

Conheça a história da  
**Yara**  
com o Sebrae

Serviços prestados entre  
1º de setembro e 5 de outubro de 2021



**CONEXÃO  
DIGITAL**



## 1. Contexto

O mundo está digital. Disso ninguém duvida. Mas como acessar os conteúdos que realmente importam e que nos podem ajudar na melhoria da competitividade e dos resultados das nossas empresas? Essa é realmente uma questão delicada, diante da profusão de informações que chegam até nós diariamente.

Saber onde encontrar a melhor informação e dela se apropriar da maneira mais adequada para o negócio constitui um objetivo perseguido por empreendedores dos mais variados segmentos.

Para conhecer essa necessidade e essa dificuldade enfrentada pelos pequenos negócios é que o Sebrae desenvolveu o **Conexão Digital**.

Com foco no acesso das empresas a vários tipos de serviços e conteúdos digitais em diversos formatos, permitindo escala e acesso a formações e experiências predominantemente de ciclo curto, o **Conexão Digital** trabalha no desenvolvimento de um pacote de soluções envolvendo capacitação, formação, informação e troca de experiências entre a grande empresa e todo o seu ecossistema produtivo.

Os projetos são totalmente customizados de acordo com as necessidades dos pequenos negócios ligados à grande empresa contratante e têm como foco trazer a praticidade do digital – possibilitando acesso aos conteúdos de forma assíncrona,

numa trilha onde os empreendedores-alvo da ação escolhem a sequência de acesso aos conteúdos disponibilizados.

A premissa do **Conexão Digital** é, com base nas diversas soluções que o Sebrae já disponibiliza ao mercado, identificar aquelas que são mais adequadas a cada projeto e customizá-las para a grande empresa. Assim, os pequenos negócios impactados têm acesso a uma página *online* (site), onde os conteúdos são apresentados com a chancela da grande empresa e do Sebrae. Apenas em casos específicos é que são desenvolvidos conteúdos exclusivos para a grande empresa. No geral, é uma grande compilação dos produtos Sebrae aplicados a cada realidade apresentada. Todas as ferramentas selecionadas para o projeto são organizadas em uma página *online* (site), que é disponibilizada para acesso pelos pequenos negócios que compõem o ecossistema da empresa demandante junto ao Sebrae. O processo de mobilização das empresas integrantes da cadeia de valor da grande empresa demandante é da sua responsabilidade e representa um importante momento para apresentação da sua estratégia no sentido de apoiar, contribuir e se aproximar desses pequenos negócios.

Diante das necessidades apresentadas pela **Yara**, o Sebrae criou uma interface específica para os pequenos negócios de interesse da empresa. [www.sebrae.com.br/yara](http://www.sebrae.com.br/yara)

## 2. Yara

A Yara foi fundada na Noruega, no ano de 1905, com o propósito de erradicar a crise de fome na Europa. Ao longo da história da empresa, investiram em tecnologia e inovação para oferecer fertilizantes de máxima qualidade a todo o mundo.

Com mais de 100 anos de história, é uma empresa líder mundial em nutrição de plantas. Atua em escala global com vendas para mais de 60 países e possui cerca de 17.000 funcionários. Em 2018, registrou uma receita de US\$ 12,9 bilhões.

Entre esses países, o Brasil desempenha um papel fundamental, sendo responsável por um terço do volume e um quarto do faturamento global da empresa.

No Brasil, a Yara contribui para desenvolver a agricultura nacional, contemplando em suas soluções nutricionais todos os solos e culturas. A empresa também fornece soluções industriais para a redução de poluentes, melhorando a qualidade do ar das cidades. Presente no país desde a década de 1970, a empresa possui operações industriais, de mistura e distribuição nos principais polos agrícolas do

Brasil, contando com aproximadamente 7 mil colaboradores.

