os riscos do produto que fabricamos", diz Siqueira.

Após uma pausa de três anos, a Philip Morris retomou seu programa de trainee em 2008 e recebeu 18 mil inscrições. O número se manteve no ano seguinte, com apenas nove contratados. Marina Chiarelli, 25 anos, foi uma delas. Com faculdade nos Estados Unidos e pós-graduação em negócios internacionais, ela participou de outros processos e recebeu propostas antes de se decidir pela Philip Morris. "Escolhi trabalhar em uma líder de mercado que tem marcas extremamente fortes em seu portfólio", diz. Após um ano como trainee, Marina se tornou analista de marketing da marca Marlboro "vendida em 160 países", orgulha-se.

Para preencher cargos de comando, porém, a estratégia fica mesmo na remuneração mais alta. De acordo com um levantamento da consultoria Hewitt, o setor tabagista paga salários 58% mais altos para diretores, em relação à média do mercado e o valor da remuneração variável quase dobra.

Ainda que não tenha uma rejeição tão explícita por parte da sociedade tal qual a indústria do tabaco, empresas como a Monsanto, que tratam de biotecnologia, defensivos agrícolas e transgênicos podem assustar pela novidade. Esse desconhecimento fez com que, nos últimos anos, a companhia fosse procurada quase que exclusivamente por recém-formados em áreas já familiarizadas com esses temas como ciências biológicas, agronomia e veterinária. Para reverter esse quadro, a Monsanto está reformulando seu programa de trainee e tornando-o multidisciplinar. "Além disso, fazemos um esforço para nos aproximar das universidades, apresentando nossa organização aos jovens e explicando as oportunidades de carreira que oferecemos", afirma Patrícia Prieto, gerente de captação de talentos da empresa.

Na opinião dela, o jovem de hoje é aberto a discussões e mais bem informado. "Ele pesquisa sobre um assunto e tira suas próprias conclusões. Não é facilmente influenciável". Patrícia diz que a Monsanto trabalha com foco na criação de um ambiente sustentável e isso costuma atrair e engajar jovens talen-



Patrícia Prieto, gerente de captação de talentos da Monsanto, explica nas universidades como é atuar em biotecnologia



A ex-trainee Marina Chiarelli tornou-se analista de marketing da Philip Morris

tos. Foi por acreditar que a biotecnologia melhora a qualidade de vida das pessoas e faz diferença na sociedade que o gerente de licenciamento Ricardo Gentil procurou a Monsanto.

Aos 27 anos, ele já havia trabalhado no setor de bioenergia na Inglaterra, Cingapura e Índia, até decidir voltar ao Brasil no ano passado. "Obviamente o dinheiro é importante, mas não é o fator principal. Tive propostas muito boas no exterior em relação a remuneração, mas o trabalho não me cativava e a ideologia não era tão forte", conta.

Gentil afirma que, ao entrar na

Monsanto, não percebeu nenhuma reação negativa por parte dos amigos, apenas um estranhamento por parte dos pais. "Eles, assim como as pessoas da mesma geração, acham esquisita essa história de organismos geneticamente modificados", mas é por desconhecimento. Depois que explicou, fica tudo certo", garante.

Ataques mais vorazes sofre a Sama, fábrica de amianto do grupo Etemit. Tida como cancerígena, a matéria-prima tem seu uso proibido em diversos países. A empresa, contudo, afirma que o uso controlado da substância, aliado à tecnologia que dispõe, o

torna inofensivo. "Jogamos abertamente. Desde o início do processo seletivo explicamos passo a passo a nossa atividade e, depois, os candidatos podem ver isso pessoalmente", ressalta o gerente de recursos humanos da companhia, Moacyr Melo.

Para ele, os jovens se interessam pela política de RH da Sama como os mecanismos de ascensão de carreira e o pacote de benefícios. Além de avaliações constantes e programas de desenvolvimento, eles têm direito a moradia em um complexo residencial todo mobiliado, uma vez que as instalações da companhia ficam em Minaçu, a cerca de 500 km de Goiânia. "Depois que eles entendem que todos os nossos processos são monitorados e certificados, a motivação e o engajamento aparecem naturalmente", diz. Micheli Batista Pires, de 28 anos, já tinha ouvido falar das polêmicas em relação ao amianto, mas não tinha ideia de como a Sama trabalhava até se inscrever no programa de trainee da empresa. Ela foi selecionada, se mudou de Ouro Preto para Minaçu e, após um ano e oito meses, já é coordenadora de produção. "As perspectivas e os desafios eram muito mais interessantes aqui do que nas outras empresas em que pesquisei", diz.