Hoje, a sua missão foi amplificada - quer alimentar o mundo com responsabilidade e proteger o planeta. Para concretizar esse compromisso, lidera o desenvolvimento de ferramentas agrícolas digitais destinadas à agricultura de precisão e trabalha em estreita colaboração com seus parceiros em toda a cadeia de valor de alimentos com o objetivo de desenvolver soluções sustentáveis e ser a empresa de nutrição de plantas do futuro.

A empresa tem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU como parte do seu modelo de negócio - assim, cria soluções ambientais e industriais que melhoram a qualidade do ar e reduzem as emissões de poluentes.

Em um cenário no qual a população mundial está em constante crescimento e os recursos naturais mostram-se cada vez mais escassos, a Yara apresenta soluções inteligentes para otimizar a produção de alimentos e garantir um futuro sustentável para toda a nação.

### 3. Yara e a Pandemia

Com a pandemia do coronavírus, em 2020, diversos setores sentiram as consequências do período de incertezas impostas pela crise. Visando a recuperação da produtividade e da competitividade nos negócios, a Yara se uniu ao Sebrae para compartilhar conhecimento e proporcionar aos pequenos negócios integrantes da sua cadeia de valor, assim como outros que não estavam nela inseridos, maior segurança naquele momento.

A iniciativa teve o objetivo de atuar fortemente no apoio à retomada das atividades dos setores que sentiram bastante os impactos da Covid-19, como beleza, artesanato, logística, alimentação e agricultura familiar, e que estão especialmente localizados nas regiões onde a empresa está presente. Além

de assessorias específicas para os empreendedores dos municípios com unidades da Yara, o conteúdo *online* pôde ser acessado por todos, disponibilizando informações sobre temas como finanças, empreendedorismo feminino, marketing digital, avaliação da gestão da produtividade rural, entre outros.

A finalidade foi estimular os empreendedores a entrarem no mercado digital para que conseguissem superar os desafios e se preparar da melhor forma possível para a retomada econômica no novo cenário a partir do coronavírus (Covid-19). Empreendedores dos estados do Rio Grande do Sul, Paraná, Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo, Mato Grosso, Goiás, Bahia, Maranhão e Alagoas receberam ações locais exclusivas pelo site: [www.sebrae.com.br/yara](http://www.sebrae.com.br/yara)



## 4. Rede Digital na Yara

O **Conexão Digital** para a **Yara** contemplou:

- 10 estados - AL, BA, ES, GO, MA, MG, MT, PR, SP, RS;
- 22 cidades.

O projeto foi executado entre setembro de 2020 e setembro de 2021.

A meta era impactar 3.000 empresários e empreendedores para o apoio no gerenciamento da crise causada pela Covid-19, nos estados escolhidos pela **Yara**.

As principais temáticas abordadas foram:

- Finanças;
- Marketing Digital;
- Protocolos de retomada dos negócios;
- Empreendedorismo feminino;
- Entre outras temáticas dos segmentos de alimentos e bebidas e agronegócio.

A parceria gerou inúmeros ganhos para a sociedade em geral, com impactos positivos na melhoria da gestão e do ambiente de trabalho do público participante, um alento durante a crise econômica e motivacional oriunda da pandemia da Covid-19.

Foram 1.128 ações executadas - 140 coletivas e 988 consultorias individuais, beneficiando mais de 30.000 pequenos negócios.

### OBJETIVO

A ação teve como principal objetivo:

Realizar projetos de apoio à retomada dos pequenos negócios, após a Covid-19, nas seguintes frentes:

- Pequenos negócios de 14 segmentos mais impactados pela pandemia, segundo pesquisa do Sebrae;

- Segmento de serviços de alimentação, especialmente bares e restaurantes; e
- Segmento do agronegócio.

Cada estado realizou um conjunto de ações no âmbito do projeto.

### BENEFÍCIOS

Os benefícios do **Programa** são inúmeros para todos os envolvidos.

Para as empresas participantes:

- Acesso a informações e oportunidades de novos negócios;
- Realização de cursos;
- Oportunidade de receber consultorias especializadas.

Para a **Yara**:

- Atuação no ambiente de negócios nos municípios/estados em que possui operação (fábrica/escritório comercial), independentemente do segmento, colaborando para uma retomada segura dos pequenos negócios ante os novos desafios econômicos, sociais e sanitários, provendo acesso a informações e apoiando os empreendedores nos temas mais relevantes nesse cenário;
- Apoio na retomada de investimentos e crescimento de empresas dos setores do seu interesse e que foram muito impactadas pela pandemia da Covid-19;
- Conta com parceiro (Sebrae) com grande capilaridade e capacidade de mobilização de MPes;
- Acesso a produtos do Sebrae altamente alinhados com as necessidades dos pequenos negócios;
- Possibilidade de impactar um grande número de pequenos negócios com a sua marca;
- Possibilidade de executar as ações *online*.



## QUEM PARTICIPOU

Pequenos negócios dos segmentos prioritários definidos pela Yara, localizados nos estados e cidades aderentes à ação.

## ABRANGÊNCIA

O Programa envolveu os seguintes estados e cidades:



AL: Maceió  
BA: Candeias  
ES: Vitória  
GO: Catalão  
MA: São Luís  
MG: Uberaba, Serra do Salitre e Lagamar  
MT: Rondonópolis  
PR: Cambé, Cascavel, Paranaguá e Ponta Grossa  
SP: Cubatão, Jaú, Sumaré, Paulínia e São Paulo  
RS: Canoas, Cruz Alta, Porto Alegre e Rio Grande



## FUNCIONAMENTO

O Programa foi dividido em três frentes:

### Frente 01 – Covid-19

Objetivo – impactar 1.500 empresários

Foi direcionada a apoiar os pequenos negócios dos 14 segmentos mais impactados pela pandemia da Covid-19 segundo pesquisa do Sebrae, com representatividade de 13 milhões de empresas, com 22 milhões de empregos (46% do total) e 59% do PIB:

Artesanato;  
Beleza;  
Construção Civil;  
Economia Criativa e Eventos;  
Peças automotivas;  
Indústria de base tecnológica;  
Turismo;  
Logística e Transporte;  
Moda;  
Petshop e veterinários;  
Varejo;  
Serviços de saúde;  
Serviços educacionais;  
Serviços de alimentação.

### Frente 02 – Alimentação

Objetivo – impactar 1.000 empresários

Teve como foco o segmento de serviços de alimentação, especialmente bares e restaurantes nos principais desafios pós-pandemia como:

- Quais são as tendências e novas formas de consumo?
- Como (re)posicionar o negócio no digital, em termos de marketing e relacionamento com o cliente?
- Como construir cardápio adequado ao *delivery*, considerando a demanda do consumidor e a viabilidade operacional?
- Como avaliar o melhor modelo de logística (ex. própria ou terceirizada)?
- Como identificar as melhores plataformas para venda ou implantar soluções próprias, sejam individuais ou coletivas?

- Como monitorar a satisfação de clientes para orientar tomada de decisões?
- Como garantir segurança na produção e na entrega de alimentos, seja no estabelecimento ou no *delivery*?

### Frente 03 – Agronegócio

Objetivo – impactar 500 empresários

Atuou no segmento do agronegócio para melhoria da gestão e oportunidades de inovação para ampliação de faturamento:

## AÇÕES REALIZADAS

Em termos consolidados, temos:

| Frente    | Atendimentos |
|-----------|--------------|
| Frente 01 | 4.742        |
| Frente 02 | 3.914        |
| Frente 03 | 9.022        |

Em termos dos atendimentos realizados pelos Sebrae UF, temos:

| UF                | Atendimentos  |
|-------------------|---------------|
| Alagoas           | 325           |
| Bahia             | 949           |
| Espírito Santo    | 121           |
| Goiás             | 943           |
| Maranhão          | 581           |
| Minas Gerais      | 449           |
| Mato Grosso       | 971           |
| Paraná            | 2.074         |
| São Paulo         | 9.390         |
| Rio Grande do Sul | 1.875         |
| Total             | <b>17.678</b> |



O Sebrae Nacional também empreendeu diversas ações, que serão apresentadas mais adiante.