Atualmente, ela cursa MBA em Goiânia com 70% do valor bancado pela companhia, além de ser dispensada para poder viajar nos dias de aula. Mesmo com todo o apoio e a estrutura da organização, Micheli já foi questionada por sua escolha. "Mas era mais falta de informação mesmo. Até levei material institucional da empresa para mostrar aos meus familiares e amigos", afirma.

De acordo com Danute, da GNext, trabalhar em indústrias consideradas polêmicas não tem impacto negativo no currículo. É essencial, porém, que o jovem que escolher esse caminho esteja seguro e que saiba defender sua decisão. "Ao longo da carreira, outros empregadores perguntarão sobre essa experiência e os motivos que o levaram a trabalhar para um determinado segmento polêmico. Essa resposta poderá revelar muito sobre o caráter profissional desse talento", afirma.



NEGÓCIOS

PROTESTOS

A questão sobre os transgênicos teve momentos delicados, como a destruição, pelo MST, de plantações em fazenda da Monsanto



APOSTA

A empresa aplicou cerca de US\$ 1 bilhão em pesquisas para desenvolver sementes específicas para o Brasil



MILHO TURBINADO

Nova variedade de semente vendida no País resiste a pragas e possui produtividade até 15% maior em relação à convencional

Formado em engenharia aeronáutica, ele ingressou na companhia em 1991 e ocupou diversos postos no Brasil e no Exterior. Amante de música clássica, Dias trabalha ao som de óperas de autoria de maestros como Verdi e Puccini. Vez por outra acende um incenso para “energizar” o ambiente. Com seu estilo descolado e jovial, o executivo sintetiza a nova Monsanto, uma companhia que já foi chamada de satanás da agricultura por seu trabalho na área de desenvolvimento de sementes

transgênicas (geneticamente modificadas), mas que conseguiu reverter sua imagem de forma espetacular.

Antes execrada por ambientalistas, por parte da imprensa e até por governos, a empresa hoje recebe elogios até de seus antigos detratores –

entre eles, Bill Gates, atualmente um defensor contumaz da biotecnologia na agricultura. A próxima edição da revista americana *Forbes*, que sai no dia 18 de janeiro, elege a Monsanto como companhia do ano – e não apenas por seu desempenho financeiro. “Nada contra os transgênicos foi confirmado até hoje”, afirma Dias. Afinal, o que fez a companhia para

“A BIOTECNOLOGIA É SINÔNIMO DE LUCRO PARA O AGRICULTOR”, DIZ O FAZENDEIRO VICTOR PRIORI, DONO DO GRUPO PARAÍSO, DE GOIÁS

conseguir virar o jogo a seu favor?

Presidente mundial da Monsanto Company, o escocês Hugh Grant é um dos artífices dessa transformação. Desde que assumiu o posto, em 2003, o executivo sofreu um bombardeio implacável dos ecologistas.

Com o passar dos anos, porém, e munido de estatísticas que comprovam o aumento real da fome no mundo, Grant conseguiu demonstrar que as sementes transgênicas são importantes para a multiplicação dos alimentos disponíveis no planeta. “A biotecnologia pode ajudar a resolver o problema da fome no mundo”, disse Grant em entrevista

exclusiva à *DINHEIRO* (leia à pág. 66). No jogo da agricultura globalizada, a pedra de toque é a produtividade. Para alimentar um

exército de 1,3 bilhão de pessoas, a China, por exemplo, aderiu incondicionalmente aos transgênicos. Na avaliação dos especialistas, é apenas uma questão de tempo para que bastiões contrários aos transgênicos, como França e Alemanha, sigam o



mesmo caminho. Afinal, com a expectativa de crescimento de 35% da população global em 40 anos, aliado ao aumento da demanda por comida, essa conta só vai fechar se os agricultores aderirem à biotecnologia.