Foram realizadas seis *lives* com participação da **Yara Brasil** nas temáticas do projeto:

- Novos rumos para o segmento de alimentação fora do lar;
- Oportunidades digitais para os pequenos negócios rurais;
- Tendências de consumo no cenário pós-pandemia;
- Como acessar crédito;
- Tendências para os pequenos negócios do agro no pós-pandemia;
- Experiência do consumidor na era digital.

Resultados:

- 594 publicações nas redes sociais: Facebook, Instagram, Youtube, Twitter e LinkedIn;

- 545.185 de alcance;
- 772.387 impressões;
- 72.343 visualizações; e
- 14.507 engajamentos.

A página destinada ao projeto recebeu no período:

- 2.074 acessos;
- 1.063 usuários únicos.

Esses acessos foram provenientes:

- 50% acessos diretos;
- 27,8% Google Orgânico;
- 11,1% Facebook;
- 5,6% LinkedIn;
- 5,5% outras fontes.

## Por estado

| Estado | Frente | Atendimentos | Consultorias | Ações Digitais coletivas | Total                |
|--------|--------|--------------|--------------|--------------------------|----------------------|
| AL     | 01     | 221          | 25           | 7                        | 325 PME alcançadas   |
|        | 02     | 28           |              |                          |                      |
|        | 03     | 76           |              |                          |                      |
| BA     | 01     | 519          | 15           | 19                       | 949 PME alcançadas   |
|        | 02     | 115          |              |                          |                      |
|        | 03     | 315          |              |                          |                      |
| ES     | 01     | 26           | 55           | 3                        | 121 PME alcançadas   |
|        | 02     | 50           |              |                          |                      |
|        | 03     | 45           |              |                          |                      |
| GO     | 01     | 25           | 571          | 5                        | 943 PME alcançadas   |
|        | 02     | 9            |              |                          |                      |
|        | 03     | 909          |              |                          |                      |
| MA     | 01     | 110          | 111          | 26                       | 581 PME alcançadas   |
|        | 02     | 162          |              |                          |                      |
|        | 03     | 309          |              |                          |                      |
| MG     | 01     | 104          | 9            | 14                       | 449 PME alcançadas   |
|        | 02     | 72           |              |                          |                      |
|        | 03     | 273          |              |                          |                      |
| MT     | 01     | 545          | 136          | 9                        | 971 PME alcançadas   |
|        | 02     | 328          |              |                          |                      |
|        | 03     | 98           |              |                          |                      |
| PR     | 01     | 186          | 81           | 16                       | 2.704 PME alcançadas |
|        | 02     | 81           |              |                          |                      |
|        | 03     | 1.807        |              |                          |                      |
| SP     | 01     | 2.163        | -            | 4                        | 9.390 PME alcançadas |
|        | 02     | 2.543        |              |                          |                      |
|        | 03     | 4.684        |              |                          |                      |
| RS     | 01     | 843          | 21           | 32                       | 1.875 PME alcançadas |
|        | 02     | 526          |              |                          |                      |
|        | 03     | 506          |              |                          |                      |

## Principais ações realizadas por cada estado

| Estado                    | Ações  |
|---------------------------|--|
| AL – 32 ações realizadas  | Seminário de estratégia empresarial em ambiente de incertezas no setor de alimentos e bebidas (Seminário + Consultorias)<br>Marketing Digital para Pequenos Negócios<br>E-commerce Descomplicado<br>O uso das ferramentas digitais para alavancar vendas no agronegócio  |
| BA – 34 ações realizadas  | Imersão Empreendedora com programação de 5 dias abordando temas como: Boas Práticas Higiênico-Sanitárias, remodelagem de negócios, liderança e inteligência de negócios<br>Consultorias Master Team<br>Oficina via WhatsApp - Tecnologia para não perder vendas: como utilizar meios eletrônicos de pagamento  |
| ES – 58 ações realizadas  | Webinário “Do Campo à Mesa: produzir com qualidade dá dinheiro?”<br>Público-alvo: produtores rurais e micros e pequenas empresas com atuação no setor de Alimentação Fora do Lar (bares, restaurantes e similares)<br>Webinário “Criatividade na Floricultura para superar o impacto da pandemia”<br>Parcerias locais: Secretaria de Estado da Agricultura (Seag) e Instituto Capixaba de Pesquisa e Extensão Rural (Incaper).<br>Oficina: “Como Vender Mais através de Presença Digital”<br>Consultorias tecnológicas do Sebraetec sobre Planejamento para Presença Digital |
| GO – 576 ações realizadas | Encontro Estadual de Jovens Lideranças do Agro<br>Quatro <i>Lives</i> temáticas<br>Consultorias Tecnológicas Individuais   |
| MA – 100 ações realizadas | Três encontros de 2 horas cada sobre os temas:<br>Marketing e Comportamento do Consumidor<br>Protocolos de Saúde em Serviços<br>Gestão financeira durante e após a pandemia<br>Curso <i>online</i> intensivo de mídias digitais, com o objetivo de capacitar os empreendedores a potencializar o relacionamento com clientes por meio dessas ferramentas<br>Série de <i>e-books</i> e ferramentas digitais com informativos sobre estratégias para superar a crise e prosperar no período pós-pandemia.  |
| MG – 23 ações realizadas  | Painel: Desafios do Agro 4.0<br>Palestra ( <i>live</i> ) “Safras e cifras: Os desafios da empresa rural familiar! Como lidar com a sucessão familiar?”<br>Consultoria especializada de gestão para produtores rurais<br>Webinar “Atuação digital para a Indústria de Alimentos”<br>Webinar “Marketing focado em inovação e experiência do consumidor - Utilizando a emoção dos clientes para conquistar, engajar e fidelizá-los”   |
| MT – 145 ações realizadas | Ação “Faça a Feira” e consultoria “Boas práticas em produção de hortaliças e mandioca”. Confeção de materiais de uso dos empreendedores (bonés, aventais, camisetas) destacando a parceria com a Yara Brasil também nas consultorias presenciais<br>Desenvolvimento de vídeo institucional da parceria e ação nas Feiras Livres<br>Oficina “Esse preço está certo?”<br>Webinar: Como estruturar meu cardápio para <i>delivery</i> ?<br>PDF Clicável: Prepare-se para um novo mundo   |
| PR – 97 ações realizadas  | Ficafe 2020: Feira Internacional de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná<br>Seminário “Programa de Retomada Econômica de Cascavel”<br>Programa “Conduta Segura na Prevenção da Covid-19”<br>Adequação para o “Selo do Turismo” para empresas do setor de gastronomia<br>Aplicação de diagnóstico para empresas do setor de alimentos e bebidas  |
| SP – 4 ações realizadas   | <i>E-book</i> “Sustentabilidade Ambiental no Campo”<br><i>Live</i> Sustentabilidade Ambiental no campo<br><i>Live</i> Sustentabilidade econômica no campo: do custo de produção ao lucro<br><i>Live</i> Tendências de negócios e comportamento do empreendedor   |
| RS – 53 ações realizadas  | Ciclo de <i>workshops</i> para desenvolver estratégias de potencialização das vendas por meio das redes sociais<br>Oficina de finanças para mapeamento de custos e readequação da estrutura financeira das empresas de serviços<br>Consultorias individuais<br>Atendimento à Cooperativa Central de Comercialização da Agricultura Familiar de Economia Solidária - Cecafes<br>Rodada de negócios - rural  |

## DIVULGAÇÃO

A divulgação da iniciativa foi realizada pela Yara e pelo Sebrae e se valeu das estratégias digitais, tais como: e-mail e WhatsApp.