Aos longo dos anos, o debate em torno dos transgênicos assumiu uma postura de disputa entre torcidas de futebol. Uma espécie de Fla-Flu ou Corinthians versus Palmeiras. De um lado, os ambientalistas. “As sementes desenvolvidas pela Monsanto colaboram para a vulnerabilização da agricultura, pois reduzem a biodiversidade”, afirma Rafael Cruz, coordenador

do Greenpeace. De outro, as empresas agrícolas se defendendo. No meio da turbulência, a comunidade científica, que passou muito tempo debruçada sobre esse assunto. Se ainda não existe um consenso mundial a respeito dos perigos que os transgênicos podem representar (se é que realmente existe algum), até hoje nenhum estudo científico conseguiu dar um veredicto final que resolva a questão. Isso favoreceu a Monsanto. Um dos entusiastas da biotecnologia no campo é Walter

Colli, respeitado cientista que preside a Comissão Técnica Nacional de Biossegurança (CTNBio). Sob seu comando, a entidade encarregada de aprovar a venda de sementes abriu as portas da lavoura brasileira para os transgênicos. “Nossas decisões são técnicas e respaldadas em avaliações de cientistas de universidades e institutos de pesquisas”, diz Colli. Segundo ele, o Brasil se deixou contaminar pelo lobby de empresas europeias que viam a

área de 14 mil hectares com a variedade desenvolvida pela Monsanto. “A biotecnologia é sinônimo de competitividade e lucro para o agricultor brasileiro”, pontifica Priori. “Sem ela, ficaremos de fora do mercado globalizado.” Na ponta do lápis, segundo ele, os ganhos chegam a 15% em relação ao milho convencional. Até pouco tempo atrás, afirmações como essa poderiam causar uma onda de represálias. No início da década, os integrantes do Movimento

dos Trabalhadores Sem Terra (MST) protagonizaram diversos ataques a lavouras e unidades da Monsanto. As ações incluíram desde invasão de

O CRESCIMENTO DA POPULAÇÃO MUNDIAL VAI EXIGIR UM RÁPIDO AUMENTO NA PRODUÇÃO DE GRÃOS. E ISSO SÓ É VIÁVEL COM OS TRANSGÊNICOS

modernização da agricultura brasileira (leia-se transgênicos) como uma ameaça.

Com o esfriamento das críticas e o aparecimento de pesquisas que comprovam os ganhos de produtividade gerados pelos transgênicos, os agricultores passaram a investir sem culpa nesse tipo de produto. É o caso de Victor César Priori, dono do Grupo Paraíso, que fatura R\$ 200 milhões por ano. Em suas fazendas em Jataí (GO), a capital brasileira do milho, ele pretende ocupar 70% da

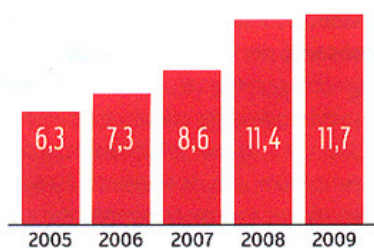
áreas, como a estação experimental de Ponta Grossa (PR), ocorrida em 2003, até a queima de lavouras, especialmente de soja.

A virada de jogo permitiu à Monsanto obter nos últimos anos consecutivos recordes de lucratividade. **No período 2000-2009, as vendas líquidas da empresa dobraram para US\$ 11,7 bilhões, enquanto o lucro líquido saltou de forma expressiva, para US\$ 2,1 bilhões.** Graças à aposta em biotecnologia, a Monsanto se tornou líder global do multibilionário

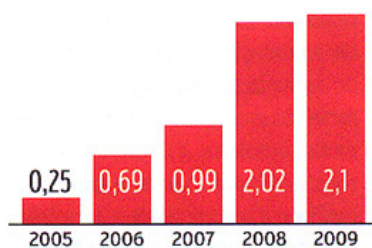
COLHEITA TECNOLÓGICA

Os efeitos da biotecnologia no desempenho financeiro da Monsanto

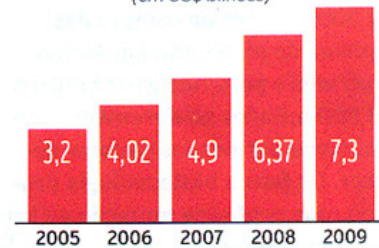
Vendas líquidas
(em US\$ bilhões)



Lucro líquido
(em US\$ bilhões)



Quanto as vendas de sementes transgênicas e convencionais geram para a empresa
(em US\$ bilhões)



Fonte: Empresa

Páginas que ajudamos a escrever é uma publicação da Diretoria de Assuntos Corporativos da Monsanto do Brasil

Diretor de Assuntos Corporativos:

Rodrigo Almeida

Equipe: Geraldo Magella, Glória Ferreira e Eduardo Costa

(Comunicação); Gabriela Burian, Christiane Bracco e Flávia Rabelo (Sustentabilidade e Responsabilidade Social); Sílvia Yokoyama (Assuntos Corporativos); Catharina Pires (Relações Governamentais); Ivani Alexandre e Selma Leite.

Relacionamento com a imprensa e produção gráfica: CDI Comunicação Corporativa (11) 3817-7900