## INVESTIMENTOS

O Sebrae aportou cerca de R\$ 1,2 milhão adicional, utilizando os recursos da Yara como contrapartida financeira de ações pelos Sebraes estaduais, da seguinte forma:

- Valores encaminhados aos Sebraes estaduais: R\$ 60.000,00 por estado (10), totalizando R\$ 600.000,00 de transferência aos Sebrae/UFs;
- Esse valor (proveniente da Yara) foi considerado em muitos casos como aporte de 30% das ferramentas utilizadas, como o Sebraetec (consultorias tecnológicas individuais);
- Assim, na execução das ações, esses recursos eram somados aos recursos do Sebrae Nacional (70% do custo), possibilitando a ampliação e potencialização das ações planejadas;
- Também observou-se a utilização dos recursos da Yara

para custeio de parte das despesas do pequeno negócio na participação de ações de mercado, sendo o foco dessa parceria a otimização dos recursos de acordo com cada estado executor e ação planejada;

- Estima-se que a parceria realizada possibilitou o aporte total de aproximadamente R\$ 2 milhões, no atendimento a mais de 30 mil empreendedores.

## APRENDIZADOS

O Programa gerou os seguintes aprendizados:

- O aporte de recurso de um parceiro com receita própria às UFs proporcionou utilizá-lo como contrapartida (30%) obrigatória das UFs na execução do PPA, o que viabilizou a ampliação das ações e dos recursos totais aplicados junto ao público-alvo.
- A definição de não padronizar as ações (livre a cada UF) e a amplitude de as realizar em 10 estados (sem identificação no SGE do projeto, disseminando os recursos e ações dentro do escopo já executado por cada UF) dificultaram a gestão e o monitoramento das ações, além da consolidação dos dados/esforços/resultados.



- A Conexão Digital específica da parceria e as *lives* nacionais com temas genéricos potencializam a participação (quantidade de público), mas com pouca alteração/impacto nas MPEs, podendo ser utilizadas em uma próxima oportunidade para divulgação semanal das ações nas UFs onde as ações estariam sendo executadas, como uma agenda nacional da parceria (no início de cada semana).
- As ações nacionais devem envolver e unir as UFs participantes, com interação dos atores locais, evidenciando e divulgando as ações em cada estado.

### DESTAQUES DO PROGRAMA

Merecem especial destaque os seguintes pontos do Projeto:

- Atendimento às demandas extras durante a execução (Artesanato/RS);
- Inclusão da Yara em eventos importantes do agronegócio já desenvolvidos pelas UFs e/ou terceiros;
- Execução de ações acima das que foram contratadas (vide

utilização de recursos de CSN-PPA para as ferramentas utilizadas nas ações);

- Participação da Yara em todas as ações nacionais que foram bem-sucedidas e deram destaque à parceria, proporcionando o sentimento de coparticipação nos esforços de apoio às MPEs.

Muito do sucesso do Programa também se deve:

- Ao conhecimento do Sebrae dos pequenos negócios;
- À capilaridade do Sebrae em todos os estados do Brasil;
- À capacidade do Sebrae em investir nos pequenos negócios para completar a jornada;
- À capacidade do Sebrae de celebrar parcerias com outros atores.

### DESAFIOS FUTUROS

O Sebrae destaca alguns desafios a serem vencidos:

- Rever a estratégia de divulgação e conteúdos disponibilizados, com as UFs, nos temas de sustentabilidade e agronegócio.





*A força do empreendedor brasileiro.*

[sebrae.com.br/conexoescorporativas](http://sebrae.com.br/conexoescorporativas)